

# إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في بناء رأس المال الاجتماعي دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض

د. محمد بن فهد الجبير\*

## ملخص الدراسة:

عمد الباحث في هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في بناء رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلية لدى المجتمع السعودي، ومدى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات الافتراضية عبر هذه الشبكات، والتعرف على مستوى العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي.

واستخدم الباحث المنهج المسحي لمدينة الرياض بطريقة العينة العشوائية العنقودية، حيث وزع عليهم 320 استبانة.

وتوصل الباحث لنتائج منها: أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي متابعة هو السناپ سات ثم تويتر ثم يوتيوب.

وفي مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصلية لدى أفراد المجتمع السعودي بينت النتائج أن درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي جاء بدرجة ضعيفة، في حين أن درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلية جاء بدرجة متوسطة.

وأن مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة.

وبينت النتائج وجود علاقة طردية بين كلاً من الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الترابطي والتواصلية.

وفي الفروق ذات الدلالة الإحصائية في آراء عينة الدراسة نحو تكوين رأس المال الترابطي والتواصلية باختلاف متغيرات (العمر، الجنس، الدخل، المستوى التعليمي) بينت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو تكوين رأس المال الترابطي والتواصلية وفقاً لمتغيرات العمر والجنس والدخل والمستوى التعليمي.

\*الأستاذ المشارك بكلية الإعلام والاتصال جامعة الأمام بن سعود الإسلامية

**Abstract:**

In this study, the researcher sought to identify the extent to which social networks contribute to building the interconnective and communicative social capital of the Saudi society, the extent to which members of the Saudi society trust virtual relationships through these networks, and the level of relationship between trust in virtual relationships and the formation of social capital.

The researcher used the survey method for the city of Riyadh in a cluster random sampling method, where 320 questionnaires were distributed to them.

The researcher reached the following results:

The most followed social media is Snapchat, then Twitter, then YouTube.

The extent to which social networking contributes to the formation of interconnective and communicative social capital among members of the Saudi society Medium.

And that the level of confidence of members of the Saudi society in relations through social networks came to a medium degree.

The results showed that there is a direct relationship between trust in virtual relationships and the formation of associative and communicative capital

In the statistically significant differences in the views of the study sample towards the formation of associative and communicative capital according to the different variables (age, gender, income, educational level) the results showed that there were no statistically significant differences in the views of the study sample towards the formation of associative and communicative capital according to the variables of age, gender and income. and educational level.

### مدخل إلى أهمية الدراسة:

الحمد لله حمدا لا ينفد، والصلاة والسلام على نبينا محمد، وعلى آله وصحبه ومن على نهجه تعبد، ثم أما بعد، فبعد ظهور شبكة الإنترنت وتنامي استخدامها بين مختلف الفئات الاجتماعية والثقافية وتنوع خدماتها وإمكاناتها ظهرت وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بعد ظهور إنترنت 2، وظهور الأجيال الحديثة من سرعات الإنترنت مثل (g5) وتيسر الوصول لها عن طريق أجهزة الهواتف الذكية، بعد أن كان الوصول للإنترنت مقصورا على أجهزة الحاسب الآلي.

وتطورت هذه الوسائل وتنوعت بين تطبيق يدعم النصوص فقط مثل تويتر في بداياته، وبين تطبيق يدعم خاصية الفيديو القصير مثل سناب شات في بداياته، إلى أن أصبحت ما هي عليه الآن من دعم ملفات الفيديو الطويلة وإضافة الصور والتعليق عليها.

وانعكس هذا التطور السريع والمتلاحق لهذه التطبيقات وللهواتف الذكية على أنماط استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي، بين مقل ومستكثر، وبين مطلع ومنكسب وباحث.

ولوسائل التواصل الاجتماعي تأثيرات ملحوظة، ف قضاء وقت طويل معها وفي أماكن متعددة، وحتى أثناء قيادة المركبة وفي أوقات العمل والمحاضرات الجامعية، تجد الفرد يستخدم الهواتف الذكية، فهذا الاستخدام ينعكس على السلوك الاتصالي، ولا يمكن أن يأتي بدون تأثيرات اجتماعية أو فردية على المستخدم.

ومن هنا بدأت الاهتمامات برصد الآثار الإعلامية والاجتماعية والنفسية والتربوية على مستخدمي الشبكة، بل وتجاوز الأمر إلى الآثار السياسية والاقتصادية.

ولهذا نجد أن كثيرا من السلوكيات الاتصالية بين المستخدمين من أبناء الثقافة الواحدة، أو بين الثقافات المختلفة تختلف تبعا لهدف الاستخدام أو نوع المعلومات التي يستقبلها، فبعض المستخدمين يسعى لتكوين الصداقات الافتراضية عبر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي كالسناب شات وتيك توك، أو للمعلومات والأخبار كـ بعض حسابات تويتر وفيس بوك، أو للهدف المادي كالشركات التي تبحث عن الجمهور، أو مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي الذين اتخذوا من الوسيلة طريقا للكسب والربح عن طريق الإعلان.

ونرى في تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي من يحكي يومياته ويروي أحداثه، بل ويصور أفراد أسرته ووجباتهم ونزهاتهم، وفي المقابل يطلع على حياة الآخرين، مقابل تكون العلاقات الافتراضية.

وتبعا لهذا الاختلاف في الأهداف الاتصالية جاءت فكرة رأس المال الاجتماعي الذين يبنون على مفهوم الاستثمار في العلاقات الاجتماعية، أي تكوين علاقات افتراضية تتبادل فيها المصالح، ويكون العمل فيها على أساس الثقة بين الأطراف<sup>1</sup>.

وتقوم فكرة رأس المال الاجتماعي على مبدأ العمل الجماعي والبعد عن الفردية في العمل، والتعاون والتكامل فيما بين أعضاء المجموعة، وإقامة الجسور والترابط الذي يؤدي إلى التعاون وزيادة الإنتاج والثقة والبعد عن المشكلات<sup>2</sup>. إذا فرأس المال الاجتماعي مفهوم متقدم

من السلوك التنظيمي والثقة بين العاملين، ويعكس رأس المال الاجتماعي بشكل كبير ثقافة مستخدمي الشبكة، حيث تظهر في كتاباته ومناقشاته وطريقة حديثه ومصطلحاته الثقافة التي يعايشها.

ولرأس المال الاجتماعي تعريفات متعددة ومتباينة، الاختلاف فيها اختلاف تنوع لا تضاد، وسبب الاختلاف هو اختلاف نظرة صاحب التعريف لزاوية النظر لرأس المال الاجتماعي، ولاتساع مجاله وشموله جوانب متعددة، إلا أن أول من استخدم مصطلح رأس المال الاجتماعي هو هنيفان عام 1916م، حيث ربط بين رأس المال الاجتماعي وبعض الممارسات الاجتماعية التي تمارس بشكل يومي في المجتمع كالعائلة والتعاطف وحسن النية والتواصل بين الأفراد والأسر، إلا أن هذا المفهوم بشكله الحالي لم يتبلور إلا بعد كتابات كولمان في سبعينيات القرن الميلادي الماضي وكتابات بوتنام في الثمانينيات، حيث ركز على ربط العلاقات الاجتماعية بالأهداف، وأن هذه العلاقات تعد رصيذا يعود عليهم بمنافع يلمسونها، والأساس في هذه العلاقات الثقة بين الأطراف في تبادل المنافع والعلاقات<sup>3</sup>، على عكس هنيفان الذي جعل رأس المال الاجتماعي قوة اجتماعية كامنة لتحسين ظروف المعيشة التي يستفيد منها أفراد الجماعة، وتنشأ من التعاون بين أفراد الجماعة أنفسهم. أي إمكانية الأفراد العمل سويا في مجموعات مشتركة.

ويرى بوتنام أن الركيزة الأساسية لرأس المال الاجتماعي تكمن فيما تحمله الشبكات الاجتماعية من قيمة، وعلى هذا فإن رأس المال الاجتماعي يشير إلى القيمة المجتمعة للشبكات الاجتماعية ورغبتها في مساعدة بعضها البعض، كما يشير أيضا إلى المؤسسات والعلاقات والعادات التي تشكل حجم التفاعلات الاجتماعية داخل المجتمع ونوعيتها، وعلى هذا فرأس المال الاجتماعي يركز على العلاقات والروابط النفعية ولا يقتصر على الأشخاص فقط.

وهذا ما يؤكد تعريف البنك الدولي لرأس المال الاجتماعي بأنه "المعارف والمهارات والقدرات التي يستثمر فيها الناس، وتتراكم لدى الأشخاص على مدار حياتهم بما يمكنهم من استغلال إمكاناتهم كأفراد منتجين في المجتمع"<sup>4</sup>.

ونظرا لكثرة التعاريف وتنوعها فيمكن للباحث ان يقدم تعريفا إجرائيا لرأس المال الاجتماعي على انه: القيم والمنافع التي يكتسبها الفرد نتيجة انضمامه في أحد المجموعات التي تعمل في مجال خدمي دون مقابل، أساسه الثقة والعمل الجماعي المشترك بين الأفراد.

وتمكن الشبكة الاجتماعية للمشاركين فيها الجو الملائم والعمل المتناسق والكيان المتناسك والإحساس بالانتماء والولاء للمجموعة، وهو ما يفتقر له العمل الفردي، وعلى هذا فرأس المال الاجتماعي يحقق عملا ونتاجا، ويحسن من جودة المنتج، وهذا لا يحققه العمل الفردي.

ومع بدء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية زادت وتيرة العمل المجتمعي، حيث تيسرت سبل التواصل مع الأفراد الآخرين، مما عزز مفهوم رأس المال الاجتماعي، فظهرت وسوم متعددة في توتير وتغطيات متنوعة عبر سناب شات لأحداث وقضايا يعجز الفرد عن عملها، مثل البحث عن بعض المفقودين من الأطفال أو كبار السن أو في الصحراء، أو المساعدة في حل قضية أو مشكلة وقتية، وبدأ عدد من الشباب

والفنيات وحتى كبار السن من المتقاعدين الاشتراك في مجموعات للعمل التطوعي، كمساعدة المتعطلين في الطرق السريعة، أو البحث عن التائهين، أو مساعدة المعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة، ومن أبرز ما يحصل في المملكة العربية السعودية وأكثرها شهرة وانتشاراً هو "فرجت" من أبشر، حيث يتنادى السعوديون ويعرف بعضهم بعضاً على قضية موقوف مالياً عاجز عن السداد، فيتولى المحسنون والمتطوعون المساهمة مالياً حتى يسدد المبلغ كاملاً، وهذا كله دون معرفة الموقوف أو من سدد المبلغ.

ومع تعقد الحياة وتشعب أمورها ظهرت بعض المشكلات كقلة التواصل بين بعض الأسر خصوصاً في المدن المزدحمة كالرياض، إضافة إلى عدم القدرة في بعض الأحيان على تقديم المساعدة للآخرين، فكان لزاماً للبحث عن طرق وأساليب للتغلب هذه المشكلات، فظهر مفهوم العمل التطوعي والبدء بتطبيقه، وهو ما أكدت عليه رؤية 2030، حيث جعلت من أهم أهدافها الوصول إلى مليون متطوع بحلول 2030م، حيث بدأ العدد بـ 11 ألف متطوع ووصل في منتصف 2022 إلى 200 ألف، وخصصت الرؤية خمسة أهداف للعمل التطوعي وهي: الوصول إلى مليون متطوع في عام 2030، توفير البيئة المناسبة لتنمية العمل التطوعي وتحفيز أكبر عدد من المتطوعين للاشتراك بها، الاهتمام باليوم العالمي للتطوع الذي يوافق 25 ديسمبر، والحرص على إحياء هذه الاحتفالية سنوياً، الاهتمام بالمتطوعين، وفتح الأفق أمامهم بحيث تكون مهامهم أقل جهداً وأكبر تأثيراً<sup>5</sup>.

وأطلقت وزارة المواد البشرية والتنمية الاجتماعية منصة العمل التطوعي وذلك لتنظيم العمل وحفظ الحقوق، وأعلنت الوزارة عن جائزة العمل التطوعي، لتحفيز الأفراد على العمل التطوعي الجماعي.

ويعد العنصر البشري الركيزة الأساس في رأس المال الاجتماعي وهو عماد النهضة والتطور والحلقة الأهم في العناصر الإنتاجية، ويحكم العنصر البشري في الغالب الدين والقيم والأعراف والتقاليد والعادات التي نشأ عليها، ومنها الكرم والإيثار وتقديم العون والمساعدة للآخرين، وهذه كلها وغيرها تندرج تحت مفهوم مصادر رأس المال الاجتماعي، ومن أبرز المصادر التي يستمد منها رأس المال الاجتماعي قوته هي:

- 1- الأسرة: وهي المؤسسة الأهم والأولى التي يتلقى فيها الفرد الدين والقيم والعادات، وهي تربي الطفل على السلوك والفعل الحسن.
- 2- الجماعات المرجعية: كالأقارب والأصدقاء
- 3- المؤسسات التعليمية: فالمؤسسات لها دور في إكساب الطالب العمل الجماعي، والانتماء لروح الفريق، وقد أطلقت وزارة التعليم مشروع التطوع وجعلت له مقرراً دراسياً في المرحلة الثانوية.
- 4- وسائل التواصل الاجتماعي: حيث يجد فيها الفرد مجالات العمل الجماعي والتطوعي، وتكوين العلاقات الافتراضية.
- 5- مؤسسات الدولة: التي تجعل من العمل التطوعي والجماعي عملاً منظماً وتسن له القوانين وتجعل له المكافآت والحوافز المادية والمعنوية<sup>6</sup>.

ويمكن قياس رأس المال الاجتماعي عبر ثلاثة أمور:

أ: المدخلات: وتعني نوع الجماعات والتنظيم داخلها وكيفية اتخاذ القرار ونوعية الأعضاء وتجانسهم.

ب: التوقعات: أي توقع كل فرد من الآخر، وتوقع الأفراد من المنظومة نفسها.

ج: المخرجات: وهي الإنجازات التي حققتها الجماعة، وشعور الفرد تجاه نفسه وتجاه أفراد المجموعة، وتجاه المنظمة نفسها.<sup>7</sup>

وينقسم رأس المال الاجتماعي إلى قسمين هما:

أ: التواصل ويقصد به توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين صداقات وعلاقات اجتماعية، بسبب ضعف العلاقات الاجتماعية الحقيقية.

ب: الترابطي ويقصد به تعزيز العلاقات الاجتماعية الحقيقية القوية في وسائل التواصل الاجتماعي<sup>8</sup>، كطلب البحث عن وظيفة أو حل مشكلة أو مساعدة على أمر ما عبر شبكات التواصل الاجتماعي ممن تجمعك بهم علاقة حقيقية.

#### الدراسات السابقة:

يوجد في المكتبة العربية العديد من الدراسات والبحوث في هذا المجال، وسيقتصر الباحث في استعراض الدراسات التي تخدم مجاله، ويمكن تقسيمها على المحاور الآتية:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت رأس المال الاجتماعي.

فمن الدراسات دراسة تغريد الوادعي<sup>9</sup> بعنوان دور سناب شات في بناء رأس المال الاجتماعي لدى الشباب السعودي، حيث هدفت منها إلى دراسة العلاقة بين استخدام الشباب السعودي للسناپ شات ورأس المال الاجتماعي التواصلي والترابطي، باستخدام الاستبانة، وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن 84% من العينة يستخدمون السناپ شات بكثافة عالية، وأن معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي من استخدام السناپ شات كانت عالية، وأنهم يتقنون إلى حد ما في هذه العلاقات، وأن هذه العلاقات لم تنتقل إلى أرض الواقع.

وأجرى بندر آل عاليه<sup>10</sup> دراسة حول التعليم الجامعي ودوره في تنمية رأي المال الاجتماعي وانعكاساته على المجتمع في ضوء رؤية 2030، وذلك للتعرف على دور التعليم في تنمية رأس المال الاجتماعي وتنمية الوعي بمفهومه والمعوقات التي تواجه رأس المال الاجتماعي، وذلك عن طريق الاستبانة الموجهة لأعضاء هيئة التدريس في جامعات الملك سعود وأم القرى والملك خالد والحدود الشمالية والملك فيصل، وتوصل الباحث إلى نتائج منها: تأثير التعليم على وجود رأس المال الاجتماعي، ووجود الوعي نحو هذا المفهوم، ووجود عدد من المعوقات التي تواجه رأس المال الاجتماعي مثل قلة تطبيق نتائج الدراسات، وتعقد بعض الإجراءات، والروتين في العمل.

وفي دراسة أجرتها عبير سفران<sup>11</sup> عن دور الثقة المجتمعية في تعزيز رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، وذلك بهدف تحليل دور الثقة المجتمعية في تعزيز رأس

المال الاجتماعي وفهم انعكاسات الثقة المجتمعية على أبعاد رأس المال الاجتماعي وفهم العلاقة بين الثقة ورأس المال، وتوصلت الباحثة لنتائج منها: وجود علاقة بين الثقة المجتمعية الفردية والمؤسسية ورأس المال الاجتماعي، وحصول الأسرة على أعلى مستوى للثقة، وأن هناك دور مهم للثقة في تعزيز القيم الاجتماعية.

وأجرت فريدة عمروش وأسماء قليعة<sup>12</sup> دراسة حول علاقة استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيس بوك بتراكم رأس المال الاجتماعي، للتعرف على نوع العلاقة بين الاستخدام وتراكم رأس المال لدى طلاب جامعة الجزائر، باستخدام المنهج المسحي، الباحثان توصلتا لنتائج منها: وجود علاقة قوية بين استخدام فيس بوك والنشاط ورأس المال الاجتماعي، وأن هناك فروق في رأس المال الاجتماعي وفقا لأنماط الاستخدام وشدته.

وفي دراسة تقدم بها علاء الشامي<sup>13</sup> حول مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي بهدف التعرف على إن كان موقع فيس بوك تحول إلى رأس مال اجتماعي حقيقي من عدمه ورصد التأثيرات الاجتماعية لاستخدام فيس بوك باستخدام المنهج المسحي، وتوصل البحث لنتائج منها: وجود علاقة بين استخدام فيس بوك ورأس المال الاجتماعي التواصلي والارتباطي.

وقدمت أسماء قليعة<sup>14</sup> دراسة حول الثقة الاجتماعية وعلاقتها بتراكم رأس المال الاجتماعي لدى مستخدمي فيس بوك، وذلك لفهم العلاقة بينهما باستخدام منهج المسح الميداني لطلبة جامعة الجزائر، وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن هناك علاقة طردية بين الثقة وبين رأس المال الاجتماعي، فكلما زادت الثقة زاد تراكم رأس المال الاجتماعي.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي:

فمن الدراسات في هذا المحور دراسة بشائر الخطيب<sup>15</sup> والتي عنونت لها بالعوامل المؤثرة لدى الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف التعرف على هذه العوامل وتحديدها، والتعرف على أنماط التفاعل، باستخدام المسح الميداني، وتوصلت الباحثة لنتائج منها: دافع متابعة تويتر هو الحصول على الأخبار، وأن السرعة في نقل الخبر عامل مؤثر في المتابعة، وأن التفاعل يكون مع القضايا المطروحة ومع نوع المتابعين المفضلين.

وأجرت لجين سلامة<sup>16</sup> دراسة حول اتجاهات طلاب الجامعات السعودية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وطرق مواجهتها، بهدف قياس مدى إدراك طلاب الجامعات لدور مواقع التواصل في نشر الشائعات والتعرف على أسبابها، ودوافع استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الباحثة لنتائج منها: أن سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سهولة الاستخدام وقلة التكلفة وأن دوافع الاستخدام التعرف على المستجدات والأخبار، وأن تويتر والواتس هما أكبر مصدر للشائعات.

وأجرى وفاق حافظ<sup>17</sup> دراسة عن مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور العراقي، بهدف التعرف على مستوى ثقة الجمهور العراقي في وسائل التواصل الاجتماعي، وكونها بديلا لوسائل الإعلام التقليدية، مستخدما أسلوب المسح الميداني،

وتوصل الباحث لنتائج منها: ثقة الجمهور العراقي في وسائل الإعلام التقليدية أعلى من وسائل التواصل الاجتماعي.

ودرس الصديق بله<sup>18</sup> دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري وذلك بهدف التعرف على مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري، ومعوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري، باستخدام منهج المسح الميداني، وتوصل الباحث لنتائج منها: أن استخدام العينة لوسائل التواصل الاجتماعي كان بدرجة متوسطة، وأن أهمية العمل الخيري للعينة كان بدرجة عالية، وأن أهمية مواقع التواصل في دعم العمل الخيري كانت عالية.

وفي دراسة أجراها عبد الباسط هويدي وفرحات بلقاسم<sup>19</sup> حول شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الممارسة الإعلامية التقليدية في تغطية الحراك الاجتماعي بالجزائر، وذلك بهدف معرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الممارسة الإعلامية التقليدية، باستخدام المنهج التحليلي، وتوصلا لنتائج منها: أن مميزات وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت تحريك الرأي العام حول أهداف مشتركة من أجل التغيير السياسي والاجتماعي، وأن هناك تكامل بين منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية.

وأجرت رؤى شريف<sup>20</sup> دراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي للفضائيات العراقية في ترتيب أولويات الجمهور، وذلك للتعرف على عادات وأنماط استخدام الجمهور لحسابات القنوات الفضائيات العراقية في وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف على استخدام المنهج معرفة أكثر المواقع استخداما بالنسبة للجمهور لمتابعة الفضائيات العراقية، باستخدام المنهج المسحي، الباحثة توصلت لنتائج منها: أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل العينة هو الفيس بوك ثم اليوتيوب، وأن سبب استخدامها يعود لسرعة نقل الخبر والدقة والموضوعية فيها، وأن وسائل التواصل الاجتماعي اهتمت في تغيير آراء العينة حول القضايا المطروحة.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

بعد ما استعرض الباحث الدراسات التي يمكن على ضوءها تحديد مسار دراسته يتبين أن الدراسات السابقة في محور رأس المال الاجتماعي اتجهت إلى دراسة العلاقة بين أحد وسائل التواصل ورأس المال الاجتماعي، أو التعرف على علاقة الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي برأس المال الاجتماعي.

في حين أن الدراسات السابقة في محور وسائل التواصل الاجتماعي اتجهت نحو التعرف على العوامل المؤثرة في استخدام وسائل التواصل، واتجاهات الجمهور نحو الوسائل، أو مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي.

وبعد هذا فإن هذه الدراسة تدخل مدخلا بحثيا مختلفا عما سبق عرضه حيث إنها تحاول اختبار العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كافة برأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل، وكيفية بنا الثقة وتكوين العلاقات وانتقالها من علاقات افتراضية إلى حقيقية.



### مشكلة الدراسة:

تتركز مشكلة الدراسة في التعرف على مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في بناء رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل لدى المجتمع السعودي، ومدى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات الافتراضية عبر هذه الشبكات، والتعرف على مستوى العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي.

### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل لدى أفراد المجتمع السعودي؟
- 2- ما مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما مستوى العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي؟
- 4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات العمر والجنس والدخل والمستوى التعليمي وتكوين رأس المال الترابطي والتواصل؟
- 5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات العمر والجنس والدخل والمستوى التعليمي والثقة في العلاقات الافتراضية؟

### مجتمع الدراسة وعينته:

يمثل سكان مدينة الرياض المجتمع الكلي للدراسة. ويرجع تحديد الباحث لمدينة الرياض لأنها المدينة الأكثر سكاناً حسب التعداد السكاني لعام 1431هـ<sup>21</sup>، إضافة إلى أن سكان مدينة الرياض يمثلون مختلف مناطق المملكة، وتتنوع فيهم الطبقات الاجتماعية، مما يجعلها تمثل إلى حد كبير المجتمع السعودي برمته. واختار الباحث منهم عينة تمثل مختلف مناطق الرياض حسب التقسيم الإداري للمدينة (شمال، شرق، جنوب، غرب، وسط)، واختار الباحث عينة الدراسة حسب الطريقة العنقودية.

### نوع الدراسة ومنهجها:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في بناء رأس المال الاجتماعي؛ لذا اعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال دراسة الأطر النظرية لموضوع الدراسة، واستخدم الباحث الاستبانة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

ويعد المنهج الوصفي أنسب المناهج لهذه الدراسة حيث يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي، ويصفها وصفاً دقيقاً، وتعد هذه من الدراسة الوصفية المسحية التي تسعى إلى جمع المعلومات حول الظاهرة المقصودة بذاتها بهدف وصفها<sup>22</sup>، وذلك من خلال استقصاء رأي عينة من أفراد مجتمع الدراسة عبر الاستبانة.

وقد استخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، وقد اعتمد الباحث في إعدادها الشكل المغلق (Closed Questionnaire) الذي يحدد الاستجابات المحتملة لكل عبارة.

وقد تكونت الاستبانة من جزأين على النحو التالي:

الجزء الأول: ويشمل المتغيرات الوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

الجزء الثاني: يتكون من (32) عبارة من العبارات التي تقيس متغيرات الدراسة، ومقسمة إلى أربعة محاور على النحو التالي:

المحور الأول: ويقاس (درجة متابعة شبكات التواصل الاجتماعي) ويشتمل على (7) عبارات.

المحور الثاني: ويقاس (درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد التواصلية) ويشتمل على (13) عبارة.

المحور الثالث: ويقاس (درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد الترابية) ويشتمل على (5) عبارات.

المحور الرابع: ويقاس (درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد الترابية) ويشتمل على (7) عبارات.

وصيغت العبارات السابقة لجميع المحاور وفقاً لمقياس ثلاثي على حسب الاستجابة على المحور.

#### صدق الأداة:

تأكد الباحث من صدق أداة الدراسة بطريقتين:

أولاً: الصدق الظاهري للأداة:

بعد إعداد الاستبانة بصورتها الأولية تم عرضها على اثنين من المحكمين<sup>23</sup> لإبداء آرائهم حول مدى وضوح العبارات، وانتمائها للمحور، وصحة صياغتها، وتم تعديل الاستبانة بناء على ملاحظاتهم وبعد مراجعة الاستبانة وضعت في صورتها النهائية وأصبحت صالحة لقياس ما وضعت من أجله.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي:

قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة وذلك بحساب معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور، وهو ما يوضحه الجداول التالية:

جدول رقم (1)

معاملات ارتباط بنود المحور الأول بالدرجة الكلية للمحور

م	فقرات الاستبانة	معامل الارتباط
<b>المحور الأول</b>		
.	سنانب شات	**0.516
.	تيك توك	**0.472
.	تويتر	**0.580
.	فيس بوك	**0.576
.	يوتيوب	**0.487
.	انستغرام	**0.532
.	أخرى	**0.645
<b>المحور الثاني</b>		
.	كلما استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي كلما زادت الصداقات والمعارف الافتراضية	**0.661
.	هناك أشخاص لي معهم علاقة افتراضية قديمة ولا تزال قائمة	**0.634
.	العلاقات الافتراضية أخذت مكان العلاقات الاجتماعية الواقعية	**0.533
.	أسعى إلى نقل الصداقة الافتراضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى صداقة حقيقية على أرض الواقع	**0.612
.	أشعر بالملل حال الجلوس مع الأقارب والأصدقاء، لذا أميل لاستخدام الجوال بحضورهم	**0.679
.	أترك بعض الاجتماعات والمناسبات بسبب وسائل التواصل الاجتماعي	**0.707
.	أطلب كثيرا من المتابعين في وسائل التواصل الاجتماعي مساعدتي في حل مشكلة	**0.649
.	ممكن أطلب المال من المتابعين لو احتجت	**0.722
.	ممكن أطلب المساعدة لإنهاء عمل ما من المتابعين	**0.659
.1	لو طلب مني الأصدقاء الافتراضيون مالا فساعدتهم	**0.654
.1	اشتركت مع مجموعات افتراضية لعمل تطوعي	**0.552
.1	بفضل العلاقات الافتراضية حصلت على الكثير من المعلومات في الجانب الوظيفي أو الدراسي	**0.486
.1	استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي جعلني راض عن حياتي	**0.465
<b>المحور الثالث</b>		
.	أصبحت علاقاتي بأصدقائي أقوى بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	**0.625
.	أصبحت علاقاتي بأقاربي أقوى بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	**0.519
.	لا أميل إلى تكوين صداقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي	**0.684
.	أشعر بالانتماء للصداقات الحقيقية أكثر من الافتراضية	**0.667
.	اكتب مشاعري وأرائي تجاه الأشخاص والأحداث في وسائل التواصل الاجتماعي	**0.637
<b>المحور الرابع</b>		
.	أثق بمن يتابعونني، فلو طلبت منهم شيئا فسيساعدونني فيه	**0.688
.	تفاعل المتابعين معي يشعرنني بالأمان والثقة	**0.644
.	يمكن الثقة في العلاقات الافتراضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	**0.657
.	أشارك صوري ويومياتي مع أصدقائي الافتراضيين	**0.631
.	لا أمانع قبول الصداقات الافتراضية الجديدة مع من أعرفهم على أرض الواقع	**0.762
.	لا أمانع قبول الصداقات الافتراضية الجديدة مع الغرباء	**0.633
.	لا أقبل صداقات من الجنس الآخر	**0.812

\*\* عبارات دالة عند مستوى 0.01 فأقل.

من الجدول السابق يتضح أن جميع العبارات دالة عند مستوى (0.01)، وهو ما يوضح أن جميع الفقرات المكوّنة للاستبانة تتمتع بدرجة صدق كبيرة، تجعلها صالحة للتطبيق الميداني.

#### ثبات الأداة:

للتحقق من الثبات لمفردات استبانة الدراسة وتم استخدام معامل ألفا كرونباخ، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

### جدول (2)

#### معاملات ثبات ألفا كرونباخ

معايير الثبات ألفا كرونباخ	عدد البنود	معايير الدراسة
0.809	7	المحور الأول
0.894	13	المحور الثاني
0.761	5	المحور الثالث
0.899	7	المحور الرابع
0.894	32	معامل الثبات الكلي

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن ثبات محور الدراسة مرتفع، حيث تراوحت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع محاور الدراسة ما بين (0.761 إلى 0.899)، كما بلغت قيمة معامل الثبات الكلي (0.894)، وهي قيمة ثبات مرتفعة توضح صلاحية أداة الدراسة للتطبيق الميداني.

#### تصحيح أداة الدراسة:

لتسهيل تفسير النتائج استخدم الباحث الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بنود الأداة، حيث تم إعطاء وزن للبدائل الموضحة في الجدول التالي ليتم معالجتها إحصائياً على النحو التالي:

### جدول رقم (3)

#### تصحيح أداة الدراسة

درجة المتابعة أو الموافقة	أتابع/ موافق	أتابع بدرجة متوسطة/ محايد	أتابع بدرجة ضعيفة/ غير موافق
الدرجة	3	2	1

ثم صنف الباحث الإجابات إلى ثلاثة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة}) \div \text{عدد بدائل الأداة} = (3 - 1) \div 3 = 0.67$$

لنحصل على التصنيف التالي:

#### جدول (4)

##### توزيع للفئات وفق التدرج المستخدم في أداة الدراسة

الوصف	مدى المتوسطات
أتابع/ موافق	من 3.00-2.34
أتابع بدرجة متوسطة/ محايد	من 2.33-1.68
أتابع بدرجة ضعيفة/ غير موافق	من 1.67-1.00

الدراسة الميدانية:

يعرض الباحث في هذا الجزء نتائج دراسته الميدانية على عينة الدراسة، حيث وزع الباحث الاستبانة على المبحوثين بطريقة العينة العشوائية العنقودية، ورجع له من الاستبانة عدد 320 استبانة، وبياناتها على النحو الآتي:

#### جدول رقم (5)

##### توزيع أفراد الدراسة وفق متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 20 سنة	63	19.7
من 20-29 سنة	76	23.8
من 30-39 سنة	53	16.6
من 40-49 سنة	72	22.5
من 50-59 سنة	44	13.8
من 60 سنة فأكثر	12	3.8
المجموع	320	%100

يوضح الجدول رقم (5) أن نسبة (23.8%)، كانوا من الفئة العمرية من 20-29 سنة، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، تليها الفئة من 40 – 49 سنة بنسبة 23.8%، في حين أن (3.8%) أعمارهم من 60 سنة فأكثر، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

#### جدول رقم (6)

##### توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	118	36.9
أنثى	202	63.1
المجموع	320	%100

يبين الجدول رقم (6) أن (63.1%)، من الذكور، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، في حين أن (36.9%) من الإناث.

### جدول رقم (7)

#### توزيع أفراد الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
20.3	65	ثانوي فأقل
56.6	181	جامعي
23.1	74	فوق الجامعي
%100	320	المجموع

يتضح من الجدول رقم (7) أن نسبة (56.6%)، هم من ذوي المؤهل الجامعي، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، في حين أن (20.3%) يحملون مؤهل الثانوي فأقل، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

### جدول رقم (8)

#### توزيع أفراد الدراسة وفق متغير الدخل الشهري

النسبة	التكرار	الدخل الشهري
50.3	161	أقل من 5000 ريال
12.5	40	من 5000-10000 ريال
14.4	46	من 10001-15000 ريال
12.2	39	من 15001-20000 ريال
10.6	34	أكثر من 20000 ريال
%100	320	المجموع

يتضح من الجدول رقم (8) أن نسبة (50.3%)، دخلهم الشهري أقل من 5000 ريال، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، في حين أن (10.6%) دخلهم الشهري أكثر من 20000 ريال، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

### جدول رقم (9)

#### توزيع أفراد الدراسة وفق متغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يوميا

النسبة	التكرار	عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يوميا
4.4	14	أقل من ساعة يوميا
30.6	98	من ساعة وحتى 3 ساعات
41.9	134	من 4 ساعات وحتى 7 ساعات
23.1	74	أكثر من 7 ساعات
%100	320	المجموع

يوضح الجدول رقم (9) أن نسبة (41.9%)، يستخدمون شبكات التواصل يوميا من 4 ساعات وحتى 7 ساعات، وهم الفئة الأكبر في عينة الدراسة، يليهم من يستخدم شبكات التواصل من ساعة وحتى 3 ساعات يوميا بنسبة بلغت 30.6%، في حين أن (4.4%) يستخدمون شبكات التواصل يوميا أقل من ساعة، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

### جدول رقم (10)

استجابات أفراد الدراسة على عبارات محور شبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب درجة المتابعة

الترتيب	درجة المتابعة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	بدرجة متوسطة	0.832	2.18	سناپ شات
2	بدرجة متوسطة	0.859	2.09	تويتر
3	بدرجة متوسطة	0.819	1.95	يوتيوب
4	بدرجة متوسطة	0.810	1.91	انستغرام
5	بدرجة ضعيفة	0.872	1.72	تيك توك
6	بدرجة ضعيفة	0.780	1.50	أخرى
7	بدرجة ضعيفة	0.460	1.14	فيس بوك

ينضح من الجدول رقم (10) أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة، حيث جاء السناپ شات في المرتبة الأولى وقد جاءت درجة متابعتها متوسطة، يأتي في المرتبة الثانية تويتر وبدرجة متوسطة أيضاً، في حين أن أقل هذه الوسائل متابعة هو الفيس بوك وقد جاءت بدرجة ضعيفة.

النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة:

السؤال الأول: ما مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل لى أفراد المجتمع السعودي؟

للتعرف على مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل لى أفراد المجتمع السعودي قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات محور مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي والتواصل لى أفراد المجتمع السعودي، وجاءت النتائج كما يوضحه الجدولان التاليان:

أولاً: مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي:

### جدول رقم (11)

استجابات أفراد الدراسة على عبارات محور مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي لى أفراد المجتمع السعودي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	محايد	0.877	1.95	هناك أشخاص لي معهم علاقة افتراضية قديمة ولا تزال قائمة
2	محايد	0.833	1.93	بفضل العلاقات الافتراضية حصلت على الكثير من المعلومات في الجانب الوظيفي أو الدراسي
3	محايد	0.779	1.90	كلما استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي كلما زادت الصداقات والمعارف الافتراضية

4	محايد	0.817	1.89	العلاقات الافتراضية أخذت مكان العلاقات الاجتماعية الواقعية
5	محايد	0.719	1.81	استخدامي لوسائل التواصل الاجتماعي جعلني راض عن حياتي
6	محايد	0.791	1.78	أسعى إلى نقل الصداقة الافتراضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى صداقة حقيقية على أرض الواقع
7	غير موافق	0.733	1.59	أشعر بالملل حال الجلوس مع الأقارب والأصدقاء، لذا أميل لاستخدام الجوال بحضورهم
8	غير موافق	0.772	1.58	اشتركت مع مجموعات افتراضية لعمل تطوعي
9	غير موافق	0.676	1.48	لو طلب مني الأصدقاء الافتراضيون مالا فأسأدهم
10	غير موافق	0.676	1.47	أطلب كثيرا من المتابعين في وسائل التواصل الاجتماعي مساعدتي في حل مشكلة
11	غير موافق	0.631	1.38	يمكن أطلب المساعدة لإنهاء عمل ما من المتابعين
12	غير موافق	0.493	1.21	أترك بعض الاجتماعات والمناسبات بسبب وسائل التواصل الاجتماعي
13	غير موافق	0.324	1.09	يمكن أطلب المال من المتابعين لو احتجت
	غير موافق	0.417	1.62	المتوسط الكلي

\*المتوسط الحسابي من (3.00).

يتضح من الجدول رقم (11) أن درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي جاء بدرجة ضعيفة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، بمتوسط حسابي بلغ (1.62 من 3.00)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الأولى من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (غير موافق) في أداة الدراسة.

كما يبين الجدول أن هناك تباين في آراء أفراد الدراسة نحو مستوى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (1.09 إلى 1.95)، وهي متوسطات تقع في الفئة الأولى والثانية من فئات الدراسة، والتي توضح أن استجابات أفراد الدراسة نحو إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي تشير إلى (غير موافق/ محايد).

وقد جاءت العبارة التي تنص على (هناك أشخاص لي معهم علاقة افتراضية قديمة ولا تزال قائمة)، في المرتبة (الأولى) من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مقداره (1.95 من 3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (محايد)، وتشير تلك النتيجة إلى أن هناك بعض الأشخاص الذين مازالت علاقتهم الافتراضية القديمة قائمة مع الأصدقاء الذين تعرفوا عليهم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

يليهما العبارة التي تنص على (بفضل العلاقات الافتراضية حصلت على الكثير من المعلومات في الجانب الوظيفي أو الدراسي)، في المرتبة (الثانية) من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مقداره (1.93 من 3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (محايد)، ويتضح من تلك النتيجة أن هناك بعض الأشخاص الذين استطاعوا الحصول على الكثير من المعلومات الهامة في الجانب الدراسي أو الوظيفي من خلال علاقاتهم بأصدقائهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يوضح دور تلك الشبكات في تبادل الآراء والأفكار في ذلك الجانب الهام من حياة أفراد المجتمع.



في حين أن العبارة التي تنص على (أترك بعض الاجتماعات والمناسبات بسبب وسائل التواصل الاجتماعي) جاءت في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (1.21 من 3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (غير موافق)، وتشير تلك النتيجة إلى عدم موافقة أفراد الدراسة على عدم تركهم للاجتماعات والمناسبات بسبب وسائل التواصل الاجتماعي، مما يوضح حرص أفراد عينة الدراسة على حضور تلك المناسبات الاجتماعية نظراً لما لها من أهمية في زيادة مستوى التواصل بينهم.

وقد جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة التي تنص على (يمكن أطلب المال من المتابعين لو احتجت) بمتوسط حسابي مقداره (1.09 من 3.00) ودرجة موافقة تشير إلى (غير موافق)، ويتضح من تلك النتيجة عدم طلب أفراد العينة للمال من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وقد يرجع ذلك إلى وعي أفراد الدراسة بخطورة تلك السلوكيات ودورها في نشر القيم والسلوكيات السلبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً: مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلي

#### جدول رقم (12):

استجابات أفراد الدراسة على عبارات محور مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلي لدى أفراد المجتمع السعودي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	موافق	0.583	2.71	أشعر بالانتماء للصدقات الحقيقية أكثر من الافتراضية
2	محايد	0.804	2.22	لا أميل إلى تكوين صداقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
3	محايد	0.804	2.15	أصبحت علاقاتي بأصدقائي أقوى بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
4	محايد	0.807	2.00	أصبحت علاقاتي بأقاربي أقوى بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
5	محايد	0.799	1.90	اكتب مشاعري وأراني تجاه الأشخاص والأحداث في وسائل التواصل الاجتماعي
	محايد	0.423	2.19	المتوسط الكلي

\*المتوسط الحسابي من (3.00).

يبين الجدول رقم (12) أن درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلي جاء بدرجة متوسطة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من المجتمع السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (2.19 من 3.00)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (محايد) في أداة الدراسة.

كما تبين من الجدول السابق أن هناك تباين في آراء أفراد الدراسة نحو مستوى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلي، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (1.90 إلى 2.71)، وهي متوسطات تقع في الفئة الثانية والثالثة من فئات الدراسة، والتي توضح أن استجابات أفراد الدراسة نحو إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلي تشير إلى (محايد/ موافق).

وقد جاءت العبارة التي تنص على (أشعر بالانتماء للصدقات الحقيقية أكثر من الافتراضية)، في المرتبة (الأولى) من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مقداره (2.71 من 3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (موافق)، ويتضح من ذلك أن العلاقات الاجتماعية بين أفراد الدراسة أهم لديهم من الصدقات الافتراضية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، نظراً لقوة العلاقات والصدقات في الواقع، ومعرفة الأشخاص لبعضهم البعض بشكل حقيقي، على عكس الصدقات الافتراضية التي لا يتوفر لها ذلك المقدار من المصادقية والوضوح.

في حين أن العبارة التي تنص على (أصبحت علاقتي بأقاربي أقوى بسبب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) جاءت في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (2.00) من (3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (محايد)، وتشير تلك النتيجة إلى أن بعض الأشخاص زادت علاقاتهم بأقاربهم واصدقاتهم نظراً لاقترابهم منهم بدرجة أكبر.

وقد جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة التي تنص على (اكتب مشاعري وآرائي تجاه الأشخاص والأحداث في وسائل التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي مقداره (1.90) من (3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (محايد)، وتشير تلك النتيجة إلى وجود درجة متوسطة من التواصل الاجتماعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تبادل المشاعر والآراء حول الأحداث التي يمر بها المجتمع.

**إجابة السؤال الثاني: ما مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟**

للتعرف على مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات محور مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وجاءت النتائج كما يوضحه الجدول التالي:

#### جدول رقم (13):

**استجابات أفراد الدراسة على عبارات محور مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي**

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
1	محايد	0.862	2.16	لا أقبل صدقات من الجنس الآخر
2	محايد	0.842	1.99	لا أمانع قبول الصدقات الافتراضية الجديدة مع من أعرفهم على أرض الواقع
3	محايد	0.759	1.87	تفاعل المتابعين معي يشعرنني بالأمان والثقة
4	محايد	0.695	1.68	أثق بمن يتابعونني، فلو طلبت منهم شيئاً فسييسأعدونني فيه
5	غير موافق	0.723	1.57	لا أمانع قبول الصدقات الافتراضية الجديدة مع الغرباء
6	غير موافق	0.688	1.56	يمكن الثقة في العلاقات الافتراضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي
7	غير موافق	0.746	1.54	أشارك صوري ويومياتي مع أصدقائي الافتراضيين
	محايد	0.453	1.77	المتوسط الكلي

\*المتوسط الحسابي من (3.00).

يبين الجدول رقم (13) أن مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من المجتمع السعودي، بمتوسط حسابي بلغ (1.77 من 3.00)، وهو المتوسط الذي يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الثلاثي والتي تشير إلى (محايد) في أداة الدراسة.

كما تبين من الجدول أن هناك تباين في آراء أفراد الدراسة نحو مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (1.54 إلى 2.16)، وهي متوسطات تقع في الفئة الأولى والثانية من فئات الدراسة، والتي توضح أن استجابات أفراد الدراسة نحو مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي تشير إلى (غير موافق/ محايد).

وقد جاءت العبارة التي تنص على (لا أقبل صداقات من الجنس الآخر)، في المرتبة (الأولى) من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مقداره (2.16 من 3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (محايد)، ويتضح من ذلك وجود مستوى عالي من الوعي بمخاطر الصداقات بين الفرد والجنس الآخر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يحكمه في ذلك تمسك أفراد المجتمع بالقيم الإسلامية التي تضع حدوداً لتلك الصداقات.

يلبها العبارة التي تنص على (لا أمان قبول الصداقات الافتراضية الجديدة مع من أعرفهم على أرض الواقع)، في المرتبة (الثانية) من حيث الموافقة بمتوسط حسابي مقداره (1.99 من 3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (محايد)، ويتضح من ذلك أن بعض الأفراد لا يمانعون في قبول الصداقات الافتراضية مع الذين يعرفونهم على أرض الواقع نظراً لقربهم منهم ومعرفتهم بأفكارهم واتجاهاتهم.

في حين أن العبارة التي تنص على (يمكن الثقة في العلاقات الافتراضية عبر وسائل التواصل الاجتماعي) جاءت في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (1.56 من 3.00)، ودرجة موافقة تشير إلى (غير موافق)، وتشير تلك النتيجة إلى وعي أفراد الدراسة بأن العلاقات الافتراضية لا يمكن الثقة فيها وبالتالي فلا يمكن تبادل المعلومات الشخصية المهمة عبر شبكات التواصل.

وقد جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة التي تنص على (أشارك صوري ويومياتي مع أصدقائي الافتراضيين) بمتوسط حسابي مقداره (1.54 من 3.00) ودرجة موافقة تشير إلى (غير موافق)، وتشير تلك النتيجة إلى وعي أفراد الدراسة بمخاطر مشاركة الصور والبيانات الخاصة مع الأصدقاء الافتراضيين ومخاطر استغلال تلك الصور بما يمكن أن يلحق بهم الضرر.

**إجابة السؤال الثالث: ما مستوى العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي؟**

للتعرف على مستوى العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي، قام الباحث بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة مستوى العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي، وجاءت النتائج كما يوضحه الجدول التالي:

### جدول رقم (14)

معامل الارتباط بيرسون لحساب العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي

متغيرات الدراسة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
الثقة في العلاقات الافتراضية* تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي	<b>0.589**</b>	دالة
الثقة في العلاقات الافتراضية* تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلي	<b>0.621**</b>	دالة

\*\* معاملات ارتباط دالة عند مستوى (0.01).

يتبين من الجدول رقم (14) وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين كلاً من الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الترابطي والتواصل، حيث بلغت قيم معاملات الارتباط لكلا المحورين (0.589، 0.621)، على التوالي، وهو ما يوضح أنه كلما زاد مستوى الثقة في العلاقات الافتراضية أدى ذلك إلى تكوين رأس المال الترابطي والتواصل بشكل أكبر.

إجابة السؤال الرابع: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو تكوين رأس المال الترابطي والتواصل باختلاف متغيرات (العمر، الجنس، الدخل، المستوى التعليمي)؟

قبل اختيار الأساليب الإحصائية الملائمة للمعالجة الإحصائية اللازمة للتحقق من صحة فروض الدراسة، قام الباحث بالتأكد من اعتدالية توزيع منحني البيانات، ومدى خضوعه للتوزيع الطبيعي، لتحديد نوع الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، من خلال اختبار (كولمجروف سميرونوف) (Kolmogorov-Smirnov test) وجاءت النتائج كما يلي:

### جدول (15)

اختبار كولمجروف سميرونوف لمتغيرات العينة قيد البحث

م	المتغيرات	اختبار كولمجروف سميرونوف	
		القوة الإحصائية	مستوى الدلالة
1	العمر	0.450	*0.00
2	الجنس	0.492	*0.00
3	الدخل	0.411	*0.00
4	المستوى التعليمي	0.325	*0.00

يوضح الجدول رقم (15) أن قيم اختبار كولمجروف سميرونوف لمتغيرات الدراسة بلغت (0.450، 0.492، 0.411، 0.325) على التوالي، بمستوى دلالة أقل من 0.05، مما يشير إلى عدم اعتدالية توزيع العينة في هذه المتغيرات، وبالتالي استخدام الاختبارات اللامعملية.

أولاً: الفروق باختلاف متغير العمر:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير العمر، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

**الجدول رقم (16)**

**نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر**

مستوى الدلالة	درجة الحرية	مربع كاي	متوسط الرتب	العدد	العمر	محاور الدراسة
0.246 غير دالة	5	7.476	165.34	63	أقل من 20 سنة	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد التواصلية
			168.43	76	من 20-29 سنة	
			164.40	53	من 30-39 سنة	
			138.98	72	من 40-49 سنة	
			114.28	44	من 50-59 سنة	
			134.54	12	من 60 سنة فأكثر	
0.353 غير دالة	5	5.547	163.40	63	أقل من 20 سنة	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد الترابية
			171.32	76	من 20-29 سنة	
			174.70	53	من 30-39 سنة	
			150.43	72	من 40-49 سنة	
			142.34	44	من 50-59 سنة	
			141.04	12	من 60 سنة فأكثر	

يتضح من الجدول رقم (16) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو تكوين رأس المال الترابية والتواصلية وفقاً لمتغير العمر، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير العمر نحو تكوين رأس المال الترابية والتواصلية.

**ثانياً: الفروق باختلاف الجنس:**

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات افراد الدراسة باختلاف متغير الجنس، استخدم الباحث اختبار مان ويتني (Mann-Whitney) وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

**جدول رقم (17)**

**نتائج اختبار مان ويتني (Mann-Whitney) للفروق بين متوسطات استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير الجنس**

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	الجنس	محاور الدراسة
0.812 غير دالة	-0.238	18749.50	158.89	118	ذكر	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد التواصلية
		32610.50	161.44	202	أنثى	
0.524 غير دالة	-1.515	16162.50	136.97	118	ذكر	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد الترابية
		29088.50	144.25	202	أنثى	

يبين الجدول رقم (17) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو تكوين رأس المال الترابطي والتواصلية وفقاً لمتغير الجنس، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير الجنس نحو تكوين رأس المال الترابطي والتواصلية.

#### ثالثاً: الفروق باختلاف متغير الدخل:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير الدخل، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

#### الجدول رقم (18)

#### نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الدخل

مستوى الدلالة	درجة الحرية	مربع كاي	متوسط الرتب	العدد	الدخل	محاور الدراسة
0.246 غير دالة	4	8.311	161.83	161	أقل من 5000 ريال	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد الترابطي
			153.04	40	من 5000-10000 ريال	
			139.86	46	من 10001-15000 ريال	
			130.56	39	من 15001-20000 ريال	
			169.18	34	أكثر من 20000 ريال	
0.343 غير دالة	4	3.334	168.95	161	أقل من 5000 ريال	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد الترابطي
			160.60	40	من 5000-10000 ريال	
			145.85	46	من 10001-15000 ريال	
			151.03	39	من 15001-20000 ريال	
			153.09	34	أكثر من 20000 ريال	

يتضح من الجدول رقم (18) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو تكوين رأس المال الترابطي والتواصلية وفقاً لمتغير الدخل، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير الدخل نحو تكوين رأس المال الترابطي والتواصلية.

#### رابعاً: الفروق باختلاف متغير المستوى التعليمي:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير المستوى التعليمي، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

### الجدول رقم (19)

نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	درجة الحرية	مربع كاي	متوسط الرتب	العدد	المستوى التعليمي	محاور الدراسة
0.070 غير دالة	2	5.305	161.83	65	ثانوي فأقل	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد التواصلية
			153.04	181	جامعي	
			169.18	74	فوق الجامعي	
0.837 غير دالة	2	0.356	168.95	65	ثانوي فأقل	درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المستخدمين في البعد الترابطية
			160.60	181	جامعي	
			153.09	74	فوق الجامعي	

يوضح الجدول رقم (19) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو تكوين رأس المال الترابطية والتواصلية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير المستوى التعليمي نحو تكوين رأس المال الترابطية والتواصلية.

إجابة السؤال الخامس: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي باختلاف متغيرات (العمر، الجنس، الدخل، المستوى التعليمي)؟

أولاً: الفروق باختلاف متغير العمر:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير العمر، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

### الجدول رقم (20)

نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

مستوى الدلالة	درجة الحرية	مربع كاي	متوسط الرتب	العدد	العمر	محور الدراسة
0.408 غير دالة	5	4.918	152.68	63	أقل من 20 سنة	الثقة في رأس المال الاجتماعي
			159.57	76	من 20-29 سنة	
			163.84	53	من 30-39 سنة	
			135.41	72	من 40-49 سنة	
			133.91	44	من 50-59 سنة	
			139.92	12	من 60 سنة فأكثر	

يبين الجدول رقم (20) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي وفقاً لمتغير العمر، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير العمر نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي.

### ثانياً: الفروق باختلاف الجنس:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير الجنس، استخدم الباحث اختبار مان ويتني (Mann-Whitney) وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

#### جدول رقم (21)

نتائج اختبار مان ويتني (Mann-Whitney) للفروق بين متوسطات استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير الجنس

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	الجنس	محور الدراسة
0.785 غير دالة	0.273-	19156.00	162.34	118	ذكر	الثقة في رأس المال الاجتماعي
		32204.00	159.43	202	أنثى	

يوضح الجدول رقم (21) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي وفقاً لمتغير الجنس، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير الجنس نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي.

### ثالثاً: الفروق باختلاف متغير الدخل:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير الدخل، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

#### الجدول رقم (22)

نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الدخل

مستوى الدلالة	درجة الحرية	مربع كاي	متوسط الرتب	العدد	الدخل	محور الدراسة
0.124 غير دالة	4	6.473	155.68	161	أقل من 5000 ريال	الثقة في رأس المال الاجتماعي
			154.95	40	من 5000-10000 ريال	
			139.36	46	من 10001-15000 ريال	
			143.38	39	من 15001-20000 ريال	
			149.14	34	أكثر من 20000 ريال	

يتضح من الجدول رقم (22) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي وفقاً لمتغير الدخل، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير الدخل نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي.



#### رابعاً: الفروق باختلاف متغير المستوى التعليمي:

للتعرف على ما إذا كان هناك فروق دالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة باختلاف متغير المستوى التعليمي، قام الباحث باستخدام اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

#### الجدول رقم (23)

#### نتيجة اختبار كروسكال واليس (Kruskal Wallis) للفروق إجابات عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

مستوى الدلالة	درجة الحرية	مربع كاي	متوسط الرتب	العدد	المستوى التعليمي	محور الدراسة
0.309 غير دالة	2	2.346	155.68	65	ثانوي فأقل	الثقة في رأس المال الاجتماعي
			154.95	181	جامعي	
			149.14	74	فوق الجامعي	

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي تُعزى لمتغير الدخل، حيث إن جميع قيم مستويات الدلالة أكبر من (0.05)، وبالتالي لا يوجد تأثير دال إحصائياً لمتغير المستوى التعليمي نحو الثقة في رأس المال الاجتماعي.

#### مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها:

بعد عرض الباحث لنتائج دراسته يمكنه الآن تفسيرها وبيان أسبابها، فأظهرت النتائج أن مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي الترابطي لدى أفراد المجتمع السعودي جاء بدرجة ضعيفة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وأن درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين رأس المال الاجتماعي التواصلي جاء بدرجة متوسطة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة تغريد الوادعي التي أشارت إلى أن معدلات تحقق رأس المال الاجتماعي من استخدام السنايب شات كانت عالية، ويمكن أن يكون سبب اختلاف نتائج الدراستين إلى اقتصار دراسة الوادعي على السنايب شات فقط، في حين أن هذه الدراسة تشمل كافة شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة فريدة عمروش وأسماء قليعة التي أظهرت وجود علاقة قوية بين استخدام فيس بوك النشط ورأس المال الاجتماعي، ويرى الباحث أن سبب الاختلاف هو اقتصار دراسة فريدة وأسماء على فيس بوك، وأن هذه الدراسة تشمل كافة شبكات التواصل الاجتماعي، إضافة إلى اختلاف مجتمع الدراسة.

كما تختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة علاء الشامي التي أظهرت وجود علاقة بين استخدام فيس بوك ورأس المال الاجتماعي التواصلي والارتباطي، ويرى الباحث أن سبب الاختلاف هو الزمن حيث إن بين الدراستين 10 سنوات.

وفي إجابة سؤال مستوى ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل الاجتماعي بينت النتائج أن ثقة أفراد المجتمع السعودي في العلاقات عبر شبكات التواصل

الاجتماعي جاء بدرجة متوسطة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة تغريد الوادعي ونتيجة دراسة وفاق حافظ التي أظهرت أن ثقة الجمهور العراقي في وسائل الإعلام التقليدية أعلى من وسائل التواصل الاجتماعي.

وفي إجابة حول مستوى العلاقة بين الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الاجتماعي أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين كلاً من الثقة في العلاقات الافتراضية وتكوين رأس المال الترابطي والتواصل، وتتفق هذه النتيجة من نتائج دراسة عبير سفران التي توصلت إلى وجود علاقة بين الثقة المجتمعية الفردية والمؤسسية ورأس المال الاجتماعي، وتتفق كذلك مع نتائج دراسة فريدة عمروش وأسماء فليحة التي توصلت إلى وجود علاقة قوية بين استخدام فيس بوك النشط ورأس المال الاجتماعي، وتتفق مع نتائج دراسة علاء الشامي التي توصلت إلى وجود علاقة بين استخدام فيس بوك ورأس المال الاجتماعي التواصلي والارتباطي.

## مراجع الدراسة:

- 1 فاطمة الغرباوي: أمن الهوية عبر شبكات رأس المال الاجتماعي في مجتمع الإمارات، مجلة الآداب، مجلة علمية محكمة، جامعة بغداد، العدد 141، المجلد 1، 1443هـ، ص ص 538-540.
- 2 زينب مكي وآخرون: تأثير أبعاد رأس المال الاجتماعي في تعزيز مهارات التفكير الإبداعي، مجلة الإدارة والاقتصاد، مجلة علمية محكمة، جامعة كربلاء، العدد 35، المجلد 9، 2020، ص 264.
- 3 فيصل الطائفي: المكتبات العامة ودورها في رأس المال الاجتماعي، مجلة جامعة كربلاء، مجلة علمية محكمة، جامعة كربلاء، العدد 1، المجلد 12، 2014م، ص 152.
- 4 <https://www.albankaldawli.org/ar/publication/human-capital/brief/the-human-capital-project-frequently-asked-questions#2>
- 5 <https://www.alwatan.com.sa/article/1094959>
- 6 بلنحافي أمينة ومختاري فيصل: إشكالية رأس المال الاجتماعي بين المفهوم والقياس، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، مجلة علمية محكمة، الجزائر، العدد 9، المجلد 5، 2017، ص 9.
- 7 حفيظة جلولي و عبد القادر بغدادباي: رأس المال الاجتماعي: قراءة كرونولوجية من النشأة إلى الافتراضية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مجلة علمية محكمة، جامعة عبد الحميد بن باديس، العدد 2، المجلد 9، 2022م، ص 61.
- 8 علاء الشامي: مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، مجلة علمية محكمة، جامعة الملك سعود، العدد 10، 1434هـ، ص 113.
- 9 تغريد الوادعي: دور سناب شات في بناء رأس المال الاجتماعي لدى الشباب السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1442هـ.
- 10 بندر آل عاليه: التعليم الجامعي ودوره في تنمية رأي المال الاجتماعي وانعكاساته على المجتمع في ضوء رؤية 2030، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1442هـ.
- 11 عبيد سفران: دور الثقة المجتمعية في تعزيز رأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1442هـ.
- 12 فريدة عمروش وأسماء قليعة: علاقة استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيس بوك بتراكم رأس المال الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العدد 54، المجلد 13، 2021م.
- 13 علاء الشامي: مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، مجلة علمية محكمة، جامعة الملك سعود، العدد 10، 1434هـ.
- 14 أسماء قليعة: الثقة الاجتماعية وعلاقتها بتراكم رأس المال الاجتماعي لدى مستخدمي فيس بوك، مجلة الاتصال والصحافة، مجلة علمية محكمة، جامعة الجزائر، العدد 1، المجلد 8، 2021م.
- 15 بشائر الخطيب: العوامل المؤثرة لدى الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، 1442هـ.
- 16 لجين سلامة: اتجاهات طلاب الجامعات السعودية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وطرق مواجهتها، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الملك سعود، 1442هـ.
- 17 وفاق حافظ: مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور العراقي، مجلة دراسات وبحوث إعلامية، مجلة علمية محكمة، الجامعة العراقية، العدد 1، 2021م.
- 18 صديق بله: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم العمل الخيري، مجلة الروانز، مجلة علمية محكمة، جامعة باتنة، الجزائر، العدد، المجلد 3، 2019م.
- 19 عبد الباسط هويدي وفرحات بلقاسم: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الممارسة الإعلامية التقليدية في تغطية الحراك الاجتماعي بالجزائر، مجلة الإعلام والمجتمع، مجلة علمية محكمة، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 2، المجلد 3، 2019م.

- 20 رؤى شريف: دور مواقع التواصل الاجتماعي للفضائيات العراقية في ترتيب أولويات الجمهور، رسالة ماجستير منشورة في مجلة الباحث الإعلامي، مجلة علمية محكمة، جامعة بغداد، العدد 42، المجلد 10، 2018م.
- 21 مصلحة الإحصاءات العامة، 1431هـ. وفي أثناء إجراء الباحث لهذه الدراسة عام 1443هـ بدأ التعداد السكاني، وحتى الآن لم تظهر البيانات، لذا اعتمد على آخر إحصاء للسكان.
- 22 صالح العساف: المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، 1416هـ، ص 189.
- 23 تفضل بتحكيم الاستبانة كل من: د. عبد الله الأحمرى، ود. علي السيد.