

انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي
السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية كما يراها طلاب كلية العلوم
الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (دراسة ميدانية)

د. عبد الله بن فالح السكران

أستاذ أصول التربية المشارك في كلية العلوم الاجتماعية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية كما براها طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي من خلال تطبيق استبانة على عينة من الطلاب في الأقسام التربوية بلغ قوامها (٣٤٥) طالباً، تم اختيارهم بطريقة طبقية عشوائية. وذلك لتحديد توجهات قادة الرأي نحو القضايا المجتمعية من وجهة نظرهم، وانعكاس هذا على اتجاهاتهم نحو سبل مواجهة تلك القضايا، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة جاءت بدرجة موافقة كبيرة، وأن أعلى التوجهات لقادة الرأي في تويتر ركزت على قضيتي المخدرات والتهور في قيادة السيارات، كما بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تعزى لمتغيرات الدراسة (المستوى الدراسي - معدل الساعات اليومية لاستخدام تويتر - قادة الرأي في تويتر)، بينما لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير طرق استخدام برنامج تويتر.

الكلمات المفتاحية: انعكاسات، قادة الرأي، القضايا المجتمعية، اتجاهات الطلاب.

Reflections Towards Opinions of Twitter's Influentials on the Saudi university youth's attitude towards some of the social issues from the perspective of the students of the Social Science College at Imam Muhammad bin Saud Islamic University

Dr. Abdullah bin Faleh Alsakran

Associated professor of foundations of education at the college of social science at Imam Muhammad bin Saud Islamic University

Abstract: The study aims at identifying the reflections towards opinions of twitter's influentials on the Saudi university youth's direction towards some of the social issues, as it is seen by the students of the social science college at Imam Muhammad bin Saud Islamic University. The study used descriptive screening methodology using a survey on a sample of students in the educational sector. The number of students reached 345 students that were picked through a randomised layering method to specify their reflections towards the opinions of twitter influentials in regards to social issues and the effects it will take on their behaviour towards social issues. The study showed that most of the university youth's were in agreement towards their topics methods of dealing with social issues. Twitter influentials gave particular attention to 2 social issues. The first was the drug issue and the second is wreckless driving. The results also showed with statistical evidence that there is a difference between the means of results of the study sample that depend on 3 parameters (education level, twitter usage hours per day, twitter influentials). However, there is no statistical evidence that there is a difference between sample means based on different methods of using twitter are significant.

Key Words: Reflections, Influentials, Social Issues, Students' attitude.

مقدمة:

تمر المجتمعات المعاصرة بتحولات سريعة نتيجة للتقدم التقني، وثورة الاتصال والمعلومات، وقد أثر ذلك على المجتمع السعودي حيث يؤكد عدد من المهتمين باجتماعيات التربية أن ثورة الاتصال الحديث تعد من أبرز وأهم عوامل التحول الذي طرأ على المجتمع السعودي، وقد أدت تلك الثورة إلى استخدام أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي من خلال استخدام العديد من شبكات التواصل الاجتماعي (القحطاني، ١٤٣١هـ، ٣).

ولقد أصبحت هذه الشبكات التي تعنى بالتواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبها من حرية الرأي ما يميزها عن غيرها من المصادر الأخرى، كما أنها تميزت باستقطاب الباحثين عن الأخبار بمواقعها المتخصصة والمتعددة وهو ما أثر على عملية نقل الأخبار للرأي العام والتي عكست بشكل واضح توجهات أصحاب هذه المصادر، حيث أكد الصاعدي (٢٠١٢م) أنه يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في خدمات التواصل الشخصي أو التعليمي أو الحكومي أو الدعوي أو الإخباري.

ويتميز الإعلام الجديد بالتنوع في وسائل الاتصال والتكنولوجيا؛ والانتقال إلى الفردية والتفاعل عبر مجموعة من التطبيقات المتعلقة بوسائل الاتصال وشبكة الإنترنت والوصول إلى المراد دون حواجز زمنية أو مكانية واستقبال ذلك، بالإضافة إلى توفير مصادر المعلومات لعموم الناس بشكل ميسر (عيساني، ٢٠١٣).

ويعد دخول الإنترنت إلى المملكة العربية السعودية وانتشار استخدامه من قبل أفراد المجتمع نقلة نوعية وحضارية، حيث يستخدم حوالي ٥١% من سكان المملكة الإنترنت للدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي، بمعدل حوالي ساعتين و ٥٠ دقيقة يومياً، وتشير الدراسات والإحصائيات العالمية إلى أن المملكة العربية السعودية تحتضن حوالي ١,٩ مليون مستخدم أي أكثر من ٥٠% من مجموع مستخدمي تويتر في المنطقة العربية، حيث أظهر رسم بياني صممه شركة (Yes 2 Digital) إن عدد مستخدمي "تويتر" في السعودية، يزيد على عدد سكان قطر، والبحرين، والكويت مجتمعة، إذ يبلغ سبعة ملايين مستخدم. كما نشرت Y2D دراسة في مطلع ٢٠١٤ أظهرت أن أربعة من كل عشرة مستخدمين للإنترنت في السعودية لديهم حساب في "تويتر". أما بالنسبة للغة المستخدمة على شبكة تويتر في المملكة، فقد أخذت اللغة العربية الحيز الأكبر مع أكثر من ٩٠% من التغريدات باللغة العربية ما يفسر نمو هذه اللغة بنسبة ١٠% من عدد التغريدات العربية منذ مارس ٢٠١٢م (IPSOS, 2015). ونتج عن هذا الزخم الشديد ما عرف بقيادة الإعلام الجديد أو قادة الرأي الذين أصبح لهم تأثير على سلوك الآخرين، نتيجةً لتمييزهم من نواح مختلفة مثل: شخصيتهم، مهاراتهم، أو اطلاعهم على الشأن العام، وتشير دراسة ثابت (٢٠١٣) أن البحوث العلمية أثبتت أن الجماهير أكثر تأثراً بقيادة الفكر أو الرأي من رواد المعرفة الأخرى ومن وسائل الاتصال الجماهيرية المعروفة، كما أن لهم دوراً في بلورة اتجاهات الرأي والإفصاح عنها وتمثيلها.

وكأي مجتمع آخر فإن قادة الرأي – سواء في المملكة العربية السعودية أو غيرها- يختلفون باختلاف المجالات، حيث نلاحظ أن من يصفون على أنهم من قادة الرأي يتعاملون مع وسائل الاتصال المختلفة بطريقتين: الأولى: التعرض المباشر لهذه الوسائل الاتصالية، إذ يخصصون جزءاً كبيراً من وقتهم لمتابعة المضامين الإعلامية التي تعنى بالقضايا المحلية أو الخارجية ومن ثم يكونون وجهة نظر شخصية تجاهها. والثانية: التعرض الوسيط (غير المباشر) لوسائل الاتصال، ويعني أن قادة الرأي المؤثرين في المجتمع تصلهم الرسالة الإعلامية عن طريق أشخاص آخرين ينقلون إليهم المعلومة كما هي من وسائل الاتصال ثم يُكوّن قادة الرأي وجهة نظر متفكّة أو مختلفة مع المعلومات الأصلية؛ ثم ينقلونها بدورهم إلى الرأي العام (Littlejohn, 1982). وفي هذا يشير

البشر (٢٠٠٧) أن القادة الأكثر تأثيراً في المملكة العربية السعودية على الرأي العام وتوجهات الأفراد تتوافر فيهم الخصائص الثلاث التالية: الصفة الدينية (التدين)، والثقة والقبول الاجتماعي، التعرض لوسائل الاتصال بشكل مستمر.

وعلى صعيد آخر، جاء في التقرير السنوي لدوائر التأثير الاجتماعي وقائمة أقوى المؤثرين بالشبكات الاجتماعية والصادر عن المرصد السعودي للإعلام الاجتماعي (إلمام) في عام ٢٠١٥م. أن عدد عمليات التفاعل الاجتماعي بلغ مليار عملية على موقع تويتر، وتم ترتيب قادة الرأي في تويتر الأكثر تأثيراً في المملكة العربية السعودية بناء على عدد المتابعين لهم في حساباتهم في تويتر كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١)

يوضح أهم قادة الرأي في تويتر بالمملكة العربية السعودية في عام ٢٠١٥.

م	الشخصية	مجال الاهتمام	عدد المتابعين
١	د. محمد العريفي	الدعوة	١١,٠٨٥ مليون متابع
٢	أ. أحمد الشقيري	داعية وإعلامي	٩,٣٤٧ مليون متابع
٣	د. عائض القرني	الدعوة	٨,٤٣٦ مليون متابع
٤	د. سلمان العودة	الدعوة	٦,١٧٠ مليون متابع
٥	أ.د. طارق الحبيب	الطب النفسي	٤,٩٨٩ مليون متابع

المصدر: المرصد السعودي للإعلام الاجتماعي (إلمام) متاح على الرابط:

<http://www.saudismedia.com/245172B122611>

وعلى صعيد آخر، فمن المسلم به أن لكل مجتمع مشكلاته الخاصة التي يعاني منها ويحاول معالجتها، وفي نفس الوقت تتشارك كثير من المجتمعات في مواجهة تلك المشكلات المتشابهة؛ خاصة فيما يتعلق بتحسين فرص الحياة في العمل والتعليم والصحة والتي تعد مجتمعة المنتج الرئيس لكثير من القضايا المجتمعية المعاصرة، وبتحليل بعض الدراسات والاستطلاعات، ومن خلال الرصد للواقع في المجتمع السعودي المعاصر، يمكن تحديد أهم تلك القضايا المعاصرة الراهنة المتمثلة في الشائعات الإلكترونية، والترفيه الرقمي وأثره على الشباب، والتهور في قيادة السيارات؛ والتعصب الرياضي، والمخدرات. حيث تسبب تلك القضايا قلقاً وتوتراً ينتشر في المجتمع السعودي لتتحول إلى مثير ومعكر لصفو الحياة الاجتماعية، وتصبح المشكلات الاجتماعية في شكل متلازمة اجتماعية.

وعليه، فإن قادة الرأي في الإعلام الجديد بالمملكة العربية السعودية عليهم مسؤولية كبرى في مواجهة التحديات التي يتعرض لها المجتمع، وفي الدفع بمسار التنمية الوطنية في أبعادها المختلفة؛ وذلك من خلال التأثير على اتجاهات الشباب بصفة خاصة، الأمر الذي يتطلب وضع آلية لتفعيل دورهم في معالجة الآثار المترتبة نحو بعض القضايا المجتمعية لدى الشباب من خلال الاستشارة والتنوير بحلول وتبعيات وآثار تلك القضايا المجتمعية التي باتت ظاهرة غريبة على المجتمع السعودي.

مشكلة الدراسة وتساولاتها:

يشهد العالم المعاصر أحداثاً متسارعة في ظل تحولات اجتماعية، وسياسية واقتصادية و نفسية، هذه التحولات قد يصعب تحليلها وتفسيرها حيث تأتي ضمن مسميات مختلفة تسهم في تشكيل الرؤى والأفكار في المجتمعات.

ويبرز دور الشباب بوصفه عنصر فاعل في تحديد الرأي العام من خلال تعامله مع وسائل التواصل الاجتماعي وما يتشكل فيها من خلط ما بين الآراء (views) والأخبار (News)، وكذلك طرق معالجة الإعلام لبعض القضايا القائمة على مصالح خاصة.

من هنا يكمن دور قادة الرأي في الحفاظ على المصلحة العامة وعلى الاتزان في المجتمع، من خلال توجيه الرأي العام، بالإضافة إلى تتبع بعض التحديات والعواقب التي يفرضها الإعلام الجديد على الشباب ممثل في انتشار بعض الظواهر التي أصبحت من القضايا المجتمعية الأساسية في المجتمع السعودي، وتحديد ما يعرف بتجزئة الجمهور Demystification نحو آليات مواجهة تلك القضايا من ناحية، وقضية الخصوصية Privacy التي يسعى الشباب إلى المطالبة بها بصفة دائمة ومستمرة من ناحية أخرى، بالإضافة إلى مقاومة مضامين الاتصال الجديدة لعدد من القيود الرقابية، وفرض نوع من الوصاية الإلكترونية Big brotherism، حيث أشارت نتائج دراسة ليلي وعبد الرزاق (Leila & Abderrazak, 2013) إلى أن التسويق عبر قادة الرأي يعتمد اعتماداً كبيراً على الشباب الذين تتراوح أعمارهم من (١٥-٣٠) عامًا. كما أن نسبة المشاركة الاجتماعية والسياسية مرتفعة لدى أصحاب المستوى التعليمي الجامعي فأعلى مقارنة بأصحاب المستوى التعليمي الأقل.

لذا تحاول هذه الدراسة تحديد توجهات قادة الرأي في تويتر نحو بعض القضايا المجتمعية السائدة في المجتمع السعودي (الشائعات الإلكترونية، الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، التهور في قيادة السيارات؛ التعصب الرياضي، المخدرات)، وانعكاسات هذه التوجهات على اتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك القضايا.

وعليه تتحدد أسئلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية كما يراها طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؟

ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما لإطار المفاهيمي لقادة الرأي
٢. ما واقع توجهات قادة الرأي نحو بعض القضايا المجتمعية (الشائعات الإلكترونية، الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، التهور في قيادة السيارات؛ التعصب الرياضي، المخدرات)، كما يراها طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؟
٣. ما واقع توجهات الشباب الجامعي السعودي نحو سبل مواجهة القضايا المجتمعية (الشائعات الإلكترونية، الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، التهور في قيادة السيارات؛ التعصب الرياضي، المخدرات)، كما يراها طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؟
٤. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغيرات (المستوى الدراسي-معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر -طرق استخدام برنامج تويتر-قادة الرأي في تويتر) نحو انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في الكشف عن واقع توجهات قادة الرأي في تويتر نحو بعض القضايا المجتمعية السائدة في المجتمع السعودي نحو: (الشائعات الإلكترونية، الترفيه الرقمي وأثره

على الشباب، التهور في قيادة السيارات؛ التعصب الرياضي، المخدرات)، وانعكاسات هذه التوجهات على واقع توجهات الشباب الجامعي نحو سبل مواجهة تلك القضايا، وتحديد ما إذا كانت للخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من المستوى الدراسي ومعدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر وطرق استخدام برنامج تويتر ونوع المتابعة لقادة الرأي في تويتر أثر على توجهاتهم نحو تلك القضايا.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في اختيار الموضوع انطلاقاً من الإشكالات الأخلاقية التي تعاضمت في ظل انتشار الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد بين فئة الشباب، كما أن هذه الدراسة تعد خطوة لإبراز وكشف الدور المنوط بقيادة الرأي البارزين بالمجتمع السعودي عبر شبكات التواصل الاجتماعي-تويتر-في الحفاظ على المجتمع واستقراره وتؤمن له الحماية الواعية من خلال معالجة وطرح أهم القضايا المجتمعية في المملكة العربية السعودية، وتكوين درجة من الإدراك الناضج لدى الشباب نحو تلك القضايا بما يتوافق مع الضوابط الإسلامية.

مصطلحات الدراسة:

- **قادة الرأي Opinion Leaders:** يعرفه طنطاوي (٢٠٠٩، ٩٧) "هم الأشخاص المؤثرون الذين تتوافر لديهم من الصفات والسلوك ما يميزهم عن غيرهم ويجعلهم موضع ثقة من الآخرين، فهم يؤثرون في أفكارهم من أجل تحقيق أهداف محددة، ويتوقف هذا التأثير على تقييم الجمهور لهم وتقبله لأفكارهم باعتبارهم مصدرًا موثوقًا به وليس من الضروري أن يكونوا من أصحاب المناصب الرسمية"
- ويمكن تعريفهم إجرائيًا على أنهم "مجموعة من الأفراد يعملون على تحويل الاتصال الجماهيري عبر تويتر Twitter إلى اتصال مباشر وشخصي تبعًا لتأثيراتهم الاجتماعية وقدراتهم الشخصية من خلال تشكيل ونقل وتفسير مضمون الرسائل التي تتناول بعض القضايا المجتمعية التي تؤثر على توجهات الأفراد والجماعات، ويكون لديهم عدد كبير من المتابعين".
- **القضايا المجتمعية Community Issues:** يمكن تعريفها إجرائيًا بأنها "مجموعة من المشكلات التي تمثل حالة من الخروج على التوجه العام للمجتمع السعودي بشكل يؤدي إلى وجود فجوة مجتمعية بين الواقع وما ينبغي أن يكون، مما يحتاج إلى إعادة التوازن لنظامه وثقافته".
- **الاتجاهات:** يعرفها المدني (٢٠٠٩) "بأنها عبارة عن الاستعداد العقلي العصبي عند الفرد تنظمها خبراته السابقة بما يكفل استجاباته نحو المثيرات التي يواجهها في بيئته"

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة بما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** اقتصرنا هذه الدراسة على الكشف عن انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر (د. محمد العريفي، أ. أحمد الشقيري، د. عائض القرني، د. سلمان العودة، أ. د/ طارق الحبيب) على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية (الشائعات الإلكترونية، الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، التهور في قيادة السيارات؛ التعصب الرياضي، المخدرات).
- **الحدود المؤسسية:** كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- **الحدود الزمانية:** الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٣٦-١٤٣٧هـ.

الدراسات السابقة:

١- دراسة تشان ومسرا (Chan&Misra,1990) "سمات قادة الرأي".

حيث استعرض الباحثان التراكم العلمي المنبثق من نظرية انتقال المعلومات ثم استخرجا عددًا من سمات قادة الرأي التي تكررت في الدراسات السابقة وأجريا مسحًا ميدانيًا لعينة بحثية قوامها ٣٧٦ مجوًا لمعرفة آرائهم حول ترتيب هذه السمات حسب أهميتها. وأكدت نتائج الدراسة أن المصادقية والثقة والمكانة الاجتماعية والتعرض المستمر لوسائل الإعلام تأتي في طليعة سمات قادة الرأي المؤثرين

٢- دراسة روبرت وآخرون (Robert ,et al.,1991) "الكاريزما في قيادة الرأي".

حيث استهدفت الدراسة التعرف على السمات الشخصية للأشخاص المؤثرين في المجتمع التي من أهمها اقتناع قادة الرأي أنفسهم بالقضايا التي يتحدثون فيها إلى الجمهور إذا كانوا يردون التأثير في معتقداتهم وسلوكهم، وحدد روبرت وزملاؤه مستويات ثلاثة للسمات الشخصية الناجحة لقادة الرأي. الأول يتعلق بالصفات الشخصية، والثاني العلاقة بين القائد الرأي وجمهوره، والمستوى الثالث يتعلق بمكانة قائد الرأي المعتبرة في المجتمع.

٣- دراسة البشر (٢٠٠٧) " قادة الرأي في المجتمع السعودي دراسة وصفية استقرائية في ضوء نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين".

تناولت هذه الدراسة موضوع قادة الرأي في المجتمع السعودي من خلال الكشف عن سماتهم وخصائصهم في ضوء التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الاستقرائي في النظر إلى التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين واستخلاص الحقائق المتعلقة بالسمات العامة لقادة الرأي المؤثرين ومن ثم محاولة تطبيقها على ما يمكن وصفهم بقادة الرأي في المجتمع السعودي. وقد توصل الباحث إلى سمات ثلاث تستند إلى حقائق علمية وشواهد من الواقع المعاش تمثلت في صفات دينية، وصفات متعلقة بالثقة والقبول الاجتماعي، وصفات متعلقة بالتعرض لوسائل الاتصال المختلفة من أجل الحصول على المعلومات الضرورية التي يقومون بصياغتها وتفسيرها ومن ثم نقلها إلى الجمهور المراد التأثير فيه

٤- ميشيل فانسون (Mecheel,Vansoon,2010) "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية في بريطانيا"

وكان الهدف من الدراسة التعرف على أثر تلك الشبكات على العلاقات الاجتماعية في بريطانيا، وقد استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات وطبقت على عينة قوامها (١٦٠٠) شابًا من مستخدمي أدوات التواصل الاجتماعي، وقد أكدت الدراسة على أن نصف البالغين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي يقضون وقتًا أطول على شبكة الإنترنت من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم، وأفراد أسرهم، أو في مشاهدة التلفاز، أو التحدث عبر الهاتف، كما أكدت الدراسة على أن وسائل التواصل الاجتماعي غيرت في نمط حياة البريطانيين.

٥- دراسة كي جي نستون وآخرون (K. Johnston et al. 2013) ". اتجاهات طلاب جامعة كيب تاون بجنوب أفريقيا نحو مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر)"

وهدفت الدراسة إلى تحديد اتجاهات الطلاب مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) طبقت الدراسة على عينة من الطلاب الجامعيين بلغ عددهم (٤٨٦)، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن استخدام الطلاب لموقع فيس بوك للتواصل مع الأصدقاء بشكل كبير، أمّا موقع تويتر فغالبًا ما يستخدمه الطلاب للحصول على الأخبار.

٦- دراسة بي أزيومان (B. Ezumah, 2013) "مدى استخدام تويتر وانتشاره بين طلاب الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية"

وهدفت الدراسة التعرف على استخدام تويتر وانتشاره بين طلاب الجامعات في منطقة الغرب الأوسط من الولايات المتحدة الأمريكية، وقد شملت عينة الدراسة (٢٧٨) طالباً، وتوصلت الدراسة إلى انتشار استخدام تويتر بين طلاب الجامعة وأنه يعتبر ثاني أكبر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً لديهم، وذلك لسهولة استخدامه، وشعبته لدى أفراد المجتمع.

٧- دراسة ثابت (٢٠١٣) "قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الإعلام الجديد (شبكة الإنترنت أنموذجاً)".

تناولت هذه الدراسة موضوع قادة الرأي في المجتمع السعودي، من خلال الكشف عن سماتهم وخصائصهم في ضوء التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الاستقرائي في النظر إلى التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين واستخلاص الحقائق المتعلقة بالسمات العامة لقادة الرأي المؤثرين، ومن ثم محاولة تطبيقها على ما يمكن وصفهم بقادة الرأي في المجتمع السعودي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم سمات وصفات قادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي تمثلت في ثلاث سمات، الأولى: هي الصفة الدينية، والثانية متعلقة بالثقة والقبول الاجتماعي، والسمة الثالثة ترتبط بالتعرض لوسائل الاتصال المختلفة من أجل الحصول على المعلومات الضرورية التي يقوم بصياغتها وتفسيرها ومن ثم نقلها إلى الجمهور المراد التأثير فيه.

٨- دراسة عبد الحميد وآخرون (٢٠١٤) "أثر التسويق عبر قادة الرأي على اختيار الناخبين لمرشحي مجلس الشعب: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة المنصورة".

حاولت الدراسة تحديد أثر التسويق عبر قادة الرأي وأبعاده (تصميم الرسالة المؤثرة، التوجه بالعملاء، الإبداع في المنتج، الاتصالات الفعالة، السياق الاجتماعي الملائم، واستهداف قادة الرأي) على اختيار الناخبين لمرشحي مجلس الشعب. واستخدم البحث قائمة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية بسيطة من طلاب جامعة المنصورة. وتكونت العينة من (٣٨٢) مفردة والتي ٤٧١،٤% من حجم المجتمع عند مستوى ثقة ٩٥%، وفي حدود خطأ معياري ٥+%. وقد أوضحت نتائج البحث وجود ارتباط معنوي بين أبعاد التسويق عبر قادة الرأي وبين اختيار الناخبين لمرشحي مجلس الشعب، ووجود تأثير معنوي إيجابي للتسويق عبر قادة الرأي على اختيار الناخبين لمرشحي مجلس الشعب. ووجود تأثير معنوي إيجابي لكل من (تصميم الرسالة المؤثرة، اتصالات المرشح، استهداف قادة الرأي) على اختيار الناخبين لمرشحي مجلس الشعب. في حين عدم ثبوت وجود تأثير معنوي لأي من (توجه المرشح بالعملاء، وإبداع المرشح، والسياق الاجتماعي الملائم) على اختيار الناخبين لمرشحي مجلس الشعب.

٩- دراسة هاي وكيم (Ha I, & Kim 2014) "أثر استخدام تويتر على طلاب الجامعات الماليزية"

حيث قام الباحثان بدراسة تجريبية على مجموعة من طلاب الجامعات الماليزية للتعرف على مدى استخدامهم لموقع (تويتر) وأثره عليهم، وقد طبقت الدراسة على مجموعة من الطلاب المتطوعين بلغ عددهم (١٢٥) طالباً حيث تم تقسيمهم إلى مجموعتين: تجريبية عددهم (٧٠) طالباً، وأخرى ضابطة وعددهم (٥٥) طالباً، وكشفت الدراسة أن لتويتر أثر كبير وفعال في البيانات والأنشطة التعليمية.

١٠- دراسة عثمان وآخرون (Osman and et.al., 2014) "السياسة والتويتر: تحديد قادة الرأي العام التركي في وسائل الإعلام الاجتماعي الجديد".

حاولت الدراسة تحديد كيفية تشكيل المناقشات السياسية في تويتر بتركيا، بجانب تحديد أهم خصائص قادة الرأي في الاعلام الاجتماعي الجديد، من خلال تحليل الرسائل الإلكترونية لأكثر من عشرة ملايين نشط لمستخدمي التويتر التركي، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن هؤلاء القادة لا يتبعون القواعد التقليدية في التواصل مع الآخرين، بل أنهم يستخدمون تكتيكات مختلفة في إدارة وجودهم على الإنترنت ونشر أفكارهم، كما أنه يمكن الانخراط من خلال تلك المناقشات إلى أكثر من تخصص مع علماء من مختلف الخلفيات العلمية بما يدعم الدراسات التركية، وأنه يمكن من خلال توظيف هؤلاء القادة الانتقال بتركيا إلى مصاف الدول المتقدمة من خلال المناظرات العلمية.

١١- دراسة مكي (٢٠١٤). "قادة الرأي بين الرؤية الإعلامية والأدوار التنموية".

استهدفت الدراسة استعراض السياق التاريخي لظهور مصطلح قادة الرأي، وبيان أهم الخصائص والسمات التي تميزهم عن غيرهم، وتحديد العلاقة الارتباطية بين أدوارهم في تنمية المجتمع وبين التحديات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي تواجه المجتمعات العربية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في تحقيق أهدافها، وبينت نتائج الدراسة أن أغلب قادة الرأي في مجتمعاتنا العربية لا يعرفون أصلاً أنهم قادة رأي، ولا يعون حجم المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتقهم من جهة، كما لا يتوافر الوعي لدى المؤسسات التنموية بمشاريع الإصلاح التي تعتمد على إمكانات قادة الرأي من جهة ثانية.

١٢- دراسة دوبا وجافني Dubois & Gaffney (2014). "جوانب متعددة من التأثير: تحديد قادة الرأي والشخصيات السياسية المؤثرة على تويتر".

استهدفت الدراسة تحديد أهم جوانب التأثير من قبل الشخصيات السياسية وقادة الرأي في كندا من خلال التويتر على المتابعين لهم من قبل المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة الـ Twitter، وذلك من خلال تتبع وتحليل الرسائل الإلكترونية للشخصيات السياسية وقادة الرأي وتحديد أفضل السياقات للمناقشات السياسية سواء كانت بشكل واضح أم لا، وجودة المحتوى الإلكتروني المتداول، والتفاعل في المناقشات من قبل المتابعين وتحديد الهدف النهائي المحقق من تلك المناقشات، وتأثير المتابعين على البيئة الاجتماعية المحيطة بهم من الأسرة والأصدقاء وزملاء العمل في نقل تلك المناقشات إليهم، وأوصت الدراسة بضرورة متابعة وانتقاء هؤلاء القادة وتوظيف آراءهم في توجيه السياسة الكندية.

١٣- دراسة السويد (٢٠١٥) "استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية".

استهدفت الدراسة التعرف على أهم استخدامات الشباب السعودي لموقع (تويتر)، كما استهدفت الدراسة تحديد علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدي، وقد طبقت الدراسة على خمس جامعات بمدينة الرياض حكومية وأهلية وكانت عينة الدراسة قوامها (٧٣٧) طالباً، وكانت أبرز النتائج: انتشار استخدام تويتر بشكل كبير لمتابع الأخبار والقضايا المحلية والعالمية، وأن سبب انتشار استخدام تويتر يعود إلى سهولة استخدامه.

١٤- دراسة الجميلي (٢٠١٦) "اتجاهات قادة الرأي في الوسط الجامعي إزاء سياسة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي".

استهدفت الدراسة تحليل اتجاهات قادة الرأي في الوسط الجامعي نحو سياسة التعليم العالي والبحث العلمي في العراق وفقاً لمجموعة متغيرات تمثلت بما يلي: الأستاذ الجامعي، المناهج، الطالب، اقسام الجودة، التوأمة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي عن طريق أداة الاستبانة حيث تم توزيع (٧٤) استمارة على قادة الرأي من رئيس الجامعة ومساعد رئيس الجامعة

وعمداء الكليات ومعاوني عمداء الكليات ورؤساء الأقسام في الكليات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تباين درجات الرضا عند المبحوثين، وأن البيئة البحثية في الجامعات العراقية لا تزال غير مشجعة وتختلف من كلية إلى أخرى، وأن أغلبية المبحوثين يرغبون بإجراء تعديلات على سياسة القبول المركزي للطلاب، وضرورة تفعيل مبادئ وأهداف الجودة لتشمل كل أبعاد التعليم العالي والبحث العلمي.

التعليق على الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة يمكن تحديد أوجه الاستفادة منها، لإثراء الدراسة الراهنة وتوجيه مسارها على نحو أكثر دقة. على النحو التالي:

- أشارت العديد من الدراسات السابقة إلى أن انتشار استخدام تويتر يتم بشكل كبير لمتابع الأخبار والقضايا المحلية والعالمية، وأن سبب انتشار استخدام تويتر يعود إلى سهولة استخدامه، وأن لموقع تويتر أثر كبير على طلاب الجامعات، مثل: دراسة السويد (٢٠١٥) دراسة هآي وكيم (Ha) (I, & Kim 2014)، ودراسة بي أزيومان (B. Ezumah, 2013).

- أوضحت العديد من الدراسات السابقة أن لقادة الرأي والفكر دور مهم في التأثير والتغيير الاجتماعي لدى المتابعين لديهم مثل: دراسة مكي (٢٠١٤)، ودراسة عثمان وآخرون (Osman and et.al., 2014) ودراسة ثابت (٢٠١٣).

- اهتمت العديد من الدراسات السابقة ببعض السمات الشخصية لقادة الرأي مثل دراسة تشان وميسرا (Chan&Misra, 1990) ودراسة روبرت وآخرون (Robert, et al., 1991) ودراسة دوبوا وجافني (Dubois & Gaffney, 2014).

- ثمة ندرة في الدراسات التي عُنيت بالوقوف على انعكاسات توجهات قادة الرأي في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وتويتر بصفة خاصة، على اتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض القضايا المجتمعية في ظل توافر العديد من المتغيرات الديمغرافية لهؤلاء الشباب.

- استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في اختيار منهج الدراسة، وتحديد عينة الدراسة ومتغيرات الدراسة، وأداتها.

منهجية الدراسة إجراءاتها الميدانية:

منهج الدراسة:

استعانت الدراسة لتحقيق أهدافها بالمنهج الوصفي المسحي من خلال تطبيق استبانة على عينة ممثلة من طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لتحديد انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهاتهم نحو بعض القضايا المجتمعية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من طلاب مرحلة البكالوريوس وطلاب الدراسات العليا في الأقسام التربوية بكلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود، والبالغ عددهم (٨٣٦٥) طالباً، حسب الإحصائيات الواردة من وزارة التعليم للعام الجامعي ١٤٣٦/١٤٣٧ هـ، منهم (٧٥١٦) طالباً في مرحلة البكالوريوس، و(٨٤٩) طالباً في مرحلة الدراسات العليا، ولقد بلغ حجم عينة الدراسة (٣٤٥) طالباً، وذلك بناء على تطبيق معادلة ستيفن ثامبسون في اختيار حجم العينة والتي يمكن تطبيقها من القانون التالي:

$$n = \left\lceil \frac{N \times p(1-p)}{[N-1 \times (d^2 \div z^2)] + p(1-p)} \right\rceil$$

حيث إن

 $N = \text{حجم المجتمع}$ $Z = \text{الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة } ٠,٩٥ \text{ وتساوي } ١,٩٦$ $D = \text{نسبة الخطأ وتساوي } ٠,٠٥$ $P = \text{نسبة توفر الخاصية والمحايدة } = ٠,٥٠$

ولقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العنقودية العشوائية.

ويعرض الجدول (٢) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة موزعة حسب متغيرات الدراسة.

الجدول (٢)

توزيع عينة الدراسة ونسبها على متغيرات الدراسة.

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
المستوى الدراسي	بكالوريوس	٢٣٣	٦٧,٥%
	دراسات عليا	١١٢	٣٢,٥%
معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر	أقل من ساعتين	١٨٠	٥٢,٢%
	٢-أقل من ٤ ساعات	٥١	١٤,٨%
	٤-أقل من ٦ ساعات	٧١	٢٠,٦%
	أكثر من ٦ ساعات	٤٣	١٢,٤%
طرق استخدام برنامج تويتر	الهاتف الجوال	٢٦٩	٧٨%
	الكمبيوتر الشخصي	٢٤	٧%
	الأثنان معاً	٥٢	١٥%
قادة الرأي في تويتر	د. محمد العريفي	٧٧	٢٢,٣%
	أ. أحمد الشقيري	٦٥	١٨,٨%
	د. عائض القرني	٨٠	٢٣,٢%
	د. سلمان العودة	٦٣	١٨,٣%
	أ.د. طارق الحبيب	٦٠	١٧,٤%
الإجمالي		٣٤٥	١٠٠%

أداة الدراسة:

بناء على طبيعة البيانات، وعلى المنهج المتبع في الدراسة، وجد أن الأداة الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة هي "الاستبانة"، وقد تم بناء أداة الدراسة بالرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة. حيث تكونت الأداة في صورتها النهائية من جزأين:

الجزء الأول: وتناول البيانات الأولية الخاصة بأفراد عينة الدراسة (المستوى الدراسي -معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر -طرق استخدام برنامج تويتر قادة الرأي في تويتر) الجزء الثاني: وتكون من (٦٤) فقرة مقسمة على محوري الدراسة، اللذان يمثلان توجهات قادة الرأي نحو القضايا المجتمعية واتجاهات الشباب نحو سبل مواجهتها، ويبينها الجدول (٣)

الجدول (٣)
توزيع فقرات الاستبانة على محاور الدراسة

م	محور	العدد
١	توجهات قادة الرأي نحو القضايا المجتمعية	الشائعات الإلكترونية.
٢		الترفيه الرقمي وأثره على الشباب
٣		التهور في قيادة السيارات
٤		التعصب الرياضي
٥		المخدرات
٦	اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة القضايا المجتمعية	الشائعات الإلكترونية.
٧		الترفيه الرقمي وأثره على الشباب
٨		التهور في قيادة السيارات
٩		التعصب الرياضي
١٠		المخدرات
٦٤	الإجمالي	

وقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي لتقييم الاستجابات على جميع الفقرات، حيث وزعت الدرجات على فقرات الاستجابة، كالآتي: (موافق بدرجة كبيرة جداً (٥) درجات، موافق بدرجة كبيرة (٤)، موافق بدرجة متوسطة (٣)، موافق بدرجة قليلة (٢)، لا أوافق (١).

صدق أداة الدراسة:

للتحقق من صدق أداة الدراسة تم الاعتماد على صدق المحكمين؛ حيث عرضت الاستبانة بصورتها الأولية على (١٠) من ذوي الاختصاص والخبرة من أعضاء هيئة التدريس في مجال أصول التربية. وقد طلب منهم إبداء الرأي حول مدى صحة الفقرات ومناسبتها للكشف عن انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية، مع حرية الدمج والحذف والإضافة للفقرات، وبناء على التعديلات والاقتراحات التي أبداهها المحكمون، قام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة التي اتفق عليها غالبية المحكمين والتي بلغت نسبة الاتفاق فيها أكثر من (٩٠ ٪)، من تعديل بعض الفقرات وحذف عبارات أخرى، حتى أصبح الاستبيان في صورته النهائية.

وبعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحث بتطبيقها ميدانياً وعلى بيانات العينة قام الباحث بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة، حيث حُسب معامل ارتباط درجات فقرات محوري الدراسة مع الدرجة الكلية للأداة، حيث بلغ معامل الارتباط بين مجموع درجات المحور الأول مع الدرجة الكلية للأداة (٠,٩٠)، وبلغ معامل الارتباط بين مجموع درجات المحور الثاني مع الدرجة الكلية للأداة (٠,٩٣).

ثبات أداة الدراسة:

تم قياس ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ثبات الفايكرونباخ، Cronbach's Alpha (α) والجدول (٤) يوضح معامل الثبات لمحاور أداة الدراسة وهي:

الجدول (٤)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

الرقم	محور	عدد الفقرات	معامل الثبات
١	توجهات قادة الرأي نحو القضايا المجتمعية	٣١	٠,٨٩
٢	اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة	٣٣	٠,٨٨
	الثبات العام		٠,٩١

يتضح من الجدول (٤) أن معاملات الثبات لمحوري الاستبانة تراوحت ما بين (٠,٨٩ - ٠,٨٨)، كما بلغ معامل الثبات العام للاستبانة (٠,٩١)، وهو معامل ثبات عال يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

تصحيح الاستبانة:

للكشف عن انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويرت على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية، تم الاعتماد على المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة لتكون مؤشراً لدرجة الموافقة على النحو التالي: الحد الأعلى لبدائل أداة الدراسة (٥) والحد الأدنى لبدائل الدراسة (١)، وبطرح الحد الأدنى من الحد الأعلى يساوي (٤)، ومن ثم قسمة الفرق بين الحدين على ثلاثة مستويات كما هو موضح في المعادلة التالية:

$4 \div 3$ مستويات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة) = ١,٣٣، والجدول (٥) يوضح معيار الحكم على تقدير المتوسطات الحسابية لعينة الدراسة.

الجدول (٥)

معيار الحكم على تقدير المتوسطات الحسابية لعينة الدراسة.

مدى المتوسطات	درجة الموافقة
٥,٠٠ - ٣,٦٧	كبيرة
٣,٦٦ - ٢,٣٣	متوسطة
أقل من ٢,٣٣	قليلة

المعالجات الإحصائية:

تم استخدام الأساليب والمعالجات الإحصائية التالية: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، التكرارات والنسب المئوية، تم استخدام تحليل التباين الأحادي في (N - Way ANOVA) اختبار أقل فرق معنوي (LSD) لتحديد مصادر الفروق.

عرض النتائج ومناقشتها:

إجابة: السؤال الرئيس: ما انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويرت على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية من وجهة نظر طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؟

وللإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محاور الاستبانة والأداة ككل والجدول (٦) يوضح ذلك:

الجدول (٦)

استجابات أفراد عينة الدراسة على محوري الاستبانة مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات.

م	محوري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
٢	اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة	٤,٥٩	٠,٨٤	١	كبيرة
١	توجهات قادة الرأي نحو القضايا المجتمعية	٣,٨١	٠,٧٢	٢	كبيرة
	الدرجة الكلية	٤,٢٠	٠,٧٢		كبيرة

تبين من الجدول (٦) أن محوري الاستبانة والدرجة الكلية لانعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية من وجهة نظر طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؛ جاءت بدرجة موافقة (كبيرة). وجاءت الدرجة الكلية لانعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية من وجهة نظر طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بمتوسط حسابي (٤,٢٠) وانحراف معياري (٠,٧٢)، حيث جاء المحور الثاني من اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٥٩) وانحراف معياري (٠,٨٤)، كما جاء المحور الأول من توجهات قادة الرأي نحو القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٨١) وانحراف معياري (٠,٧٢).

ويعزى تفسير ما سبق؛ من أن توجهات قادة الرأي نحو تناول القضايا المجتمعية بالتحليل لأسباب انتشارها، وإظهار التبعيات المترتبة عليها من آثار سلبية في المجتمع السعودي وهو ما انعكس بالتبعية على أنه عزز من بلورة اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة لهذه القضايا المجتمعية والإفصاح عنها وتمثيلها. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة ثابت (٢٠١٣) والتي أشارت إلى أن أكثر الجماهير تأثراً بقيادة الرأي هم الشباب وأن لهم دوراً في بلورة اتجاهات الرأي؛ كما تتفق مع دراسة السويد (٢٠١٥) ودراسة هأي وكيم (Ha I, & Kim 2014)، ودراسة بي أزيومان (B. Ezumah, 2013) التي أكدت على تأثير تويتتر بشكل كبير على طلاب الجامعات.

وتحاول الدراسة تفسير ما سبق من خلال الإجابة على ما يأتي:

إجابة: السؤال الفرعي الأول: ما توجهات قادة الرأي نحو القضايا المجتمعية (الشائعات الإلكترونية، الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، التهور في قيادة السيارات؛ التعصب الرياضي، المخدرات)، من وجهة نظر طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؟

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محاور الاستبانة والأداة ككل والجدول (٧) يوضح ذلك:

الجدول (٧)

استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات محور توجهات قادة الرأي نحو القضايا المجتمعية مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة.

م	الفقرات	الحسابات الفرعية	المعاري الانحراف	الرتبة	درجة الموافقة
أولاً: الشائعات الإلكترونية.					
٨	التأكيد على المسؤولية الاجتماعية للفرد في مواجهة الشائعات وتحديد الأفراد والجماعات المستهدفة أو الهشة والتي يمكن أن تكون عرضة للانسحاق وراء الأفكار الهدامة ومحاولة توجيههم	٤,١٢	١,٠١	١	كبيرة
٧	التأكيد على تنمية الوعي بفقهِ الواقع الذي يبني على دراسة الواقع المعاش، دراسة دقيقة مستوعبة لكل جوانبه، معتمدة على أصح المعلومات وأدق البيانات والإحصاءات.	٣,٨١	١,١٣	٢	كبيرة
٦	طرح آليات للأدوار الجديدة لمؤسسات المجتمع (الأسرة - المدرسة ...) في مواجهة الشائعات الإلكترونية بمجالاتها المتعددة.	٣,٧٤	١,٣٣	٣	كبيرة
٥	إبراز الانعكاسات المجتمعية المترتبة على تنامي الشائعات الإلكترونية.	٣,٤٢	١,٣	٤	متوسطة
٤	تصنيف أنواع الشائعات الإلكترونية بناءً على العديد من المعايير والعوامل، بما ينتج عنها فهماً حديثاً لها يساهم في تحليلها والتخطيط لمواجهتها.	٣,٣٧	١,٢٩	٥	متوسطة
٣	تحديد العوامل ذات العلاقة بظهور الشائعات الإلكترونية على الصعيدين الشخصي والاجتماعي.	٣,٢٤	١,٤٥	٦	قليلة
١	بيان المنظور الإسلامي نحو الترويج للشائعات عبر وسائل الإعلام الجديد.	٣,٠٦	١,٤٩	٧	قليلة
٢	التأصيل التاريخي لآثار الشائعات على الشعوب والبلدان عبر العصور والأزمنة المختلفة.	٢,٨٣	١,٢٥	٨	قليلة
الدرجة الكلية لمجال توجهات قادة الرأي نحو قضية الشائعات الإلكترونية		٣,٤٥	٠,٩٠	كبيرة	
ثانياً: الترفيه الرقمي وأثره على الشباب.					
٦	الكشف عن دور المؤسسات التربوية في تنمية كفايات الاستخدام السليم للترفيه الرقمي بين الشباب	٣,٨٦	١,٠٨	١	كبيرة
٤	طرح بدائل حول السلامة الإلكترونية وتوظيفها في الترفيه الرقمي.	٣,٧٨	١,١٦	٢	كبيرة
٢	دور المؤسسات التربوية في تحديد أنماط الترفيه الرقمي المتوافق مع النسق الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للمجتمع السعودي	٣,٧٤	١,٢١	٣	كبيرة

م	الفقرات	الدرجة المتوسط	الدرجة المتوسط	الدرجة الموافقة
١	بيان ضوابط الترفيه (الترويح) الرقمي من منظور التربية الإسلامية	٣,٧١	١,١٦	كبيرة
٣	تنمية الوعي بالآثار الاجتماعية والنفسية المترتبة على الترفيه الرقمي لدى الشباب.	٣,٦٤	١,١٧	متوسطة
٥	تحديد ما هو الثابت والمتغير في الممارسات الترفيهية الرقمية لدى الشباب	٣,٤٠	١,٢	متوسطة
الدرجة الكلية لمجال توجهات قادة الرأي نحو قضية الترفيه الرقمي وأثره على الشباب		٣,٦٩	٠,٨٦	كبيرة
ثالثاً: التهور في قيادة السيارات				
٢	الأضرار المترتبة على التهور في قيادة السيارات	٤,٤٤	٠,٧٨	كبيرة
٣	الأسباب والدوافع التي تقف وراء التفريط والتهور في قيادة السيارة.	٤,٣٠	٠,٩٣	كبيرة
٥	المسؤولية الاجتماعية لدى الفرد والرقابة الذاتية في تطبيق آداب المرور	٤,٠٨	١,٠٥	كبيرة
١	بيان الحكم الشرعي للتهور في قيادة السيارات	٣,٩٨	١,١٩	كبيرة
٦	اعتماد برامج التوعية المرورية على الخصائص المعرفية للشباب بقصد حثهم على الالتزام بإجراءات الوقاية المرورية	٣,٩٦	١,١٤	كبيرة
٤	الأسرة ودورها في تشجيع أبناءهم على القيادة في سن مبكرة.	٣,٤٤	١,٤٧	متوسطة
الدرجة الكلية لمجال توجهات قادة الرأي نحو قضية التهور في قيادة السيارات.		٤,٠٣	٠,٧٥	كبيرة
رابعاً: التعصب الرياضي				
٦	التأكيد على تأثير التفاعل الاجتماعي بين الجماعات الرياضية المختلفة بالثقافة العامة للمجتمع والمعايير التي تحكمه.	٣,٧٤	١,١٤	كبيرة
١	تناول التعصب الرياضي من المنظور الديني والشرعي	٣,٧٣	١,٣٣	كبيرة
٥	دور الإعلام الرياضي في نبذ التعصب ونشر ثقافة الروح الرياضية	٣,٦٦	١,٢	متوسطة
٣	مظاهر التعصب الرياضي وتداعياته السلبية على الفرد والمجتمع	٣,٥٧	١,٢٧	متوسطة
٢	تحديد الفروق الجوهرية بين التشجيع والتعصب الرياضي	٣,٥٥	١,٣٦	متوسطة

م	الفقرات	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
٤	الفهم الجيد لعملية التنشئة الاجتماعية يتيح فرصة معرفة الأسباب التي تؤدي للتعصب الرياضي.	٣,٥٠	١,٣١	متوسطة
	الدرجة الكلية لمجال توجهات قادة الرأي في تويرت نحو قضية التعصب الرياضي.	٣,٦٢	١,٠٠	متوسطة
خامساً: المخدرات				
١	أحكام المخدرات في الفقه الإسلامي	٤,٤٦	٠,٧٩	كبيرة
٣	تأثير المخدرات على كافة النواحي الاقتصادية والأمنية والصحية والنفسية بالنسبة للفرد والمجتمع	٤,٣٧	٠,٩٣	كبيرة
٢	العوامل ذات العلاقة المؤدية إلى تعاطي المخدرات بين الشباب	٤,٢٥	١,٠٨	كبيرة
٤	دور المؤسسات التربوية في الوقاية من تعاطي المخدرات وانتشارها بين الشباب.	٤,١٠	١,١٣	كبيرة
٥	تشديد العقوبات على مروجي المخدرات	٤,٠٢	١,٣٥	كبيرة
	الدرجة الكلية لمجال توجهات قادة الرأي في تويرت نحو قضية المخدرات.	٤,٢٤	٠,٨٢	كبيرة

١- يتضح من الجدول (٧) أن جميع فقرات مجال توجهات قادة الرأي نحو قضية الشائعات الإلكترونية، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٢,٨٣- ٤,١٢)، حيث: جاءت الفقرة رقم (٨) والتي تنص على أن من أهم توجهات قادة الرأي نحو قضية الشائعات الإلكترونية (التأكيد على المسؤولية الاجتماعية للفرد في مواجهة الشائعات وتحديد الأفراد والجماعات المستهدفة أو الهشة والتي يمكن أن تكون عرضة للانسياق وراء الأفكار الهدامة ومحاولة توجيههم) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,١٢) وانحراف معياري (١,٠١)، كما جاءت الفقرة رقم (٧) والتي تنص على توجه (التأكيد على تنمية الوعي بفقه الواقع الذي يبني على دراسة الواقع المعاش، دراسة دقيقة مستوعبة لكل جوانبه، معتمدة على أصح المعلومات وأدق البيانات والإحصاءات) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٨١) وانحراف معياري (١,١٣)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٢) والتي تنص على توجه (التأصيل التاريخي لآثار الشائعات على الشعوب والبلدان عبر العصور والأزمنة المختلفة) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٢,٨٣) وانحراف معياري (١,٢٥).

وقد يعزى ما سبق؛ إلى أن تصورات عينة الدراسة نحو توجهات قادة الرأي في تويرت نحو قضية الشائعات الإلكترونية، أنها قد ركزت بشكل مباشر على المسؤولية الاجتماعية في مواجهتها من خلال تنمية الوعي بفقه الواقع الذي يبني على أصح المعلومات وأدق البيانات والإحصاءات، بينما جاء توجه قادة الرأي في التأصيل التاريخي لآثار الشائعات على الشعوب والبلدان عبر العصور والأزمنة المختلفة في المرتبة الأخيرة من التوجهات لأن تركيز الشباب أكثر ما يكون على الأحداث المحلية الجارية.

٢- كما تبين من الجدول (٧) أن جميع فقرات مجال توجهات قادة الرأي نحو قضية الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (من

٣,٤٠-٣,٨٦)، حيث: جاءت الفقرة رقم (٦) والتي تنص على أن من أهم محور توجهات قادة الرأي نحو قضية الترفيه الرقمي وأثره على الشباب (الكشف عن دور المؤسسات التربوية في تنمية كفايات الاستخدام السليم للترفيه الرقمي بين الشباب) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٨٦) وانحراف معياري (١,٠٨)، كما جاءت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على توجه (طرح بدائل حول السلامة الإلكترونية وتوظيفها في الترفيه الرقمي) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٧٨) وانحراف معياري (١,١٦)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٥) والتي تنص على توجه (تحديد ما هو الثابت والمتغير في الممارسات الترفيهية الرقمية لدى الشباب) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٣,٤٠) وانحراف معياري (١,٢٠).

وقد يعزى ما سبق؛ إلى أن تصورات عينة الدراسة عن توجهات قادة الرأي في تويرنر نحو قضية الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، أنها ركزت على أهمية تفعيل دور المؤسسات التربوية في تنمية كفايات الاستخدام السليم من خلال طرح بدائل حول السلامة الإلكترونية وتوظيفها

٣- كما تبين من الجدول (٧) أن جميع فقرات مجال توجهات قادة الرأي نحو قضية التهور في قيادة السيارات، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٣,٤٤-٤,٤٤)، حيث: جاءت الفقرة رقم (٢) والتي تنص على أن من أهم محور توجهات قادة الرأي نحو قضية التهور في قيادة السيارات (الأضرار المترتبة على التهور في قيادة السيارات) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٤٤) وانحراف معياري (٠,٧٨)، كما جاءت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على توجه (الأسباب والدوافع التي تقف وراء التفحيط والتهور في قيادة السيارة) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٣٠) وانحراف معياري (٠,٩٣)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على توجه (الأسرة ودورها في تشجيع أبناءهم على القيادة في سن مبكرة) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٣,٤٤) وانحراف معياري (١,٤٧).

وقد يعزى ذلك: إلى أن تصورات عينة الدراسة عن توجهات قادة الرأي في تويرنر نحو قضية التهور في قيادة السيارات، أنها ركزت بشكل مباشر على الأضرار المترتبة على التهور في قيادة السيارات وبصفة خاصة ظاهرة التفحيط المنتشرة بين فئة من الشباب بالمملكة العربية السعودية على الرغم من تغليظ العقوبات القانونية على مرتكبيها، كما تركزت في الكشف عن الأسباب والدوافع التي تقف وراء هذه الظاهرة.

٤- كما تبين من الجدول (٧) أن جميع فقرات مجال توجهات قادة الرأي نحو قضية التعصب الرياضي، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٣,٥٠-٣,٧٤)، حيث: جاءت الفقرة رقم (٦) والتي تنص على أن من أهم محور توجهات قادة الرأي نحو قضية التعصب الرياضي (التأكيد على تأثير التفاعل الاجتماعي بين الجماعات الرياضية المختلفة بالثقافة العامة للمجتمع والمعايير التي تحكمه) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣,٧٤) وانحراف معياري (١,١٤)، كما جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على توجه (تناول التعصب الرياضي من المنظور الديني والشرعي) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٧٣) وانحراف معياري (١,٣٣)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على توجه (الفهم الجيد لعملية التنشئة الاجتماعية يتيح فرصة معرفة الأسباب التي تؤدي للتعصب الرياضي) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٣,٥٠) وانحراف معياري (١,٣١).

وقد يعزى ذلك: إلى أن تصورات عينة الدراسة عن توجهات قادة الرأي في تويرنر نحو قضية التعصب الرياضي، أنها أكدت على ضرورة التفاعل الاجتماعي بين الجماعات الرياضية المختلفة في ضوء المعايير التي تحكم ثقافة المجتمع، وتناول المنظور الديني والشرعي لهذه القضية.

٥- ٥- كما تبين من الجدول (٧) أن جميع فقرات مجال توجهات قادة الرأي نحو قضية المخدرات، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٤,٠٢-٤,٤٦)، حيث:

جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على أن من أهم ما تضمنته توجهات قادة الرأي نحو قضية المخدرات (أحكام المخدرات في الفقه الإسلامي) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٤٦) وانحراف معياري (٠,٧٩)، كما جاءت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على توجه (تأثير المخدرات على كافة النواحي الاقتصادية والأمنية والصحية والنفسية بالنسبة للفرد والمجتمع) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٣٧) وانحراف معياري (٠,٩٣)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٥) والتي تنص على توجه (تشديد العقوبات على مروجي المخدرات) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٤,٠٢) وانحراف معياري (١,٣٥).

وقد يعزى ما سبق؛ إلى أن تصورات عينة الدراسة نحو توجهات قادة الرأي في تويرت نحو قضية المخدرات، أنها قد أكدت على إظهار المنظور الإسلامي لتناول المخدرات بين الشباب وتدايعتها على الفرد والمجتمع على كافة النواحي الاقتصادية والأمنية والصحية والنفسية.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه كل من دراسة السويد (٢٠١٥)، ودراسة هآي وكيم (Ha I, & Kim 201) ودراسة بي أزيومان (B. Ezumah, 2013) التي أكدت على تأثير تويرت بشكل كبير على طلاب الجامعات.

إجابة: السؤال الفرعي الثاني: ما اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو سبل مواجهة القضايا المجتمعية (الشائعات الإلكترونية، الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، التهور في قيادة السيارات؛ التعصب الرياضي، المخدرات)، من وجهة نظر طلاب كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية؟

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على محاور الاستبانة والأداة ككل والجدول (٨) يوضح ذلك:

الجدول (٨)

استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات محور اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
أولاً: الشائعات الإلكترونية.					
١	تفعيل نشر المنهج الإسلامي في تربية المجتمع على مواجهة الشائعات الإلكترونية	٤,٣٣	٠,٩١	١	كبيرة
٣	الاعتماد على استراتيجية خنق الشائعات بالحقائق من خلال تقديم الخبر الصادق والصحيح بما يسهم في تكوين الرأي الصائب في الواقعة محل الخبر	٤,٢٩	١,٠٦	٢	كبيرة
٧	أهمية دراسة الطلبة لموضوعات تتناول معايير وأخلاقيات النشر الإلكتروني	٤,٢٢	١,٠٥	٣	كبيرة
٥	التنسيق بين المؤسسات التعليمية والتربوية في وضع سياسة إعلامية موحدة ترسم حدود مسؤولية كل فرد في مقاومة الشائعات الإلكترونية	٤,١٨	١,١	٤	كبيرة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
٢	إنشاء هيئة رسمية للرد على الشائعات بصفتها الجهة ذات الثقة المنوط بها تنفيذ هذه الشائعات	٤,١٤	١,١٨	٥	كبيرة
٤	تفعيل دور المؤسسات التربوية في تكوين مناعة عقلية ضد القبول المتسرع لأي نباح أو تفسير أو قصة	٤,١٣	٠,٩٦	٦	كبيرة
٦	تفعيل الثقة المتبادلة بين المواطن وأجهزة الإعلام الوطنية.	٤,١١	١,٠٥	٧	كبيرة
الدرجة الكلية لمجال اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة للشائعات الإلكترونية		٤,٢٠	٠,٧٤	كبيرة	
ثانيًا: الترفيه الرقمي وأثره على الشباب.					
٤	إكساب الشباب مهارات إدارة الوقت عند ممارستهم للترفيه الرقمي	٤,٣١	١,٠٤	١	كبيرة
١	نشر ثقافة الترفيه بأنواعه الرقمية والإفاداة من أوقات فراغ الشباب.	٤,٢٤	٠,٨٦	٢	كبيرة
٣	نشر ثقافة الترفيه وضوابطه الشرعية في الإسلام بين الشباب	٤,٢٢	٠,٩	٣	كبيرة
٥	تفعيل الشراكة بين المؤسسات التربوية والمجتمعية لتحقيق دورا بنويا وحرًاكا تنويريا في تحقيق السلامة الإلكترونية بين الشباب	٤,٢١	١	٤	كبيرة
٢	تغيير أنماط التنشئة الاجتماعية التقليدية في الترفيه لتشمل أنماط الترفيه الرقمي الإيجابي لدى الشباب.	٤,١٢	٠,٨٦	٥	كبيرة
الدرجة الكلية لمجال اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة للترفيه الرقمي وأثره على الشباب		٤,٣٠	١,٦٧	كبيرة	
ثالثًا: التهور في قيادة السيارات					
٦	تفعيل دور الأسرة التربوي في غرس وتنمية الوعي المروري في لدى الأبناء.	٤,٣٤	٠,٨٤	١	كبيرة
١	زيادة الوازع الديني والأخلاقي لدى الشباب فيما يتعلق بأسس القيادة للسيارات.	٤,٢٢	٠,٩٨	٢	كبيرة
٢	تطوير وتكثيف التوعية المرورية بأساليب حديثة وفعالة عن طريق استخدام الوسائل الإعلامية والتقنيات الحديثة الكفيلة بتوصيلها لكافة شرائح	٤,٢١	٠,٩٧	٣	كبيرة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
	المجتمع.				
٥	ترسيخ مفهوم التربية المرورية في مناهج التعليم العام والخاص ومقررات الكليات والجامعات وذلك لتنشئة جيل واع وملتزم بقواعد وأنظمة المرور ويساهم بفعالية في نشر الوعي المروري	٤,١	١,٠٣	٤	كبيرة
٧	تغيير مدركات الشباب في سبيل تحقيق السلوك المروري الآمن. مع تفادي إجراءات التربية التقليدية القائمة على التهيب والتخويف	٤,٠٣	١	٥	كبيرة
٣	تدعيم أسلوب القيادة الوقائية Defensive Way of Driving أثناء الحصول على رخص القيادة	٣,٩٩	١,١٢	٦	كبيرة
٤	تغليظ العقوبات اللازمة لمرتكبي حوادث التهور في قيادة السيارات	٣,٩٨	١,٣٤	٧	كبيرة
	الدرجة الكلية لمجال اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة التهور في قيادة السيارات.	٤,١٣	٠,٨٢		كبيرة
رابعًا: التعصب الرياضي					
١	نشر برامج التوجيه والإرشاد النفسي للثقافة الرياضية بين جمهور المشاهدين للأنشطة الرياضية عبر وسائل الإعلام الجديد	٤,٣٢	٠,٩٣	١	كبيرة
٢	نشر قيم التسامح، وتنمية الروح الرياضية.	٤,٢٩	٠,٩١	٢	كبيرة
٦	زيادة تأهيل الإعلاميين الرياضيين من خلال عقد المزيد من الدورات التدريبية والملتقيات التنويرية وورش العمل المهنية حول موضوعية التعبير، والكتابة الصحفية والطرح المتزن	٤,٢٨	٠,٩٢	٣	كبيرة
٤	رفع المستوى الثقافي للوسط الرياضي من خلال الجهود المشتركة بين الرئاسة العامة لرعاية الشباب، ووسائل الإعلام، والمدرسة، الجامعات، المؤسسات الدينية، الأسرة، لمحاربة ظاهرة التعصب الرياضي وإرهاصاته.	٤,٠٦	١,٠٩	٤	كبيرة
٥	إدراج سبل مواجهة التعصب والانتماء الرياضي في المناهج التعليمية، وبرامج التوعية الفكرية والرياضية بالمدارس	٣,٩٠	١,٢١	٥	كبيرة

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
٨	تشديد العقوبات الموضوعية التي تعمل على الحد من عملية التعصب الرياضي.	٣,٨٨	١,١	٦	كبيرة
٧	تفعيل الدور الرقابي من المؤسسات والهيئات المدنية المعنية على ما يبث ويكتب دون الإجحاف بحق التعبير.	٣,٨٣	١,٢٥	٧	كبيرة
٣	إطلاق جوائز للروح الرياضية. للمتميزين في الوسط الرياضي والإعلامي من مختلف الفئات - لاعبين ورؤساء أندية وجماهير وإداريين وإعلاميين-.	٣,٨٢	١,٢٦	٨	كبيرة
الدرجة الكلية لمجال اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة التعصب الرياضي.		٤,٠٥	٠,٧٧	كبيرة	
خامساً: المخدرات					
٣	إعداد برامج توعية وتربوية موجهة لفئة الشباب تظهر عوامل وأثار تعاطي المخدرات النفسية والصحية والاجتماعية والاقتصادية على المجتمع والفرد نفسه	٤,٣٩	٠,٩١	١	كبيرة
٦	تفعيل دور الأسرة والمؤسسات التربوية في نشر الوعي حول أخطار المخدرات	٤,٣٧	٠,٩٢	٢	كبيرة
٥	توظيف شبكات التواصل الاجتماعي وآلياتها في بث الوعي حول أخطار المخدرات.	٤,٣٦	١,٠١	٣	كبيرة
١	الاهتمام بالجانب الديني وإنشاء برامج وندوات ومحاضرات لإرشاد الشباب وزيادة الوازع الديني لديهم والتذكير بأضرار المخدرات النفسية والاجتماعية... الخ	٤,٢٧	١,٠	٤	كبيرة
٢	الاهتمام بالتوعية المستمرة بأضرار المخدرات بوجه عام وأن يكون ذلك في إطار التنشئة الاجتماعية للأبناء.	٤,١٩	١,٠٩	٥	
٤	ربط المناهج الدراسية بالحياة العملية وتضمينها في المعلومات والمعارف التي تعينها على معرفة أخطار المخدرات ووسائل الوقاية منها	٤,١٦	١,١٣	٦	كبيرة
الدرجة الكلية لمجال اتجاهات الشباب نحو سبل المواجهة لقضية المخدرات.		٤,٢٩	٨٥.	كبيرة	

١- يتضح من الجدول (٨) أن جميع فقرات مجال اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة الشائعات الإلكترونية، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٤,١١-٤,٣٣)، حيث: جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على أن من أهم محور اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة الشائعات الإلكترونية (تفعيل نشر المنهج الإسلامي في تربية المجتمع على مواجهة الشائعات الإلكترونية) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٣٣) وانحراف معياري (٠,٩١)، كما جاءت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على اتجاه (الاعتماد على استراتيجيات خنق الشائعات بالحقائق من خلال تقديم الخبر الصادق والصحيح بما يسهم في تكوين الرأي الصائب في الواقعة محل الخبر) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٢٩) وانحراف معياري (١,٠٦)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٦) والتي تنص على اتجاه (تفعيل الثقة المتبادلة بين المواطن وأجهزة الإعلام الوطنية) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٤,١١) وانحراف معياري (١,٠٥).

وقد يعزى ذلك: إلى أن تصورات أفراد عينة الدراسة نحو سبل مواجهة الشائعات الإلكترونية، تأثرت بتوجهات قادة الرأي في تويتر من منظور أهمية تفعيل نشر المنهج الإسلامي في تربية المجتمع على مواجهة الشائعات الإلكترونية والتأكد من صحة الخبر وعدم تناوله بالنشر، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الحميد وآخرون (٢٠١٤) التي أكدت على وجود تأثير معنوي إيجابي لكل من (تصميم الرسالة المؤثرة، اتصالات المرشح، استهداف قادة الرأي) على اتجاهات الشباب.

٢- يتضح من الجدول (٨) أن جميع فقرات مجال اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٤,١٢-٤,٣١)، حيث: جاءت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على أن من أهم محور اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة الترفيه الرقمي (إكساب الشباب مهارات إدارة الوقت عند ممارستهم للترفيه الرقمي) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٣١) وانحراف معياري (١,٠٤)، كما جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على اتجاه (نشر ثقافة الترفيه بأنواعه الرقمية والإفادة من أوقات فراغ الشباب) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٢٤) وانحراف معياري (٠,٨٦)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٢) والتي تنص على اتجاه (تغيير أنماط التنشئة الاجتماعية التقليدية في الترفيه لتشمل أنماط الترفيه الرقمي الإيجابي لدى الشباب) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٤,١٢) وانحراف معياري (٠,٨٦).

وقد يعود ذلك: إلى أن تصورات عينة الدراسة نحو سبل الاستفادة من الترفيه الرقمي وأثره على الشباب، تأثرت بتوجهات قادة الرأي في تويتر من خلال التأكيد على إدارة الوقت وحسن استغلاله بشكل بناء مع توفير مسارات محددة لهذا النوع من أنواع الترفيه وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة دوبا وجافني Dubois & Gaffney (٢٠١٤) التي أوضحت أن تأثير المتابعين على البيئة الاجتماعية المحيطة بالشباب من الأسرة والأصدقاء وزملاء العمل تلعب دوراً مهماً في نقل تلك المناقشات المتعلقة بالقضايا المتعددة لديهم.

٣- يتضح من الجدول (٨) أن جميع فقرات مجال اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة التهور في قيادة السيارات، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٣,٩٨-٤,٣٤)، حيث جاءت الفقرة رقم (٦) والتي تنص على أن من أهم محور اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة التهور في قيادة السيارات (تفعيل دور الأسرة التربوي في غرس وتنمية الوعي المروري في لدى الأبناء) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٣٤) وانحراف معياري (٠,٨٤)، كما جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على اتجاه (زيادة الوازع الديني والأخلاقي لدى الشباب فيما يتعلق بأسس القيادة للسيارات) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٢٢) وانحراف معياري (٠,٩٨)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على اتجاه (تغليظ العقوبات

اللازمة لمرتكبي حوادث التهور في قيادة السيارات) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٣,٩٨) وانحراف معياري (١,٣٤).

وقد يعزى ذلك: إلى أن تصورات عينة الدراسة عن سبل مواجهة التهور في قيادة السيارات، تأثرت بتوجهات قادة الرأي في تويتر والتي أكدت على أهمية تفعيل دور الأسرة التربوي في غرس وتنمية الوعي المروري وزيادة الوازع الديني والأخلاقي لدى الشباب، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة دوبوا وجافني Dubois & Gaffney (٢٠١٤) التي أوضحت أن تأثير البيئة الاجتماعية المحيطة بالشباب وخاصة الأسرة تلعب دوراً مهماً في نقل تلك المناقشات المتعلقة بالقضايا المتعددة لديهم.

٤- يتضح من الجدول (٨) أن جميع فقرات مجال اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة التعصب الرياضي، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٣,٨٢-٤,٣٢)، حيث جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على أن من أهم محور اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة التعصب الرياضي (نشر برامج التوجيه والإرشاد النفسي للثقافة الرياضية بين جمهور المشاهدين للأنشطة الرياضية عبر وسائل الإعلام الجديد) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٣٢) وانحراف معياري (٠,٩٣)، كما جاءت الفقرة رقم (٢) والتي تنص على اتجاه (نشر قيم التسامح، وتنمية الروح الرياضية) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٢٩) وانحراف معياري (٠,٩١)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على اتجاه (إطلاق جوائز للروح الرياضية) للمتميزين في الوسط الرياضي والإعلامي من مختلف الفئات -لاعبين وروساء أندية وجماهير وإداريين وإعلاميين- بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٣,٨٢) وانحراف معياري (١,٢٦).

وقد يعزى ذلك: إلى أن تصورات عينة الدراسة نحو سبل مواجهة التعصب الرياضي، تأثرت بتوجهات قادة الرأي في تويتر والتي أكدت على ضرورة نشر برامج التوجيه والإرشاد النفسي للثقافة الرياضية في ظل تدعيم قيم نشر قيم التسامح، وتنمية الروح الرياضية وتتفق تلك النتيجة مع دراسة ثابت (٢٠١٣) التي أبرزت أن من أهم خصائص التأثير لدى قادة الرأي تلك المتعلقة بالمدخل الديني لدى الشباب في معالجة العديد من المشكلات المجتمعية.

٥- يتضح من الجدول (٨) أن جميع فقرات مجال اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة المخدرات، جاءت بدرجة موافقة (كبيرة)، وهذه المتوسطات تراوحت ما بين (٤,١٦-٤,٣٩)، حيث جاءت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على أن من أهم محور اتجاهات الشباب نحو سبل مواجهة المخدرات (إعداد برامج توعية وتربوية موجهة لفئة الشباب تظهر عوامل وأثار تعاطي المخدرات النفسية والصحية والاجتماعية والاقتصادية على المجتمع والفرد نفسه) بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٣٩) وانحراف معياري (٠,٩١)، كما جاءت الفقرة رقم (٦) والتي تنص على اتجاه (تفعيل دور الأسرة والمؤسسات التربوية في نشر الوعي حول أخطار المخدرات) بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٣٧) وانحراف معياري (٠,٩٢)؛ كما جاءت الفقرة رقم (٤) والتي تنص على اتجاه (ربط المناهج الدراسية بالحياة العملية وتضمينها في المعلومات والمعارف التي تعينها على معرفة أخطار المخدرات ووسائل الوقاية منها) بالمرتبة الأخيرة لهذا المجال بمتوسط حسابي (٤,١٦) وانحراف معياري (١,١٣).

وقد يعزى ذلك: إلى أن تصورات عينة الدراسة نحو سبل مواجهة المخدرات، تأثرت بتوجهات قادة الرأي في تويتر والتي أكدت على ضرورة إعداد برامج توعية وتربوية موجهة لفئة الشباب بجانب تفعيل دور الأسرة والمؤسسات التربوية في نشر الوعي حول أخطارها، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة دوبوا وجافني Dubois & Gaffney (٢٠١٤) من أن تأثير المتابعين على

البيئة الاجتماعية المحيطة بالشباب وبصفة خاصة الأسرة تلعب دوراً مهماً في نقل تلك المناقشات المتعلقة بالقضايا المتعددة لديهم.

إجابة: السؤال الفرعي الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغيرات (المستوى الدراسي-معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر طرق استخدام برنامج تويتر-قادة الرأي في تويتر) نحو انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية؟

للإجابة عن هذا السؤال؛ استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الأداة ككل تبعاً لمتغيرات الدراسة، والجدولين (٩ - ١٠) يوضحان ذلك.

الجدول (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن الأداة ككل تبعاً لمتغيرات المستوى الدراسي ومعدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر وطرق استخدام برنامج تويتر وقادة الرأي في تويتر.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير	
٠,٠٨٢	٤,٠٩٢	بكالوريوس	المستوى الدراسي
٠,٠٧٧	٤,٢٩٨	دراسات عليا	
٠,٠٦٨	٤,٣١٩	أقل من ساعتين	معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر
٠,١٠٥	٤,٤٣٣	من ٢-أقل من ٤ ساعات	
٠,٠٩٥	٤,٤٤٤	من ٤-أقل من ٦ ساعات	
٠,١٢٧	٣,٥٨٦	أكثر من ٦ ساعات	
٠,٠٥١	٤,١٢٧	الهاتف الجوال	طرق استخدام برنامج تويتر
٠,١٥٤	٤,١٦٥	الكمبيوتر الشخصي	
٠,٠٩٧	٤,٢٩٤	الأنتان معاً	
٠,٠٩٣	٤,٣٢٣	د. محمد العريفي	قادة الرأي في تويتر
٠,١٠٧	٣,٩٤٥	أ. أحمد الشقيري	
٠,٠٩٧	٤,٣٤٣	د. عائض القرني	
٠,٠٩٣	٤,١٩٦	د. سلمان العودة	
٠,١١٦	٤,١٧٠	أ.د. طارق الحبيب	

يظهر من الجدول (٩) أن هناك فروقاً بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن الأداة ككل تبعاً للمتغيرات: (المستوى الدراسي ومعدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر وطرق استخدام برنامج تويتر وقادة الرأي في تويتر)، ولمعرفة الفروق ذات الدلالة

الإحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في تقديرات أفراد عينة الدراسة نحو انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية تعزى لمتغيرات الدراسة طبق تحليل التباين الأحادي في (ن) N – Way ANOVA، والجدول (١٠) يوضح ذلك

الجدول (١٠)

نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي في (ن) (N – Way ANOVA) على الأداة ككل تبعاً لمتغيرات (انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية).

المتغير	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
المستوى الدراسي	٢,١٦٢	١	٢,١٦٢	٤,٨٠٨	*٠,٠٢٩
معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر	١٩,٢١٢	٣	٦,٤٠٤	١٤,٢٤٠	*٠,٠٠٠
طرق استخدام برنامج تويتر	١,١٣٣	٢	٠,٥٦٦	١,٢٦٠	٠,٢٨٥
قادة الرأي في تويتر	٦,٦٢٨	٤	١,٦٥٧	٣,٦٨٤	*٠,٠٠٦
الخطأ	١٥٠,٢٠٥	٣٣٤	٠,٤٥٠		-----
المجموع	١٧٩,١٠٨	٣٤٤			-----

*ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$)

يبين الجدول (١٠) أنه:

١- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات أفراد العينة على الدرجة الكلية لأداة الدراسة، تعزى لمتغير المستوى الدراسي بين عينة الدراسة من طلاب البكالوريوس وطلاب الدراسات العليا، لصالح فئة عينة الدراسة من وطلاب الدراسات العليا بمتوسط حسابي (٤,٢٩٨)؛ وقد يعزى إلى أن طلاب الدراسات العليا نتيجة دراستهم للعديد من المسارات والمقررات التربوية التي تناولت العديد من المشكلات المجتمعية، تكونت لديهم رؤية واضحة عن الدور المهم لقادة الرأي عبر شبكات التواصل الاجتماعي-تويتر في توجيه الشباب في نحو القضاء على تلك المشكلات.

٢- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسطات أفراد العينة على الدرجة الكلية لأداة الدراسة، تعزى لمتغير معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر. ولتحديد مصادر الفروق تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي (LSD) كما هو موضح في جدول رقم (١١).

الجدول (١١)

اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو الدرجة الكلية للأداة باختلاف متغير معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر.

محور	معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر	المتوسط الحسابي	أقل من ساعتين	من ٢- أقل من ٤ ساعات	من ٤- أقل من ٦ ساعات	أكثر من ٦ ساعات
الدرجة الكلية	أقل من ساعتين	٤,٣١٩		٠,١٦-	٠,١٠٤-	*٠,٥٧٣٦
	من ٢- أقل من ٤ ساعات	٤,٤٣٣	---		٠,٠٥٨٢	*٠,٧٣٦١
	من ٤- أقل من ٦ ساعات	٤,٤٤٤	----	----		*٠,٦٧٧٩
	أكثر من ٦ ساعات	٣,٥٨٦	-----	----	-----	

* دال عند مستوى ٠,٠٥

من خلال الجدول (١١) والذي بين نتائج المقارنات البعدية لمتوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو الدرجة الكلية للاستبانة باختلاف متغير معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر، حيث أوضحت النتائج:

١- أن الفروق بين الطلاب الذين يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر أقل من ساعتين وبين الطلاب الذين يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر أكثر من ٦ ساعات، جاءت لصالح أفراد عينة الدراسة ممن يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر أقل من ساعتين بمتوسط حسابي (٤,٣١٩).

٢- كما أوضحت النتائج أن الفروق بين الطلاب الذين يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر من ٢- أقل من ٤ ساعات وبين الطلاب الذين يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر أكثر من ٦ ساعات، جاءت لصالح أفراد عينة الدراسة ممن يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر من ٢- أقل من ٤ ساعات بمتوسط حسابي (٤,٤٣٣). كما أوضحت النتائج أن الفروق بين الطلاب الذين يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر من ٤- أقل من ٦ ساعات وبين الطلاب الذين يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام التويتر أكثر من ٦ ساعات، جاءت لصالح أفراد عينة الدراسة ممن يبلغ معدل الساعات اليومية لاستخدام من ٤- أقل من ٦ ساعات بمتوسط حسابي (٤,٤٤).

وقد يعزى ذلك: إلى أن تأثير معدل الساعات اليومية في استخدام تويتر يتناسب بشكل عكسي مع التأثير بتوجهات قادة الرأي في تويتر، فكلما قل معدل الساعات كلما كان التأثير بشكل كبير نتيجة عدم التعمق في التأثير النابع من ثقة الشباب في كل ما يتم تدوينه من هؤلاء القادة، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة روبرت وآخرون (Robert, et al., 1991) من أن الكاريزما في قيادة الرأي تلعب دوراً هاماً في التأثير في المعتقدات والسلوكيات

٣- لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات أفراد العينة على الدرجة الكلية لأداة الدراسة، تعزى لمتغير طرق استخدام برنامج تويتر. ويعزو ما سبق؛ إلى اتفاق عينة الدراسة نحو انعكاسات توجهات قادة الرأي في تويتر على اتجاهات

الشباب الجامعي السعودي نحو بعض القضايا المجتمعية، بصرف النظر عن وسائل استخدام برنامج تويتر سواء من الهاتف الجوال أو من الكمبيوتر الشخصي أو الأثنان معًا.

٤- توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($0.05 \geq \alpha$) بين متوسطات أفراد العينة على الدرجة الكلية لأداة الدراسة، تعزى لمتغير قادة الرأي في تويتر. ولتحديد مصادر الفروق تم استخدام اختبار أقل فرق معنوي (LSD) كما هو موضح في جدول رقم (١٢).

الجدول (١٢)

اختبار أقل فرق معنوي (LSD) للفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة نحو الدرجة الكلية للأداة باختلاف متغير قادة الرأي في تويتر.

محور	قادة الرأي في تويتر	المتوسط الحسابي	د. محمد العريفي	أ. أحمد الشقيري	د. عائض القرني	د. سلمان العودة	أ.د. طارق الحبيب
الدرجة الكلية	د. محمد العريفي	٤,٣٢٣		*٠,٣٩١٦	٠,٠٩٦٩	٠,٢٥٣٤	٠,١٠١٠
	أ. أحمد الشقيري	٣,٩٤٥	----		----	----	-----
	د. عائض القرني	٤,٣٤٣	---	*٠,٢٩٤٧		٠,١٥٦٥	٠,٠٠٤١
	د. سلمان العودة	٤,١٩٦	----	٠,١٣٨٢	---		---
	أ.د. طارق الحبيب	٤,١٧٠	----	*٠,٢٩٠٦	----	٠,١٥٢٤	

* دال عند مستوى ٠,٠٥

من خلال الجدول (١٢) والذي بين نتائج المقارنات البعدية لمتوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول نحو الدرجة الكلية للاستبانة باختلاف متغير قادة الرأي في تويتر، حيث أوضحت النتائج أن الفروق بين الطلاب الذين يتابعون د. محمد العريفي والطلاب الذين يتابعون أ. أحمد الشقيري، جاءت لصالح أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون د. محمد العريفي، بمتوسط حسابي (٤,٣٢٣).

كما تبين من خلال الجدول (١٢) والذي بين نتائج المقارنات البعدية لمتوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول نحو الدرجة الكلية للاستبانة باختلاف متغير قادة الرأي في تويتر، حيث أوضحت النتائج أن الفروق بين الطلاب الذين يتابعون د. عائض القرني والطلاب الذين يتابعون أ. أحمد الشقيري، جاءت لصالح أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون د. عائض القرني، بمتوسط حسابي (٣,٩٤٥).

كما تبين من خلال الجدول (١٢) والذي بين نتائج المقارنات البعدية لمتوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول الدرجة الكلية للاستبانة باختلاف متغير قادة الرأي في تويتر، حيث أوضحت النتائج أن الفروق بين الطلاب الذين يتابعون أ.د. طارق الحبيب والطلاب الذين يتابعون أ. أحمد الشقيري، جاءت لصالح أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون أ.د. طارق الحبيب، بمتوسط حسابي (٤. ١٧٠)، وقد يعود ذلك: إلى أن قادة الرأي من ذوي الاهتمام بمجال الدعوة يعد من أكثر

القادة المؤثرين الذين يتم متابعتهم من قبل الشباب السعودي نتيجة للخلفية الإسلامية التي نشأ عليها الشباب في المجتمع السعودي، وتتفق تلك النتيجة مع ما أشار إليه التقرير السنوي لدوائر التأثير الاجتماعي وقائمة أقوى المؤثرين بالشبكات الاجتماعية والصادر عن المرصد السعودي للإعلام الاجتماعي (المام) في عام ٢٠١٥م. من أن أهم ثمانية قوائم من أصل المراتب العشرين الأولى لأكثر ١٠٠ شخصية تأثيراً في السعودية كانت من القوائم المتعلقة بالدعوة والفقه، يليه في ذلك متابعي تخصص الطب النفسي.

التوصيات:

يقترح الباحث في ضوء ما خلصت إليه نتائج الدراسة الحالية عدداً من التوصيات المتنوعة لحل العديد من القضايا المجتمعية المشار إليها في نتائج الدراسة الحالية، وهي على النحو الآتي:

- استثمار الاتجاه الإيجابي نحو متابعة توجهات قادة الرأي لدى الشباب السعودي في تعزيز القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع من خلال نشر تلك القيم الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد آليات مواجهة تلك القضايا بشكل يعتمد على التشاركية في تحديد أثارها وسبل علاجها بصورة عملية تتوافق مع عادات المجتمع السعودي وتقاليديه، وبما يحقق ميول ورغبات الشباب.

- عمل دورات تدريبية لتكوين وعي مجتمعي معلوماتي لدى الشباب الجامعي بدور تلك شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لتدعيم قيم المجتمع عن طريقة الإيجابية في التعامل مع تلك القضايا المجتمعية من قبيل التواصل مع قادة الرأي من خلال تويتر على سبيل المثال لا الحصر.

- إيجاد نوع من التعاون بين قادة الرأي في تصميم معايير وقواعد أخلاقية تُرسخ وتنظم كيفية استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، في سبيل تدعيم روح الرقابة الذاتية-Self Control

- بناء وتقديم البرامج الوقائية والإرشادية الفعالة في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي والتدريب عليها، مع الاستفادة من خبرة قادة الرأي في التعامل مع تلك الشبكات، ونتائج الدراسات النفسية الإرشادية والعلاجية بحيث تشمل آليات تطبيقية تعمل على تعديل البناء المعرفي حيال التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي.

- ضرورة اهتمام قادة الرأي في تويتر في تبني معالجة أحد القضايا المجتمعية بصورة موحدة منهم جميعاً خلال فترات زمنية محددة، حيث أنه ثبت أن التأثير على اتجاهات الشباب نحو معالجة تلك القضايا يزداد عند تطبيق التناول لها مجتمعة من قبل قادة الرأي عن تناولها بصورة مفردة لكل منهم.

- ضرورة تبني نهج موحد بين قادة الرأي في معالجة القضايا المجتمعية بالمجتمع السعودي، والترويج لها بين الشباب بصفة دائمة ومستمرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال توضيح تبعيات انتشار هذه المشكلات وبيان خطورتها بالنسبة للفرد والمجتمع.

قائمة المراجع:

- البشر، محمد سعود (٢٠٠٧). قادة الرأي في المجتمع السعودي دراسة وصفية استقرائية في ضوء نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ٢٤، ١٧١-٢٠٠.
- ثابت، طارق (٢٠١٣). قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الإعلام الجديد (شبكة الإنترنت أنموذجاً)، *مجلة العميد*، ٢(٢)، ٢٠٣-٢٢٥.
- الجميلي، عظيم (٢٠١٦). اتجاهات قادة الرأي في الوسط الجامعي إزاء سياسة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، *مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية*، جامعة بابل، ٦(١)، ٢٠-٣٥.
- السكران، هناء ناصر (١٤٣٤هـ). *استخدام الطالبات في جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن للشبكات الاجتماعية في العملية التعليمية. (الإيجابيات والسلبيات)*، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم أصول التربية، كلية العلوم الاجتماعية، الرياض.
- السويد، محمد بن علي (٢٠١٥) " استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية" بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية: التطبيقات والإشكاليات المهنية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، خلال الفترة ٩١-٢٠/٤/١٤٣٦هـ، الموافق ١٠-١١ مارس ٢٠١٥م، الرياض.
- الصاعدي، سلطان (٢٠١٢). *الشبكات الاجتماعية " خطر أم فرصة"*، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- طنطاوي، نسرین حسام الدين (٢٠٠٩). *دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا القومية لدى قادة الرأي بالمجتمع المحلي، بالتطبيق على محافظة المنيا*، رسالة ماجستير، كلية الآداب جامعة المنيا.
- عبد الحميد، طلعت وحسن، عبد العزيز والدسوقي، رضوى أحمد (٢٠١٤). أثر التسويق عبر قادة الرأي على اختيار الناخبين لمرشحي مجلس الشعب: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة المنصورة، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، ٣٨(٣)، ٣٧٣-٤٠٣.
- عوض، حسني (٢٠١٢). *أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب - تجربة مجلس شباب عمار القدس نموذجا -*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس.
- عيساني، رحيمة الطيب (٢٠١٣). الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، *مجلة الباحث الإعلامي*، ٢٠(٢)، ٥٠-٦٧.
- القحطاني، عامر (١٤٣١هـ). التطور التقني وأثره على العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- المدني، أسامة (٢٠٠٩). استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، *مجلة كلية الآداب*، جامعة حلوان، ٢٦، ٥٩٥-٦٢٨.
- مكي، هشام (٢٠١٤). *قادة الرأي بين الرؤية الإعلامية والأدوار التنموية*، مقالات علمية مركز نماء للبحوث والدراسات، متاح على الرابط <http://nama-center.com/ActivitieDatials.aspx?id=345> بتاريخ دخول ٢٤/٢/٢٠١٥.
- American Behavioral Scientist, 58(10), 1260-1277.
- B. Ezumah. (2013) College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 4(5), pp 27-34.

- Chan, K. and Misra, S. (1990) Characteristics of the opinion leader: A new Dimension, *Journal of Advertising*, 19:53-60.
 - Dubois, E., & Gaffney, D. (2014). [The Multiple Facets of Influence Identifying Political Influentials and Opinion Leaders on Twitter.](#)
 - Ha I, & Kim CH (2014). *Understanding User Behaviors in Social Networking Service for Mobile Learning: a Case Study with Twitter. Malaysian Journal of Computer Science. Vol. 27(2), pp 112-123*
 - <http://alkhaleejonline.net/articles/1423917862014202100/9>
 - K. Johnston et al. (2013) *Use, perception and attitude of university students towards facebook and twitter. Electronic Journal of Information Systems Evaluation. Vol.16 (3), pp 200-210.*
 - Leila, C. and Abderrazak, G. (2013), "The Impact of the Effectiveness of a Buzz Marketing Campaign on the Image, Awareness and Purchasing Decision: The Moderating Role of Involvement", *Journal of Marketing Research & Case Studies*, Vol. (2013).
 - Littlejohn, S. (1984). *Theories of Human Communication*, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
 - Mecheel, Vansoon, (2010) Facebook and the invasion of
 - Osman, Z. and Hatipoğlu, E. and Göktürk, G. and Luetgert,
 - B. & Saygın, Y. (2014) *Twitter and politics: identifying Turkish opinion leaders in new social media, Turkish Studies*, 15 (4), 671-688.
 - Robert, D. and Woodward, R. & Cary, R. (1991) *Political Communication in America* ea. New York: Preager
- technological communities , N.Y, Newyurk.
- www.ipsos-na.com/download/pr.aspx?id=8598.
 - Zhang, X. & Dahai, D. (2008). Ways of Identifying the Opinion Leaders in Virtual Communities, *International Journal of Business and Management*, (7)3, 21-27.

