

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

"أثر صناعة المحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات لدى جيل Z في
مدينة الرياض، المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على مستخدمي
منصة إنستغرام"

إعداد: رهدف زياد الدالاتي

الرقم الأكاديمي: 222001157

إشراف: د. توفيق عمري

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**"The Impact of Digital Content Creation on the
Values and Behaviors of Generation Z in Riyadh,
Saudi Arabia: A Field Study on Instagram Users"**

Prepared by: Rahaf Ziad Aldalati
ID:222001157

Supervised by:
Dr. Tewfik amri

2026

شكر و عرفان

أتقدم أولاً بالحمد والشكر لله سبحانه وتعالى، الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله وعونه أتممت هذا البحث، فله الحمد أولاً وآخرًا، ظاهراً وباطناً، حمداً يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه.

كما أشكر والدي رحمه الله، الذي كان وسيظل في قلبي مصدرًا للفخر والعزيمة، وأحد أعظم أسباب ما وصلت إليه من قوة وإصرار، فأسأل الله أن يتغمده بواسع رحمته، ويسكنه فسيح جناته، ويجعل ما قدمه لي في ميزان حسناته، وأتقدم أيضًا بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى والدتي الغالية، التي كانت وما زالت سندًا ودعاءً لا ينقطع، ومصدرًا للحنان والدعم والصبر، فأسأل الله أن يجزيها عني خير الجزاء.

كما أرفع خالص الشكر والتقدير إلى الدكتور **توفيق عمري**، على ما قدمه من توجيه علمي، وملاحظات بناءة، ونصح كريم، كان له الأثر الكبير في إتمام هذا البحث على الوجه المطلوب، ولا يفوتني أن أشكر جامعة ميدأوشن، لما وقّرت من بيئة علمية محفزة، ودعم أكاديمي أسهم في إنجاز هذا العمل.

وأخيرًا، أسأل الله سبحانه وتعالى أن يجعل هذا العمل نافعًا ومباركًا، وأن يجزي كل من كان له فضل في دعمي وإتمام هذا البحث خير الجزاء، والحمد لله رب العالمين.

الإهداء

إلى والدي رحمه الله،
إلى من كان وما زال أثره حاضراً في حياتي وقلبي، وإلى من علّمني معنى القوة والعزيمة، أهدى هذا العمل وفاءً وحباً، وأسأل الله أن يتغمده بواسع رحمته ويسكنه فسيح جناته.

إلى والدتي حفظها الله،
إلى القلب الحنون، والدعاء الصادق، والسند الذي لا يميل، إلى من كانت وما زالت سبباً في قوتي وصبري ومواصلة الطريق، أهدى هذا العمل بكل حب وامتنان.

إلى إخوتي الأعزاء،
إلى من شاركوني الدعم والمحبة، وكانوا لي خير العون في رحلتي، ورفيقاً في فرحي وتعبتي، لكم مني كل الشكر والتقدير.

وإلى أساتذتي الكرام في كلية الإعلام والتسويق،
الذين قدموا لي العلم والنصح والتوجيه، فكان لهم الفضل بعد الله في إتمام هذا العمل، لكم خالص شكري وعظيم امتناني.

رہف الدالائي

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر صناعة المحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات لدى جيل Z في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، مع التركيز على منصة إنستغرام بوصفها إحدى أبرز منصات التواصل الاجتماعي انتشاراً بين الشباب. ويأتي هذا البحث في ظل التطور الرقمي المتسارع الذي شهدته المجتمعات المعاصرة، والذي أدى إلى تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية في التواصل وتبادل المعلومات وصناعة المحتوى. وتكمن مشكلة الدراسة في محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة بين التعرض للمحتوى الرقمي عبر إنستغرام وبين منظومة القيم والسلوكيات لدى جيل Z، في ظل ما قد يحمله هذا المحتوى من تأثيرات إيجابية أو سلبية في الجوانب الاجتماعية والأخلاقية والاستهلاكية وأنماط التفاعل المجتمعي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، حيث تم استخدام الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات من عينة من مستخدمي منصة إنستغرام من جيل Z في مدينة الرياض. وتهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة المحتوى الأكثر متابعة، وقياس مدى تأثيره في القيم والسلوكيات لدى الشباب. وتتبع أهمية هذه الدراسة من إسهامها في فهم تأثير صناعة المحتوى الرقمي على الشباب في المجتمع السعودي، بما يساعد الباحثين وصناع القرار والمؤسسات الإعلامية على تطوير استراتيجيات توعوية تساهم في تعزيز الاستخدام الإيجابي لمنصات التواصل الاجتماعي والحد من آثارها السلبية المحتملة.

الكلمات المفتاحية: صناعة المحتوى الرقمي، القيم والسلوكيات، جيل Z

Abstract:

This study aims to examine the impact of digital content creation on the values and behaviors of Generation Z in Riyadh, Saudi Arabia, with a particular focus on Instagram as one of the most widely used social media platforms among young people. The study is conducted in light of the rapid digital transformation that has significantly increased reliance on digital platforms for communication, information exchange, and content creation. The research problem lies in identifying the nature of the relationship between exposure to digital content on Instagram and the values and behaviors of Generation Z. Digital content may contribute to either strengthening or weakening certain values and may influence behavioral patterns in social, ethical, and consumer aspects, as well as in forms of social interaction. The study adopts the descriptive survey method and uses an electronic questionnaire as the main data collection tool. The questionnaire will be distributed to a sample of Generation Z Instagram users in Riyadh. The importance of this study lies in its contribution to understanding the influence of digital content creation on youth within the Saudi society. The findings may assist researchers, policymakers, and media institutions in developing awareness strategies that promote the positive use of social media platforms while minimizing their potential negative effects.

Keywords: Digital content creation, values and behaviors, Generation Z.

المحتويات

جدول المحتويات

2	شكر وعرفان
3	الإهداء
4	ملخص:
5	المحتويات
6	مقدمة
7	<u>الفصل الأول: الإطار المنهجي</u>
8	إشكالية البحث:
8	تساؤلات الدراسة:
8	فرضيات الدراسة:
9	أسباب اختيار الموضوع:
10	أهداف الدراسة:
10	تحديد المفاهيم (لغة / اصطلاحاً):
11	أهمية الدراسة:
11	مجتمع البحث والعينة:
12	<u>الفصل الثاني: الإطار النظري</u>
13	تمهيد
14	الدراسات السابقة
24	المقاربة النظرية
25	مجالات الدراسة
26	<u>الفصل الثالث: الإطار التطبيقي</u>
27	تمهيد
28	تحليل الدراسة وتفرغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:
36	النتائج العامة
38	الخاتمة
39	توصيات الدراسة
40	الملاحق:
41	المراجع والمصادر:

مقدمة

الثورة الرقمية جعلت أشياء كثيرة لم تكن نتصور حدوثها قبل عدة سنوات أمراً ضرورياً، لا يمكن أن نتخيل حياتنا بدونها اليوم، باختصار إن الإنسان أصبح عبداً للتكنولوجيا بكل ما تعنيه كلمة عبد من معنى. وفي ظل هذا التطور الكبير والسريع بتنا نشهد أجيال تعقبها أجيال يعيشون تطوراً وتوسعا كبيراً في مجالات عدة ولا يمكننا أن ننكر أثرها عليهم ابتداءً من نهضة الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وانتهاءً بجيل ألفا الحالي. تشهد على أعظم أثر ممكن من بين هذه الأجيال وهو جيل زد الذي عاصر في الغالب النقلة النوعية بين الجيلين الأول في بداية النهضة، والجيل الحالي في قمة ما وصلنا له من ذكاء اصطناعي وأدوات تساهم في تطورات البشرية.

ولأن الدراسات والبحوث الاجتماعية تعتبر مصدرًا أساسيًا في تشخيص الظواهر الاجتماعية وتحليلها، ولأن لها أهم دور في الإسهام برسم السياسات العامة وتوجيهها، والمساعدة في تحسين مسار الحياة الاجتماعية من أجل الحد من الظواهر السلبية، فإن تناول موضوعات مرتبطة باستخدام الوسائط الرقمية وتأثيرها على الأفراد، ولا سيما فئة الشباب، أصبح ضرورة علمية ومجتمعية ملحة. فالشباب اليوم يعيشون في بيئة رقمية مفتوحة، تتدفق فيها المعلومات والصور والمقاطع والرسائل بصورة متسارعة، الأمر الذي يجعلهم أكثر عرضة للتأثر بما يُعرض عليهم من قيم وأنماط سلوك واتجاهات مختلفة، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

وتبرز في هذا السياق ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مظهرًا حديثًا تطوّر مع التقدم التكنولوجي المتسارع، التي أصبحت بديلاً لوسائل التواصل التقليدية. وقد ترتب على انتشار هذه الوسائل العديد من الآثار الإيجابية والسلبية، الأمر الذي يستلزم من المستخدم قدرًا كافيًا من الوعي والإدراك للتمييز بين ما هو نافع وما هو ضار، وفهم انعكاساته التعليمية والاجتماعية، والنفسية، والصحية. كما أن هذه المنصات لم تعد مجرد أدوات ترفيه أو اتصال، بل أصبحت فضاءات لصناعة المحتوى، وتشكيل الرأي العام، وبناء الصورة الذاتية، والتأثير في أنماط الاستهلاك، وطبيعة العلاقات الاجتماعية، وطريقة إدراك الفرد لذاته ومحيطه.

وعليه، يتناول هذا البحث موضوع "أثر استخدام تطبيق إنستغرام على جيل Z في مدينة الرياض"، يُمثّل جيل Z الفئة السكانية التي وُلدت تقريباً بين عامي 1997 و 2012، وهم 'الرقميون بالفطرة' الذين تشكل وعيهم في ظل الانفتاح التقني والانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي، مما جعل المحتوى الرقمي عنصراً أساسياً في بناء هويتهم وتوجيه قيمهم وسلوكياتهم اليومية.

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول شريحة عمرية تمثل حاضراً المجتمع ومستقبله، وهي شريحة جيل زد التي تتسم بسرعة التفاعل مع الوسائط الرقمية، وكثرة التعرض للمحتوى المرئي، والتأثر بالرموز الرقمية والمؤثرين وصنّاع المحتوى. كما أن مدينة الرياض، باعتبارها عاصمة المملكة العربية السعودية وأكثرها حيوية في التحول الرقمي والاجتماعي، تمثل بيئة مناسبة لدراسة هذا النوع من التأثيرات، نظراً لانتشار استخدام المنصات الرقمية فيها على نطاق واسع بين الشباب.

كما تتبع أهمية الدراسة من محاولة فهم العلاقة بين الاستخدام اليومي لتطبيق إنستغرام وبين ما قد يطرأ على القيم والسلوكيات لدى جيل Z، سواء فيما يتعلق بالجانب الاجتماعي أو النفسي أو التعليمي. فالاستخدام المستمر لهذه المنصات قد يسهم في تعزيز بعض الجوانب الإيجابية، مثل الانفتاح المعرفي، وسرعة الوصول إلى المعلومات، وتوسيع دوائر التواصل، لكنه في الوقت نفسه قد يؤدي إلى آثار سلبية، كتعزيز المقارنات الاجتماعية، وتششت الانتباه، وتغير أنماط التفاعل الواقعي، والاعتماد المفرط على الصورة والانطباع البصري، وما يرتبط بذلك من انعكاسات على الهوية والسلوك.

ومن هنا تأتي الحاجة إلى دراسة هذا الموضوع بصورة علمية تعتمد على المنهج الوصفي وتحاول الوقوف على واقع الاستخدام، وخصائص الفئة المستهدفة، وأثر التنشئة الاجتماعية في توجيه سلوكهم الرقمي، والآثار المترتبة على هذا الاستخدام في حياتهم اليومية. كما أن البحث في هذا المجال يمكن أن يسهم في تقديم صورة أوضح لصانعي القرار، والجهات التربوية، والمؤسسات الإعلامية، بما يساعدهم على بناء برامج توعوية واستراتيجيات اتصالية أكثر فاعلية، تعزز الاستخدام الإيجابي لمنصات التواصل الاجتماعي وتحد من آثارها السلبية المحتملة.

ونأمل من خلال هذا البحث أن نتوصل بنتائجه إلى دعم صانعي القرار في رسم الخطط الاجتماعية ذات الصلة التوعوية، وأيضا تعزيز وعي جيل زد في مدينة الرياض تجاه الانعكاسات المحتملة لاستخدام إنستقرام، بما يحقق الاستخدام الأمثل ويحد من آثاره السلبية المحتملة على جيل Z والأجيال القادمة بحول الله تعالى.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

إشكالية البحث:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً رقمياً متسارعاً انعكس بصورة مباشرة على أنماط الاتصال والتفاعل الاجتماعي، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي بيئة رئيسية لتبادل المعلومات وصناعة المحتوى ونشره. وفي المملكة العربية السعودية، ازداد الاعتماد على هذه المنصات بشكل ملحوظ، خاصة بين جيل Z الذي يُعد الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع البيئة الرقمية. وقد أدى هذا التحول الرقمي إلى بروز صناعة المحتوى الرقمي كمجال مؤثر لم يعد يقتصر على الترفيه، بل أصبح وسيلة لتشكيل الاتجاهات ونقل القيم وبناء الصور الذهنية، الأمر الذي يثير تساؤلات حول طبيعة هذا التأثير داخل المجتمع السعودي.

ومع التعرض اليومي المكثف لجيل Z لمضامين رقمية متنوعة مثل منصة إنستغرام، برزت مؤشرات على إمكانية تأثير منظومة القيم والسلوكيات لديهم، إذ قد يسهم المحتوى الرقمي في تعزيز بعض القيم أو إضعاف بعضها الآخر، وكذلك في تشكيل السلوكيات أو تغييرها بصورة إيجابية أو سلبية، سواء في الجوانب الاجتماعية أو الأخلاقية أو الاستهلاكية أو في أنماط التواصل والتفاعل المجتمعي. ويزداد هذا التأثير تعقيداً في ظل السياق الثقافي والاجتماعي للمجتمع السعودي، مما يجعل فهم أبعاد هذه الظاهرة أمراً ضرورياً.

وانطلاقاً من ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين صناعة المحتوى الرقمي والقيم والسلوكيات لدى جيل Z، وتحديد مدى تأثيرها واتجاهه بصورة علمية. وتُعرف صناعة المحتوى الرقمي في هذه الدراسة بوصفها عملية إنتاج ونشر مضامين إعلامية عبر منصات التواصل الاجتماعي، في حين يُقصد بالقيم مجموعة المبادئ والمعايير التي توجه سلوك الأفراد، أما السلوكيات فتعبر عن أنماط التصرفات والممارسات اليومية. وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، باستخدام الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات وتحليلها، وتُطبق على عينة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من جيل Z في المملكة العربية السعودية. وتنبع أهمية هذه الدراسة من الحاجة إلى قياس هذا التأثير ميدانياً داخل المجتمع السعودي، بما يسهم في تقديم نتائج علمية يمكن أن تفيد الباحثين وصنّاع القرار والمؤسسات الإعلامية في فهم التحولات القيمية والسلوكية لدى الشباب، الأمر الذي يجعل هذه المشكلة جديرة بالدراسة والبحث العلمي.

تساؤلات الدراسة:

- ما طبيعة المحتوى الرقمي الأكثر متابعة من قبل جيل Z على منصة إنستغرام في الرياض؟
- إلى أي مدى يسهم المحتوى الرقمي على إنستغرام في تعزيز بعض القيم أو إضعاف بعضها الآخر لدى جيل Z في الرياض؟
- هل توجد علاقة بين كثافة استخدام إنستغرام وتغير السلوكيات لدى جيل Z في الرياض؟

فرضيات الدراسة:

- تختلف طبيعة المحتوى الرقمي الأكثر متابعة على منصة إنستغرام بين جيل Z وفقاً لعوامل مثل الجنس والعمر ومستوى التعليم
- يساهم متابعة أنواع محددة من المحتوى الرقمي على إنستغرام في تعزيز بعض القيم أو إضعاف بعضها الآخر
- يرتبط مستوى كثافة استخدام إنستغرام بسلوكيات جيل Z بما في ذلك السلوكيات الاجتماعية والاستهلاكية والتواصلية.

أسباب اختيار الموضوع:

• أسباب ذاتية:

1. الاهتمام الشخصي بالمجال الرقمي: نبع اختيار هذا الموضوع من اهتمامي بمجال الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى، كما أنه يعتبر مجالاً معاصراً يشهد تطوراً مستمراً وتأثيراً متزايداً في المجتمعات.
2. الانتماء للفئة المدروسة: نظراً لأن جيل Z يُمثل شريحة شبابية معاصرة تتفاعل يومياً مع منصات التواصل الاجتماعي، فإن دراسة تأثير المحتوى الرقمي على هذه الفئة تمثل اهتماماً بحثياً نابغاً من القرب من الواقع الاجتماعي والثقافي.
3. الرغبة في الاسهام في توعية المجتمع: إيماناً بأهمية الدور التوعوي للإعلام، تسعى الباحثة في بحثها إلى تقديم دراسة قد تساعد في نشر الوعي حول تأثير المحتوى الرقمي على قيمنا وسلوكياتنا.
4. الاهتمام الشخصي بمنصة إنستقرام بوصفها بيئة إعلامية مؤثرة: نظراً لكون منصة إنستقرام من أكثر المنصات استخداماً وانتشاراً بين الشباب، فقد أثار ذلك اهتمام الباحثة بدراسة طبيعة المحتوى المتداول عبرها وتحليل تأثيره المحتمل.

• أسباب موضوعية:

1. التحول الرقمي المتسارع في السعودية: يشهد المجتمع السعودي تطوراً رقمياً متنامياً جعل منصات التواصل الاجتماعي، ومن بينها إنستقرام، جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للشباب.
2. الحاجة إلى دراسات ميدانية متخصصة: رغم تعدد الدراسات حول وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك حاجة إلى دراسات ميدانية تركز على منصة محددة (إنستقرام) وفي نطاق جغرافي محدد (مدينة الرياض) لفهم التأثير بشكل أدق.
3. الأهمية التطبيقية للنتائج: يمكن أن تسهم نتائج الدراسة في توجيه صناعات المحتوى والمؤسسات الإعلامية وصناع القرار نحو إنتاج محتوى أكثر وعياً بمسؤوليته الاجتماعية.
4. أهمية فئة جيل Z بوصفها فئة فاعلة مستقبلاً: يمثل جيل Z قوة بشرية مؤثرة في الحاضر والمستقبل، مما يجعل فهم العوامل المؤثرة في قيمه وسلوكياته ضرورة مجتمعية.

أهداف الدراسة:

- التعرف على أثر صناعة المحتوى الرقمي عبر منصة إنستغرام على القيم والسلوكيات لدى جيل Z في مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية.
- تحليل العلاقة بين كثافة استخدام منصة إنستغرام وبعض السلوكيات لدى جيل Z في مدينة الرياض.
- الكشف عن مدى تأثير المحتوى الرقمي على إنستغرام في تعزيز بعض القيم أو إضعافها لدى جيل Z في مدينة الرياض.
- الإسهام في فهم التأثيرات الاجتماعية للمحتوى الرقمي على الشباب في المجتمع السعودي.
- رصد طبيعة التغيرات السلوكية المحتملة لدى جيل Z نتيجة التعرض المستمر للمحتوى الرقمي على منصة إنستغرام.

تحديد المفاهيم (لغة / اصطلاحاً):

• صناعة المحتوى الرقمي:

لغةً: الصناعة تعني الحرفة أو العمل الذي يقوم به الإنسان بإتقان، أما المحتوى فيقصد به ما يتضمنه الشيء من معلومات أو مضمون.

اصطلاحاً: يقصد بصناعة المحتوى الرقمي عملية إنتاج ونشر مضامين إعلامية متنوعة مثل الصور ومقاطع الفيديو والنصوص عبر المنصات الرقمية، بهدف إيصال المعلومات أو التأثير في الجمهور المتلقي.

• منصة إنستغرام:

لغةً: إنستغرام هو اسم أجنبي مركب من كلمتي (Instant) وتعني الفوري، و(Gram) وتعني الصورة أو الرسالة.

اصطلاحاً: هو منصة تواصل اجتماعي رقمية تتيح للمستخدمين مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والتفاعل معها من خلال الإعجاب والتعليقات والمشاركة.

• جيل Z:

لغةً: الجيل يعني مجموعة من الأفراد الذين ينتمون إلى فترة زمنية متقاربة ويشتركون في ظروف اجتماعية وثقافية متشابهة.

اصطلاحاً: يقصد بجيل Z الأفراد المولودون تقريباً بين عامي 1997 و2012، والذين نشأوا في ظل التطور التكنولوجي والانتشار الواسع للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (الهيئة العامة للإحصاء، 2020).

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذا البحث علميًا في كونه يُعالج فجوة معرفية في مجال دراسات الإعلام والتواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية، حيث يركز على تأثير تطبيق إنستغرام (أحد أكثر المنصات استخدامًا بين الشباب) على جيل Z في مدينة الرياض تحديدًا، وهي بيئة حضرية نابضة بالتحول الرقمي. فالدراسات السابقة غالبًا ما تناولت التواصل الاجتماعي بشكل عام، بينما يقدم هذا البحث تحليلًا متخصصًا لتأثير منصة مرئية بصريًا على القيم والسلوكيات، مما يُثري الأدبيات العلمية في مجال التنشئة الاجتماعية الرقمية.

مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث:

جميع أفراد جيل Z من مواليد (1997-2012) المقيمين في مدينة الرياض، والذين يستخدمون تطبيق إنستغرام بشكل منتظم.

عينة البحث:

عينة قصدية مكونة من 20 فردًا من مستخدمي إنستغرام من جيل Z في مدينة الرياض، مع التركيز على:

- الأعمار: 14-29 سنة
- المستخدمين النشطين (يستخدمون التطبيق يوميًا/أسبوعيًا)
- مقيمون في الرياض
- متنوعون من حيث الجنس والمستوى التعليمي

• تعريف تطبيق إنستغرام:

إنستغرام (Instagram) هو تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي المرئي الذي أطلقتها شركة فيسبوك (ميتا حاليًا) عام 2010، ويُعد من أكثر المنصات انتشارًا عالميًا، خاصة بين الشباب وجيل Z.

الخصائص الرئيسية:

- مشاركة الصور والفيديوهات القصيرة (Reels)
- (الستوري) قصص تختفي بعد 24 ساعة
- (اللايف) البث المباشر
- المؤثرون وصناع المحتوى
- التفاعل عبر الإعجاب والتعليق والمشاركة والحفظ

أهميته في البحث:

إنستغرام يُشكل المنصة الأساسية لصناعة المحتوى الرقمي بين جيل Z، حيث يعتمد بشكل كبير على المحتوى البصري السريع الذي يؤثر في القيم والسلوكيات من خلال:

- التسويق والاستهلاك
- بناء الهوية الرقمية
- التواصل الاجتماعي
- تشكيل الاتجاهات والموضة

الفصل الثاني:

الإطار النظري

تمهيد

يُعنى هذا الفصل بتقديم الأساس النظري الذي تقوم عليه الدراسة، من خلال عرض المفاهيم المرتبطة بصناعة المحتوى الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي وجيل Z. كما يتناول أبرز النظريات التي تفسر تأثير المحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات. ويستعرض العلاقة بين التعرض للمحتوى عبر إنستغرام والتغيرات السلوكية المحتملة لدى الشباب. ويسهم هذا الإطار في دعم الدراسة الميدانية وتفسير نتائجها بشكل علمي. وبذلك يشكل مرجعية نظرية تساعد على فهم أعمق لموضوع البحث.

الدراسات السابقة

1) أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "فيسبوك وتويتر" (2012)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحثة: حنان بنت شعشوع الشهري
- الجامعة والكلية: جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية
- سنة إعداد البحث: الفصل الدراسي الأول 1433 هـ - 1434 هـ (2012م تقريباً)

إشكالية الدراسة:

تتمثل إشكالية الدراسة في التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية، وبخاصة فيسبوك وتويتر، على العلاقات الاجتماعية لدى طالبات جامعة الملك عبد العزيز، والكشف عن طبيعة هذا الأثر، سواء كان إيجابياً أو سلبياً، على الروابط الاجتماعية والتفاعل بين الطالبات

تساؤلات الدراسة:

- ما مدى استخدام الطالبات لشبكات التواصل الإلكترونية؟
- ما أثر استخدام فيسبوك وتويتر على العلاقات الاجتماعية؟
- ما طبيعة التأثيرات الناتجة عن الاستخدام في بناء العلاقات أو إضعافها؟
- هل تختلف هذه الآثار باختلاف بعض المتغيرات الديموغرافية؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على واقع استخدام شبكات التواصل الإلكترونية لدى عينة من طالبات الجامعة.
- قياس أثر استخدام هذه الشبكات على العلاقات الاجتماعية.
- الكشف عن طبيعة الآثار الاجتماعية الناتجة عن استخدام فيسبوك وتويتر.
- تقديم تصور علمي يساعد في فهم دور شبكات التواصل في تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.

نتائج الدراسة:

أظهرت الدراسة أن استخدام شبكات التواصل الإلكترونية له أثر واضح على العلاقات الاجتماعية لدى الطالبات، حيث أسهم في توسيع دائرة التواصل في بعض الجوانب، وفي المقابل قد يؤدي إلى ضعف بعض العلاقات الواقعية أو تقليل التفاعل المباشر بين الأفراد، كما بينت النتائج أن تأثير هذه الشبكات ليس واحداً على الجميع، بل يختلف باختلاف نمط الاستخدام ودرجة الاعتماد على هذه الوسائل في التواصل اليومي.

الفائدة من هذه الدراسة:

تفيدنا هذه الدراسة من عدة جوانب، أبرزها أنها تبرز أثر المنصات الرقمية على العلاقات والسلوكيات الاجتماعية، وهو ما يرتبط مباشرة بموضوع البحث. كما تساعد في الاستفادة من المنهج الوصفي المسحي وأداة الاستبانة، وتدعم فكرة أن المنصات الرقمية لا تؤثر فقط في التواصل، بل تمتد آثارها إلى القيم والعلاقات والاتجاهات الاجتماعية.

2) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات (2015)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحث: عبدالحكيم بن عبدالله بن راشد الصوافي
- اسم الجامعة والكلية: جامعة نزوى، كلية العلوم والآداب، قسم التربية والدراسات الإنسانية.
- سنة إعداد البحث: 2015م

إشكالية الدراسة:

تدور إشكالية الدراسة حول استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي/صناعة المحتوى الرقمي وما يترتب عليها من آثار على الأفراد، خصوصاً في الجوانب الاجتماعية، والنفسية، وأنماط التفاعل، والسلوك. كما تتناول الدراسة العلاقة بين استخدام المنصات الرقمية وبعض المتغيرات المرتبطة بالتواصل والخصوصية والتأثيرات السلوكية.

تساؤلات الدراسة:

- ما دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما أثر الاستخدام على العلاقات والتواصل الاجتماعي؟
- هل توجد فروق في النتائج تبعاً لبعض المتغيرات الديموغرافية؟
- ما طبيعة التأثيرات الإيجابية أو السلبية المرتبطة بالاستخدام؟

أهداف الدراسة

لم تظهر الأهداف بصياغتها الأصلية بوضوح، لكن من خلال المحتوى يبدو أن الدراسة هدفت إلى:

- التعرف على أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- قياس أثر الاستخدام على التواصل والعلاقات الاجتماعية.
- فحص بعض الآثار السلوكية والنفسية المرتبطة بالمنصات الرقمية.
- دراسة الفروق بين المبحوثين وفق بعض الخصائص.

نتائج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على التحليل الإحصائي مثل SPSS واختبار (t-test) وANOVA، وخلصت إلى وجود فروق ودلالات إحصائية في بعض الجوانب المرتبطة بالاستخدام. كما يظهر من المحتوى أن هناك ارتباطاً بين استخدام منصات مثل فيسبوك ويوتيوب وواتساب وبين بعض أنماط التفاعل الاجتماعي والتواصل والسلوك.

فائدة الدراسة:

- تقدم خلفية علمية عن تأثير المحتوى الرقمي والمنصات الاجتماعية على السلوك والتفاعل الاجتماعي.
- تساعد في بناء الإطار النظري للبحث.
- تدعم فهم العلاقة بين الاستخدام الرقمي والقيم والسلوكيات.

3) أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط العلاقات الأسرية (2016)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحثة: د. آسيا شيكرب
- اسم الجامعة والكلية: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة
- سنة النشر: 2016م

إشكالية الدراسة:

تتناول الدراسة مفهوم التواصل عبر الشبكات الاجتماعية والفضاء الرقمي، وتبحث في أثر هذا التحول الاتصالي على العلاقات الاجتماعية وأنماط الاستخدام والتفاعل بين الأفراد. كما يظهر من المراجع والمحتوى أن الدراسة مهتمة بتفسير طبيعة الشبكات الاجتماعية الرقمية مثل فيسبوك وتويتر، ويوتيوب، وعلاقتها بالسلوك، والتواصل.

تساؤلات الدراسة:

- ما طبيعة استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية؟
- كيف تؤثر هذه الشبكات على التواصل والعلاقات الاجتماعية؟
- ما انعكاسات الاستخدام الرقمي على السلوك والتفاعل؟
- هل تختلف درجة التأثير باختلاف خصائص المستخدمين؟

أهداف الدراسة:

- توضيح مفهوم الشبكات الاجتماعية والاتصال الرقمي.
- التعرف على أنماط استخدام منصات التواصل.
- بحث أثر هذه المنصات على العلاقات الاجتماعية والتفاعل.
- ربط الاستخدام الرقمي ببعض الآثار السلوكية أو الاجتماعية.

نتائج الدراسة:

تعتمد الدراسة على عرض نظري وتحليلي مدعوم بمراجع متعددة حول الاتصال الرقمي والشبكات الاجتماعية، مع الإشارة إلى منصات مثل Facebook و Twitter و YouTube كما يشير سياق النص إلى أن الدراسة ترى أن هذه الوسائل أصبحت جزءاً مؤثراً من الحياة الاجتماعية وأسهمت في إعادة تشكيل أساليب التواصل والعلاقات.

الفائدة من الدراسة:

- تعطي أساساً نظرياً حول الشبكات الاجتماعية والمحتوى الرقمي.
- تساعدك في بناء الخلفية العلمية لعلاقة المنصات الرقمية بالسلوك والتفاعل الاجتماعي.
- يمكن الاستفادة منها كمصدر يدعم فهم البيئة الرقمية التي يعيش فيها جيل Z.

4) أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط العلاقات الأسرية (2017)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحثة: د. منى بنت حميد السبيعي
- اسم الجامعة والكلية: جامعة أم القرى – كلية التربية – قسم المناهج وطرق التدريس
- سنة النشر: 2017م

إشكالية الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى استثمار وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، خاصة في تدريس العلوم، نظرًا لتزايد استخدامها وتأثيرها، مع عدم وضوح مدى فاعليتها في تنمية التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي لدى الطالبات.

تساؤلات الدراسة:

- ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تدريس العلوم على تنمية التحصيل الدراسي؟
- ما أثر استخدامها على تنمية التفكير الاستدلالي (الاستقراء، الاستنباط، الاستنتاج)؟
- هل توجد علاقة ارتباطية بين التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي لدى الطالبات؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تدريس العلوم على التحصيل الدراسي.
- الكشف عن أثرها في تنمية التفكير الاستدلالي لدى الطالبات.
- تحديد العلاقة بين التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي.
- إبراز أهمية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية.

نتائج الدراسة:

- وجود أثر إيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية التحصيل الدراسي.
- وجود أثر إيجابي في تنمية التفكير الاستدلالي لدى الطالبات.
- وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التحصيل الدراسي والتفكير الاستدلالي.
- إمكانية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال في العملية التعليمية.

الفائدة من الدراسة:

- توضيح الدور الإيجابي للمحتوى الرقمي ووسائل التواصل في التأثير على السلوك المعرفي والتفكير.
- تدعيم موضوع بحثك من خلال إبراز تأثير البيئة الرقمية على فئة قريبة من جيل Z.
- تفيد في بناء إطار نظري حول تأثير المحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات التعليمية.
- تساعد في الاستدلال على أهمية الاستخدام الإيجابي والمنظم لوسائل التواصل الاجتماعي.

5) أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط العلاقات الأسرية (2020)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحث/ة: أعضاء الفريق البحثي بجمعية الاجتماعيين العُمانيّة.
- اسم الجامعة والكلية: جمعية الاجتماعيين العُمانيّة بالتعاون مع وزارة التنمية الاجتماعية.
- سنة النشر: 2020م

إشكالية الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تزايد استخدام الأطفال لوسائل التواصل الاجتماعي، وما ينتج عن ذلك من تأثيرات متعددة (تعليمية، اجتماعية، نفسية، وصحية) على عملية التنشئة الاجتماعية، مع ضعف القدرة على ضبط هذا الاستخدام من قبل الأسرة والمؤسسات التربوية.

تساؤلات الدراسة:

- ما أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العُماني؟
- وتفرع عنه عدة تساؤلات، منها:

- ما واقع استخدام الأطفال لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما الآثار التعليمية الناتجة عن هذا الاستخدام؟
- ما الآثار الاجتماعية والنفسية والصحية؟
- ما دور الوالدين في توجيه الاستخدام الآمن؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغيرات مثل العمر والجنس؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على واقع استخدام الأطفال لوسائل التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن الآثار التعليمية والاجتماعية، والنفسية، والصحية.
- تحديد دور الأسرة والاختصاصيين في توجيه الاستخدام الآمن.
- تحليل الفروق الإحصائية المرتبطة بمتغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة:

- الهاتف المحمول هو أكثر الأجهزة استخداماً بين الأطفال.
- أغلب الأطفال يستخدمون وسائل التواصل للترفيه ثم للبحث والمعرفة.
- جاءت الآثار التعليمية في المرتبة الأولى من حيث التأثير، تليها الاجتماعية والنفسية، ثم الصحية.
- وجود صعوبات لدى أولياء الأمور والاختصاصيين في ضبط استخدام الأطفال لهذه الوسائل.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية مرتبطة بالعمر والجنس والمدينة.

الفائدة من الدراسة:

- تسهم في فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التنشئة والقيم والسلوكيات.
- تساعد في توضيح دور الأسرة والمؤسسات في توجيه الرقمي.
- تقدم قاعدة علمية يمكن الاستفادة منها في دراسة تأثير المحتوى الرقمي على جيل Z.
- تدعّم وضع استراتيجيات للحد من الآثار السلبية وتعزيز الاستخدام الإيجابي

6) أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن (2021)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحثة: د. أروى سعيد بويان
- اسم الجامعة والكلية: جامعة البلقاء التطبيقية
- سنة النشر: 2021م

إشكالية الدراسة:

تتمثل إشكالية الدراسة في تنامي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واستغلالها بشكل سلبي من قبل بعض الجهات، مما يؤدي إلى تهديد الأمن المجتمعي والوطني، خاصة من خلال نشر الأفكار المتطرفة، وإثارة الفتن، والتأثير على استقرار المجتمعات.

تساؤلات الدراسة:

- ما أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات؟
- ما تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن؟
- ما المقترحات التي يمكن من خلالها الحد من الآثار السلبية لهذه الوسائل؟

أهداف الدراسة:

- توضيح أهمية وسائل التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن تأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني.
- تقديم مقترحات للحد من التأثيرات السلبية الناتجة عنها.

نتائج الدراسة:

- تُستغل وسائل التواصل الاجتماعي في بعض الحالات لارتكاب جرائم مثل التشهير والاختراق والاحتيال.
- تستخدمها الجماعات المتطرفة في نشر أفكارها والتواصل والتجنيد.
- تسهم في نشر الشائعات والأفكار المضللة التي قد تؤدي إلى إثارة الفتن والنزاعات.
- لها تأثير مباشر على الأمن المجتمعي والوطني واستقرار المجتمع.

الفائدة من الدراسة:

- تساعد في فهم التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع.
- تدعم دراستك من خلال توضيح أثر المحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات بشكل غير مباشر.
- تقدم أساس نظري مهم لفهم العلاقة بين الإعلام الرقمي والأمن والسلوك الاجتماعي.
- تفيد في بناء توصيات للحد من الآثار السلبية وتعزيز الاستخدام الإيجابي للمحتوى الرقمي.

7) التوجهات الحديثة للدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية تحليلية للدراسات العربية والأجنبية (2022)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحثة: رنا سمير إبراهيم الحفني
- الجامعة والكلية: كلية التربية، جامعة حلوان، قسم علم النفس التربوي
- سنة النشر: 2022

إشكالية الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى رصد وتحليل وتقييم الاتجاهات البحثية الحديثة المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب:

- كثرة الدراسات في المجال مع غياب التحليل الشامل لها .
- عدم وجود رؤية واضحة للتوجهات البحثية الحديثة .
- ندرة الدراسات التي تقوم بحصر وتحليل الإنتاج العلمي في هذا المجال .

تساؤلات الدراسة:

1. ما التوجهات الحديثة في دراسة وسائل التواصل الاجتماعي؟
2. ما المناهج البحثية وأدوات جمع البيانات الأكثر استخداماً؟
3. ما طبيعة العينات والمجتمعات التي تناولتها الدراسات؟
4. ما ملامح الرؤية المستقبلية لدراسة وسائل التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

- تحليل الاتجاهات البحثية الحديثة في مجال وسائل التواصل الاجتماعي .
- التعرف على نقاط القوة والقصور في الدراسات السابقة .
- تقديم مقترحات وتوصيات لتطوير البحث في هذا المجال .

نتائج الدراسة:

- ارتفاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خاصة لدى الشباب .
- تركز معظم الدراسات على فئة الشباب الجامعي وإهمال فئات أخرى (الأطفال، كبار السن، ذوي الاحتياجات الخاصة)
- تكرار الأفكار البحثية واعتماد أغلب الدراسات على المنهج الوصفي والمسحي .
- الاعتماد الكبير على الاستبيانات كأداة رئيسية لجمع البيانات .
- إهمال دراسة الجوانب الاقتصادية والتنموية والصحية لوسائل التواصل الاجتماعي .

الفائدة من الدراسة:

- تقديم رؤية تحليلية شاملة لاتجاهات البحث في وسائل التواصل الاجتماعي .
- مساعدة الباحثين (مثلك) في تحديد الفجوات البحثية، مثل :
 - قلة الدراسات التي تتناول القيم والسلوكيات .
 - قلة التركيز على فئات معينة أو مجتمعات محددة .
- دعم الدراسات المستقبلية بأفكار بحثية جديدة ومناهج أكثر تنوعاً.

8) بحث التغير القيمي لدى طلاب جامعة أسيوط في ضوء بعض المتغيرات المعاصرة (2023)

- اسم الباحثة: أماني حمود شريف عبد السلام.
- الجامعة والكلية: جامعة أسيوط، كلية التربية، قسم أصول التربية.
- سنة النشر: 2023م

إشكالية الدراسة: تتمثل المشكلة في محاولة الكشف عن طبيعة التغير القيمي لدى طلاب جامعة أسيوط في ضوء بعض المتغيرات المعاصرة مثل: الإعلام الجديد، العولمة، التكنولوجيا، التحولات الاجتماعية، وكيف ينعكس ذلك على منظومة القيم لديهم في أبعادها الدينية والاجتماعية، والاقتصادية، والأخلاقية، والجمالية.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مستوى بعض المتغيرات المعاصرة مثل: التعرض لوسائل الإعلام، شبكات التواصل، الاستهلاك، أساليب التنشئة... لدى طلاب الجامعة؟
2. ما مستوى التغير القيمي لدى طلاب جامعة أسيوط في ضوء هذه المتغيرات؟
3. ما نوع العلاقة بين المتغيرات المعاصرة والتغير القيمي لدى طلاب الجامعة؟
4. ما سبل توظيف هذه المتغيرات للحد من الآثار السلبية وتعزيز الجوانب القيمة الإيجابية؟

أهداف الدراسة:

1. تحديد مستوى بعض المتغيرات المعاصرة المؤثرة في طلاب جامعة أسيوط (مثل الإعلام الرقمي، أنماط الاستهلاك، أنماط الترفيه والتواصل)
2. التعرف على مستوى التغير القيمي لدى طلاب جامعة أسيوط في أبعاده الدينية والاجتماعية، والاقتصادية، والأخلاقية، والجمالية.
3. الكشف عن العلاقة بين المتغيرات المعاصرة والتغير القيمي لدى الطلاب.
4. تقديم مقترحات تربوية ومجتمعية للحد من الآثار السلبية للتغير القيمي وتدعيم القيم الإيجابية لدى الطلبة.

أهم النتائج:

- كشفت الدراسة عن وجود تغير ملحوظ في بعض الأبعاد القيمية لدى طلاب جامعة أسيوط تحت تأثير المتغيرات المعاصرة، خاصة ما يرتبط بالاستهلاك، أساليب الترفيه، أنماط التواصل، وصور النجاح والقدوة لدى الشباب.
- أوضحت النتائج أن بعض القيم التقليدية (الدينية، الأسرية، والانضباطية) تتعرض لضغوط وتراجع نسبي لدى جزء من الطلاب، في مقابل صعود قيم فردية ونفعية واستهلاكية وجمالية مرتبطة بالثقافة الرقمية والعولمة.
- بينت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة بين درجة تعرض الطلاب للمثيرات المعاصرة (إعلام، تكنولوجيا، شبكات تواصل، أنماط حياة جديدة) وبين مستوى التغير في نسق القيم لديهم.
- أكدت النتائج أهمية دور الأسرة والجامعة والمؤسسات الثقافية والدينية في ضبط اتجاهات التغير القيمي وتوجيهها، عبر الضبط الاجتماعي والتربية القيمية والتوعية.

الفائدة من الدراسة: تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تركيزها على التغير القيمي لدى طلاب الجامعة في ضوء المتغيرات المعاصرة، وما تبرزه من تأثير واضح لعوامل الإعلام، والتكنولوجيا، وأنماط الحياة الحديثة في إعادة تشكيل منظومة القيم لدى الشباب. وتفيد في أنها تقدم إطارًا نظريًا ومفاهيميًا غنيًا حول مفهوم التغير القيمي، وأبعاده (الدينية، الاجتماعية، الاقتصادية، الأخلاقية، الجمالية)، والعوامل التي تسرع، وهو ما يمكن إسقاطه على بيئة المحتوى الرقمي ومنصات التواصل التي يتعرض لها جيل Z في الرياض. كما تساعد نتائجها في تفسير كيفية تأثير قيم وسلوكيات الجيل الجديد بالمتغيرات الرقمية والإعلامية، ومقارنة نمط التغير القيمي لدى طلاب جامعة أسيوط.

9) استخدامات موقع التواصل الاجتماعي تيك توك وأثره على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجامعي (دراسة حالة طلاب كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية - جامعة بحري) (2025)

بيانات الدراسة:

- عنوان الدراسة: استخدامات موقع التواصل الاجتماعي تيك توك وأثره على القيم الأخلاقية لدى الشباب الجامعي (دراسة حالة طلاب كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية - جامعة بحري)
- أسماء الباحثين: د/ سحر كمال مصطفى، د/ محمد يحيى المكرمي.
- الجامعة/الكلية والقسم: جامعة بحري - كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية - (قسم الإحصاء/الدراسات الاجتماعية كما هو مذكور في الغلاف).
- سنة النشر: 2025م (المجلد 6، العدد 11 من مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية HNSJ ، تاريخ النشر 2025/11/01م).

إشكالية وتساؤلات الدراسة:

- مشكلة الدراسة:
تتمثل مشكلة البحث في الكشف عن أثر استخدام تطبيق «تيك توك» على القيم الأخلاقية لدى طلاب كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية بجامعة بحري، مع بحث ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للجنس أو للمستوى الدراسي.
- تساؤلات الدراسة:
1. ما أثر استخدام تطبيق «تيك توك» على القيم الأخلاقية لدى طلاب كلية الدراسات الاجتماعية والاقتصادية بجامعة بحري؟
2. ما أثر استخدام تطبيق «تيك توك» على السلوك القويم لدى الطلاب والطالبات؟
3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب والطالبات في السلوك القويم المرتبط باستخدام تيك توك؟

أهداف الدراسة:

1. التعرف على أثر استخدام تطبيق «تيك توك» في تردي القيم الأخلاقية لدى طلاب الجامعة.
2. بيان العلاقة بين استخدام تيك توك والسلوك القويم لدى الطلاب والطالبات.
3. التحقق من وجود أو عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك القويم بين الذكور والإناث.

أهم النتائج:

- 73.4% من أفراد العينة يستخدمون تيك توك بانتظام، وغالبية المستخدمين من طلاب المستوى الرابع، ومن الفئة العمرية الأكبر من 26 سنة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام تيك توك وتردي القيم الأخلاقية، وبين استخدامه والسلوك القويم؛ أي أن كثافة الاستخدام ترتبط بانخفاض بعض القيم الأخلاقية وباختلاف مستوى السلوك القويم.

الفائدة من هذه الدراسة: تُبرز هذه الدراسة أثر استخدام تطبيق تيك توك (بوصفه منصة لصناعة المحتوى الرقمي القصير) على القيم الأخلاقية والسلوك القويم لدى الشباب الجامعي، حيث أثبتت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة الاستخدام وتردي بعض القيم والسلوكيات، مع تساوي التأثير تقريباً بين الذكور والإناث. وتفيد هذه الدراسة بحثنا الحالي "أثر صناعة المحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات لدى جيل Z في الرياض، المملكة العربية السعودية" في أنها تقدم نموذجاً ميدانياً مباشراً لقياس تأثير محتوى منصة رقمية (تيك توك) على القيم والسلوكيات، ويمكن الاستفادة من منهجيتها ونتائجها في بناء الإطار النظري، وصياغة الفروض.

10 دور الإنترنت في إحداث تغيير ثقافي في المجتمع السعودي (2026)

بيانات الدراسة:

- اسم الباحث: د. عادل بن عبدالرحمن الخضير.
- الجامعة والكلية: جامعة الملك سعود، كلية الآداب والعلوم الإنسانية.
- سنة النشر: 2026م
- عنوان الدراسة: دور الإنترنت في إحداث تغيير ثقافي في المجتمع السعودي.

مشكلة وتساؤلات الدراسة:

- مشكلة الدراسة: تتحدد في السؤال الرئيس:
ما دور الإنترنت في إحداث تغيير ثقافي في المجتمع السعودي؟
- تساؤلات الدراسة:
 1. ما دور الإنترنت في إحداث تحولات ثقافية داخل المجتمع السعودي؟
 2. ما عوامل التغيير الاجتماعي في المجتمع السعودي؟
 3. ما أثر تقنية الإنترنت في إحداث تغيير ثقافي داخل المجتمع السعودي؟

أهداف الدراسة:

1. التعرف على دور الإنترنت في إحداث تحولات ثقافية داخل المجتمع السعودي.
 2. تحديد عوامل التغيير الاجتماعي في المجتمع السعودي.
 3. دراسة أثر تقنية الإنترنت في إحداث تغيير ثقافي داخل المجتمع السعودي.
- "هدفت دراسة الخضير (2026) إلى بيان دور الإنترنت في تسريع التغيير الثقافي في المجتمع السعودي وتحديد عوامله وأثره في القيم والعادات وأنماط التفكير."

أهم النتائج:

- الإنترنت عامل تقني-اجتماعي رئيس يسهم في تسريع التحولات الثقافية داخل المجتمع السعودي من خلال توسيع الوصول إلى المعرفة وتعزيز التواصل والتبادل الثقافي.
- يمثل الإنترنت فضاءً مفتوحاً ذا تأثير مزدوج؛ فهو يتيح التعلم والانفتاح على ثقافات متعددة، وفي الوقت نفسه قد يحدث تحولات قيمية وسلوكية تختلف باختلاف الفئات والسياقات الاجتماعية.
- التحول الثقافي في المجتمع السعودي لم يبدأ مباشرة مع الإنترنت، بل سبقته عوامل إعلامية وبيئية واجتماعية، ثم جاء انتشار التقنيات الرقمية وكثافة استخدام الشباب للإنترنت ليعمق ويُسرّع وتيرة التغيير.

المقاربة النظرية

نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory)

مفهوم النظرية:

تعرف نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها نظرية إعلامية تفسر كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لتحقيق حاجاتهم ورغباتهم المختلفة، حيث ينظر إلى الجمهور على أنه نشط وليس سلبي، ويختار المحتوى الذي يشبع احتياجاته النفسية والاجتماعية.

نشأة النظرية:

- ظهرت هذه النظرية في الأربعينيات وتطورت بشكل كبير في السبعينيات
- من أبرز روادها: إليهو كاتز (Elihu Katz) وبلومر (Blumler) وجوريفيتش (Gurevitch)
- جاءت كرد فعل على النظريات التقليدية التي كانت ترى أن الجمهور متلق سلبي

أهداف النظرية:

- تفسير دوافع استخدام وسائل الإعلام
- فهم العلاقة بين المحتوى الإعلامي واحتياجات الجمهور
- تحليل آثار وسائل الإعلام بناءً على استخدام الفرد لها
- معرفة كيف تؤثر الوسائط الرقمية في القيم والسلوكيات

استخدامات النظرية:

- دراسات وسائل التواصل الاجتماعي
- تحليل سلوك المستخدمين على إنستغرام، تويتر، تيك توك ...
- دراسة تأثير المحتوى الرقمي على القيم والسلوك
- فهم دوافع المتابعة (ترفيه، معرفة، شهرة، تقليد)

عناصر النظرية:

- الجمهور (Users) : جيل Z
- وسيلة الإعلام : إنستغرام
- الدوافع: الترفيه، التعلم، التفاعل، الشهرة، التقليد
- الإشباعات: إشباع نفسي، اجتماعي، معرفي
- النتائج: تأثير على القيم والسلوكيات

إسقاطات النظرية على الدراسة:

- جيل Z في الرياض يستخدم إنستغرام بدوافع مختلفة (الترفيه، متابعة المشاهير، التعلم)
- التعرض المستمر للمحتوى الرقمي يؤدي إلى إشباعات معينة (مثل الشعور بالانتماء أو التقليد)
- هذه الإشباعات تنعكس على :
 - القيم الاستهلاكية أو الاجتماعية
 - السلوكيات مثل التقليد، طريقة اللبس، التفاعل الاجتماعي
- كلما زادت كثافة الاستخدام، زاد التأثير على القيم والسلوك

وهذا يتطابق مع مشكلة البحث في:

العلاقة بين التعرض للمحتوى الرقمي وتأثيره على القيم والسلوكيات.

مجالات الدراسة

(1) المجال الزمني

تم تطبيق هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2025 – 2026م، وهي الفترة التي أُجري فيها جمع البيانات وتحليلها في ظل استمرار الاستخدام المكثف لمنصات التواصل الاجتماعي، خاصة منصة إنستغرام، بين فئة جيل Z.

(2) المجال المكاني

تُطبَّق هذه الدراسة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، باعتبارها بيئة حضرية تشهد انتشارًا واسعًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة بين فئة الشباب.

(3) المجال البشري

يتمثل المجال البشري للدراسة في (أفراد جيل Z المولودين بين 1997–2012) من مستخدمي منصة إنستغرام في مدينة الرياض، حيث تم اختيار عينة من المستخدمين النشطين ضمن هذه الفئة العمرية.

تم اختيار هذه المجالات بما يتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة وأهدافها، والتركيز على فئة جيل Z باعتبارها الأكثر استخدامًا وتأثرًا بالمحتوى الرقمي.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي

تمهيد

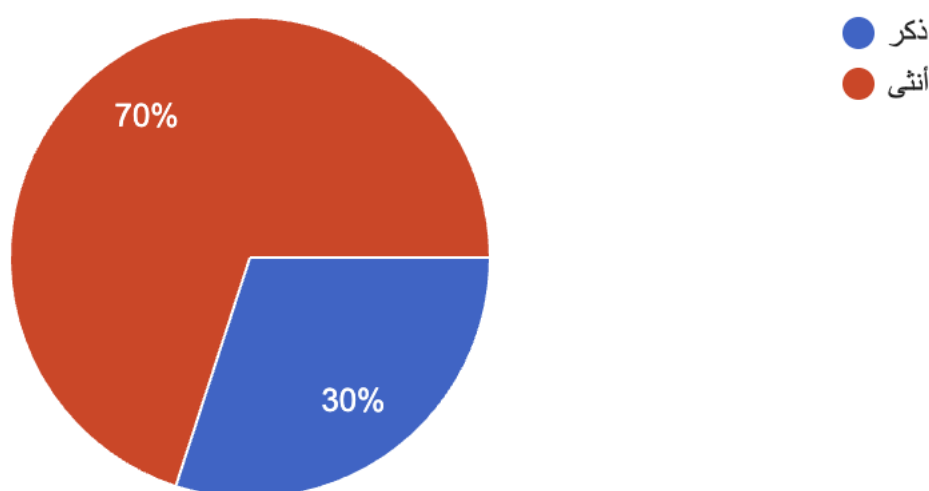
يهدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الاستبيان الميداني، والذي صُمم لاستكشاف تأثير استخدام تطبيق إنستغرام على فئة شباب جيل زد في محيط مجتمع مدينة الرياض من مختلف الجوانب الاجتماعية والثقافية والسلوكية. وقد تم جمع البيانات من عينة الدراسة وإضافة بعض العينات الإضافية من أجل لوازم الاختبار وجمع العينات من أجل البحث الحالي والمساعدة في البحوث المستقبلية على شائع مجتمعية أكبر وذات تنوع. قمنا بجمع بيانات العينات وتحليلها بطريقة منهجية بهدف الوصول إلى مؤشرات واضحة تسهم في فهم طبيعة هذا التأثير.

ويستند هذا الفصل إلى عرض منظم لنتائج الأسئلة، حيث يتم تناول كل محور من محاور الاستبيان بشكل مستقل، مع تفسير النتائج وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة. كما يهدف هذا التحليل إلى إبراز التأثيرات العامة لدى أفراد العينة، وتوضيح أوجه الاتفاق والاختلاف في آرائهم، مما يساعد في تقديم صورة شاملة حول دور إنستغرام في تشكيل السلوك والقيم لدى المستخدمين.

وعليه، يمثل هذا الفصل خطوة أساسية في اختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، تمهيداً للوصول إلى استنتاجات علمية يمكن الاستفادة منها في فهم الظاهرة محل الدراسة.

تحليل الدراسة وتفرغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الأول: البيانات الشخصية



الشكل رقم (1): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

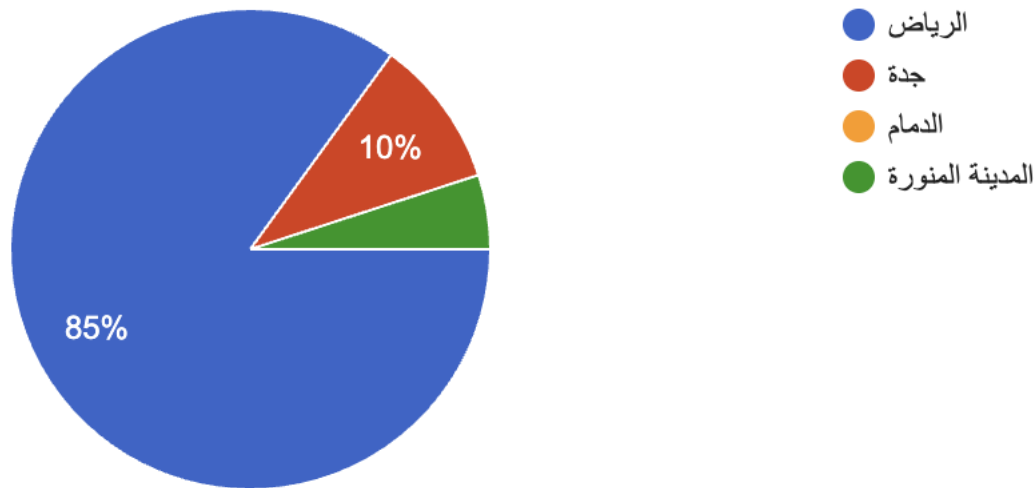
النسبة	التكرارات	الفئات
70%	14	أنثى
30%	6	ذكر
100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1) أن تكرار 14 يتمثل في فئة الإناث أي ما يعادل 70% من مجمل عينة الدراسة، ونرى أن تكرار 6 يتمثل في فئة الذكور أي ما يعادل 30%.

نفسر من هنا أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور، وهذا يرجع لأن الإناث لديهم وقت أكثر يسمح لهم باستخدام منصة إنستغرام والخروج من روتين المنزل وتمضية الوقت بعكس الذكور الذين يمكن أن يكون لهم انشغالات ومسؤوليات مختلفة ومتنوعة أكثر.

تحليل الدراسة وتفريغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الأول: البيانات الشخصية



الشكل رقم (2): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المدينة

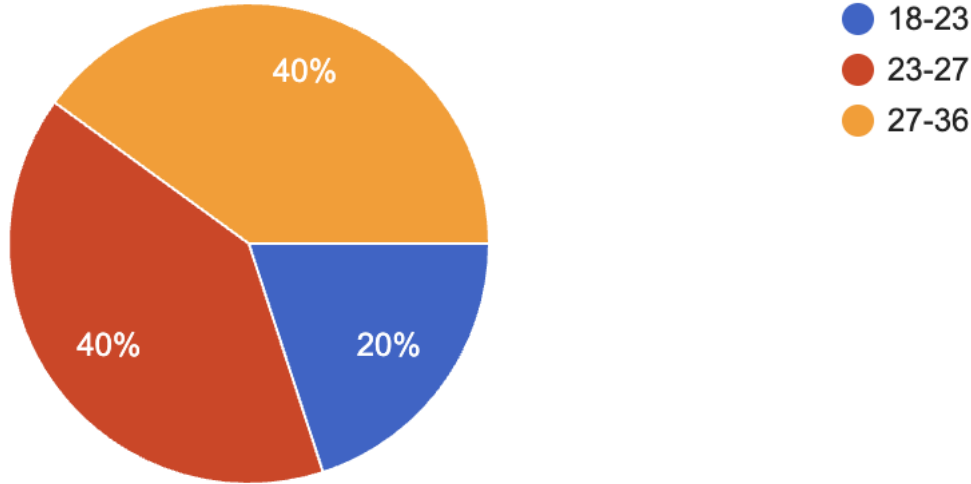
النسبة	التكرارات	الفئات
85%	17	مدينة الرياض
10%	2	مدينة جدة
0%	0	مدينة الدمام
5%	1	المدينة المنورة
100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن تكرار 17 يتمثل في سكان مدينة الرياض (عينة الدراسة الأساسية) أي ما يعادل 85%، ونرى أن تكرار 2 وتكرار 1 يتمثل في سكان مدينة جدة والمدينة المنورة أي ما يعادل 15% من مجمل عينة الدراسة.

نفسر من هنا أن نسبة سكان مدينة الرياض أكثر من المدن الأخرى، وهذا يرجع لأن الدراسة تقوم على سكان مدينة الرياض تحديداً بسبب تقدم المدينة وتطورها التقني والتكنولوجي السريعين مما يؤثر على جيل Z ويجعلهم أكثر عرضة وتأثراً بمواقع التواصل الاجتماعي خلال يومهم العادي سواء في العمل، المدرسة أو المنزل.

تحليل الدراسة وتفريغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الأول: البيانات الشخصية



الشكل رقم (3): يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير العمر

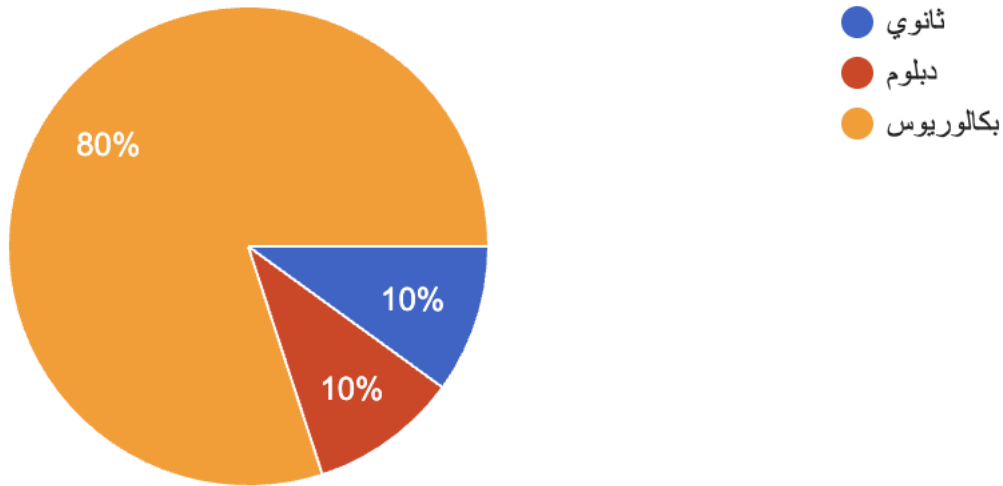
الفئات	التكرارات	النسبة
من 18 إلى 23	4	20%
من 23 إلى 27	8	40%
من 27 إلى 36	8	40%
المجموع	20	100%

تشير النتائج إلى أن الفئة العمرية ما بين (23-27) عاماً (والفئة ما بين 27-36) عاماً قد سجلتا أعلى نسبة مشاركة، حيث بلغت كل منهما 40% من إجمالي عينة الدراسة. وفي المقابل، سجلت الفئة العمرية الشابة (18-23) عاماً النسبة المتبقية وهي 20%

ويدل هذا التوزيع على أن الدراسة نجحت في استقطاب الشريحة الأكبر من جيل (Z) الذين انخرطوا بالفعل في المسارات المهنية أو الدراسات العليا (الفئة فوق 23 عاماً)، وهو ما يمنح استجابات الاستبيان ثقلًا واقعيًا يعكس آراء فئة تتمتع باستقلالية نسبية وخلفية عملية. في حين مثلت الفئة العمرية الصغرى (طلاب المرحلة الجامعية الأولى) خمس العينة، مما يضمن شمولية البحث لآراء جيل (Z) بمختلف مراحلها العمرية والاجتماعية.

تحليل الدراسة وتفريغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الأول: البيانات الشخصية



الشكل رقم (4): يوضح توزيع المبحوثين حسب مستوى التعليم

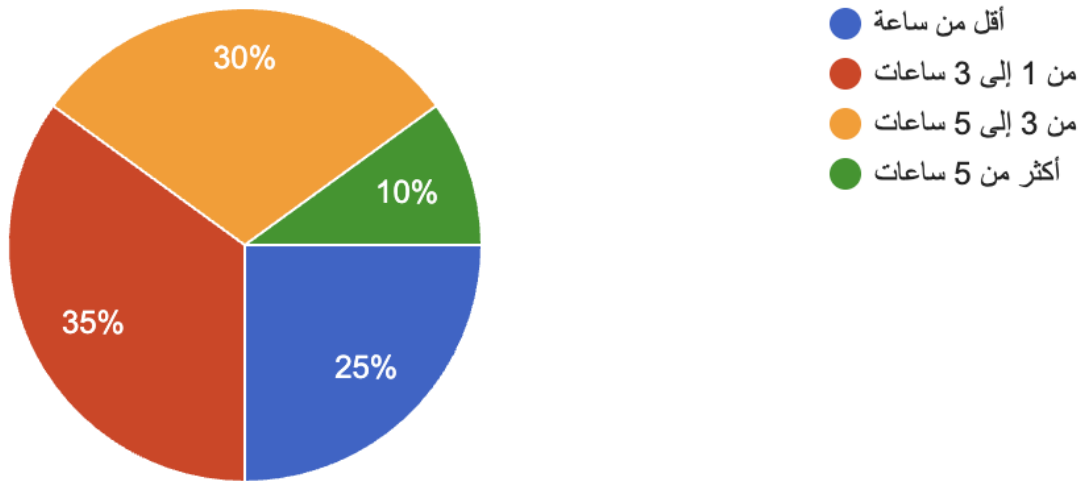
الفئات	التكرارات	النسبة
بكالوريوس	16	80%
دبلوم	2	10%
ثانوي	2	10%
المجموع	20	100%

تشير النتائج إلى أن الفئة العمرية ما بين (23-27) عاماً (والفئة ما بين 27-36) عاماً قد سجلنا أعلى نسبة مشاركة، حيث بلغت كل منهما 40% من إجمالي عينة الدراسة. وفي المقابل، سجلت الفئة العمرية الشابة (18-23) عاماً النسبة المتبقية وهي 20%

ويدل هذا التوزيع على أن الدراسة نجحت في استقطاب الشريحة الأكبر من جيل (Z) الذين انخرطوا بالفعل في المسارات المهنية أو الدراسات العليا (الفئة فوق 23 عاماً)، وهو ما يمنح استجابات الاستبيان ثقلًا واقعياً يعكس آراء فئة تتمتع باستقلالية نسبية وخلفية عملية. في حين مثلت الفئة العمرية الصغرى (طلاب المرحلة الجامعية الأولى) خمس العينة، مما يضمن شمولية البحث لآراء جيل (Z) بمختلف مراحل العمرية والاجتماعية.

حليل الدراسة وتفريغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الثاني: استخدام منصة إنستغرام



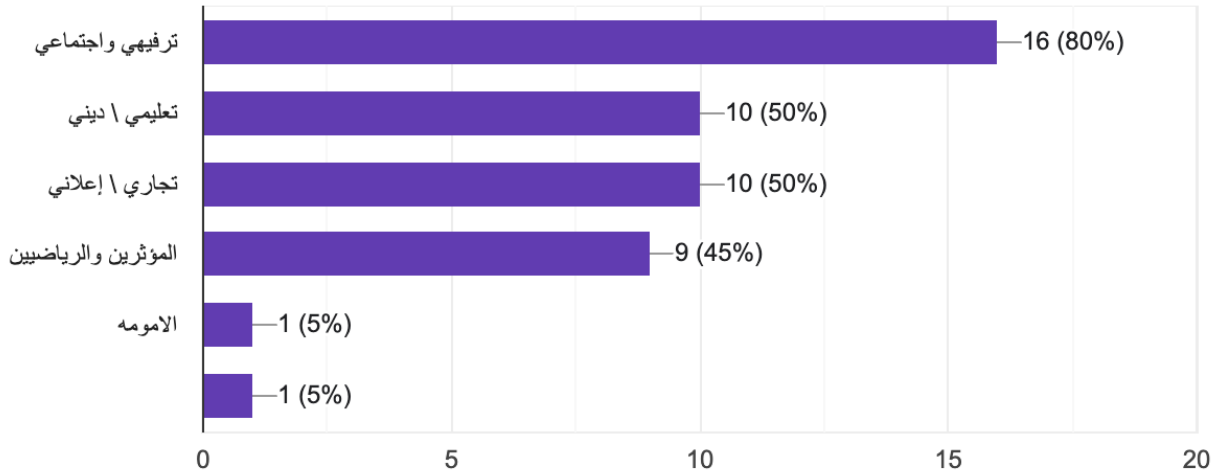
الشكل رقم (5): يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد ساعات استخدام المنصة

الفئات	التكرارات	النسبة
أقل من ساعة	5	25%
من 1 إلى 3 ساعات	7	35%
من 3 إلى 5 ساعات	6	30%
أكثر من 5 ساعات	2	10%
المجموع	20	100%

تشير هذه البيانات إلى أن النسبة الأكبر من جيل (Z) في عينة الدراسة (والتي تمثل 65% كمجموع للفئتين الأولى والثانية) تقضي ما بين ساعة إلى 5 ساعات يومياً على منصة إنستغرام. ويعكس هذا الارتفاع في معدلات الاستخدام اليومي مدى اعتماد هذا الجيل على المنصات البصرية في استقاء المعلومات، والتواصل الاجتماعي، واستهلاك المحتوى الرقمي، مما يجعل التطبيق بيئة خصبة للتأثير وتشكيل الاتجاهات لدى هذه الفئة العمرية. كما يتسق ذلك مع السمات السلوكية لجيل (Z) باعتباره جيلاً 'رقمياً بالفطرة' يميل إلى قضاء فترات زمنية طويلة في البيئات الافتراضية

تحليل الدراسة وتوزيع البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الثاني: استخدام منصة إنستغرام



الشكل رقم (6): يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع المحتوى المُتابع على المنصة

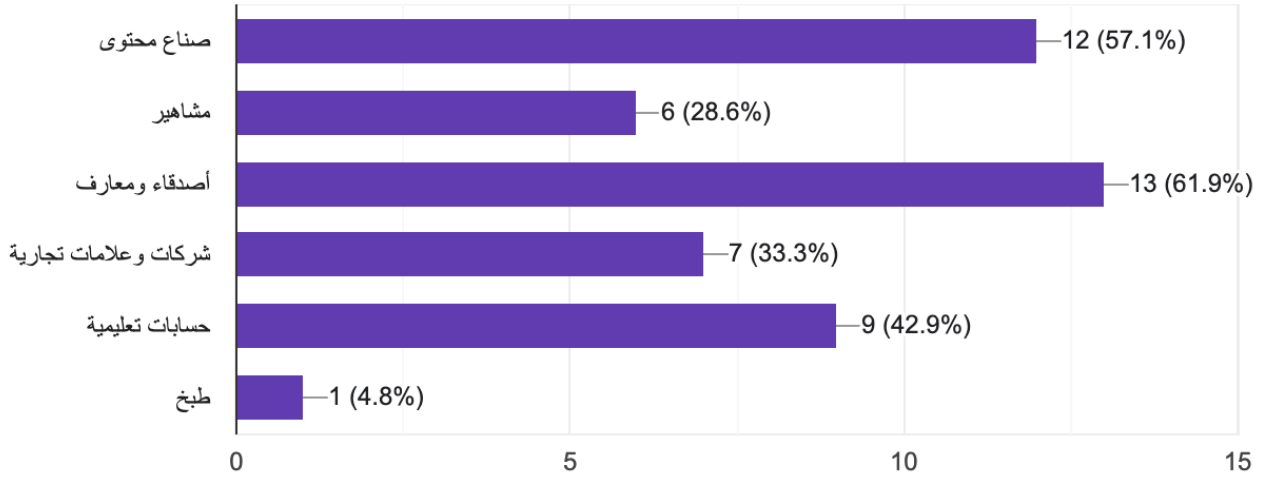
تحليل النتائج: أنواع المحتوى المُتابع على إنستغرام

يوضح الرسم البياني اهتمامات عينة من جيل (Z) بالنسبة لنوع المحتوى الذي المُتابع على منصة إنستغرام، ويمكن تلخيص النتائج كما يلي:

- **المحتوى الترفيهي والاجتماعي في الصدارة:** أظهرت النتائج أن المحتوى الترفيهي هو الأكثر متابعة بنسبة كبيرة وصلت إلى 80% وهذا يعني أن التسلية والتواصل مع الآخرين هما السبب الرئيسي لتواجد جيل الشباب في المنصة.
- **اهتمام متساوٍ بالتعليم والمحتوى التجاري والإعلاني:** نلاحظ أن المحتوى "التعليمي والديني" حصل على نسبة 50%، وهي نفس النسبة التي حصل عليها المحتوى "التجاري والإعلاني" وهذا يدل على أن جيل (Z) يهتم بتطوير نفسه ومعلوماته بقدر اهتمامه بمتابعة المنتجات والعروض التجارية.
- **متابعة المؤثرين:** هناك نسبة واضحة حوالي 45% تتابع المؤثرين والرياضيين، مما يشير إلى الدور المحوري الذي تلعبه القدوة الرقمية والشخصيات العامة في تشكيل اهتمامات هذا الجيل.
- **اهتمامات أخرى:** سجلت مواضيع مثل "الأمومة" أقل نسبة متابعة 5%، وهو ما يعتبر منطقياً بالنظر إلى الخصائص الديموغرافية والمرحلة العمرية الحالية لغالبية أفراد (جيل Z) الذين شملهم الاستطلاع.

حليل الدراسة وتفرغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الثاني: استخدام منصة إنستغرام



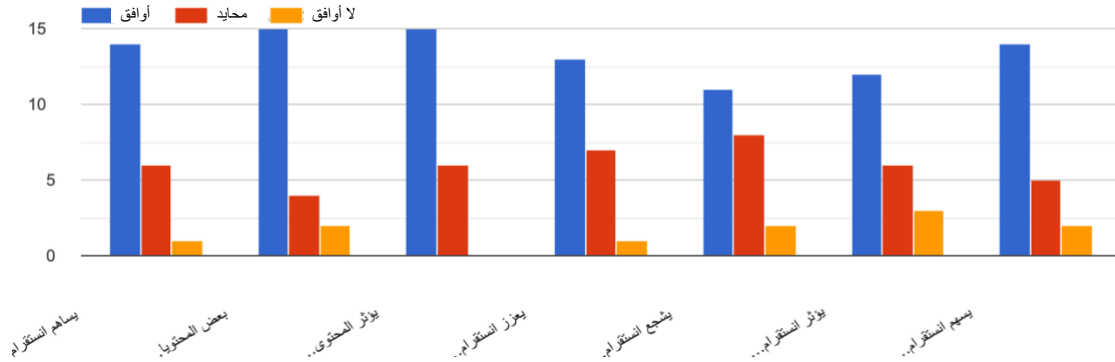
الشكل رقم (7): يوضح توزيع المبحوثين حسب الأشخاص المتابعين غالباً

تحليل النتائج: الفئات الأكثر متابعة على إنستغرام

- يوضح الرسم البياني توزيع الفئات التي تتابعها عينة الدراسة من جيل (Z) على منصة إنستغرام، حيث تعكس النتائج طبيعة العلاقات الرقمية واهتمامات هذه الفئة العمرية وفق الآتي:
- **أولوية العلاقات الشخصية:** احتل "الأصدقاء والمعارف" المرتبة الأولى بنسبة متابعة بلغت 61.9%. تعزز هذه النتيجة فرضية أن إنستغرام لا يزال يؤدي وظيفته الأساسية كأداة للتواصل الاجتماعي والحفاظ على الروابط الشخصية الواقعية في الفضاء الرقمي.
 - **تنامي دور صناع المحتوى:** جاء "صناع المحتوى" في المرتبة الثانية بنسبة متقاربة جداً بلغت 57.1%. وهذا يشير إلى تفضيل جيل (Z) للمحتوى المتخصص والقريب من واقعهم الذي يقدمه الأفراد، على حساب المؤسسات أو الحسابات التقليدية.
 - **الاهتمام بالجانب المعرفي:** أظهرت النتائج توجهاً ملحوظاً نحو "الحسابات التعليمية" بنسبة 42.9%، مما يعكس الرغبة في استغلال الوقت في اكتساب مهارات أو معلومات بأسلوب بصري سريع.
 - **التفاعل مع العلامات التجارية والمشاهير:** حظيت "الشركات والعلامات التجارية" بنسبة متابعة 33.3%، متفوقة بشكل طفيف على "المشاهير" الذين بلغت نسبتهم 28.6%. تشير هذه المفارقة إلى أن جيل (Z) أصبح أكثر اهتماماً بالمنتجات والقيم التي تقدمها العلامات التجارية مقارنة بمتابعة حياة المشاهير الشخصية بأسلوبها التقليدي.
 - **الاهتمامات الأخرى:** سجل محتوى "الطبخ" أدنى نسبة متابعة بواقع 4.8%، مما يدل على أن هذا النوع من المحتوى قد لا يقع ضمن أولويات الاهتمامات اليومية المباشرة للعينة المستهدفة.

تحليل الدراسة وتفرغ البيانات لكل سؤال في الاستبيان:

المحور الثاني: استخدام منصة إنستغرام



الشكل رقم (8): يوضح توزيع المبحوثين حسب تأثير المحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات

الفئات	أوافق	محايد	لا أوافق	النتيجة
يساهم إنستغرام في تعزيز بعض القيم الإيجابية ونشر الوعي والمعرفة بين الشباب	13	6	1	اتفق أغلب المشاركين على تأثير المنصة في نشر الوعي والقيم الإيجابية
بعض المحتويات على إنستغرام تؤثر سلباً على القيم الاجتماعية	15	3	2	اتفق أغلب المشاركين على التأثير السلبي للمنصة على القيم الاجتماعية
يؤثر المحتوى الإعلاني على إنستغرام في سلوك الشراء لدى الشباب	15	5	0	تدل هذه النتيجة على التأثير الحقيقي لمحتوى المنصة في اتخاذ قرارات الشراء
يعزز إنستغرام شعور الانتماء لمجتمعات أو مجموعات ذات اهتمامات مشتركة	13	6	1	يعكس نجاح المنصة في تشكيل مجتمعات افتراضية تتجاوز الحدود الجغرافية
يشجع إنستغرام على تبني أنماط حياة أو سلوكيات غير واقعية	11	7	2	يرتبط ذلك بسيطرة المحتوى الترفيهي والاجتماعي بنسبة 80% والذي يركز على الانتقائية والمثالية، مما يعزز معايير بعيدة عن الواقع
يؤثر إنستغرام في أسلوب التفكير والتواصل مع الآخرين	12	6	2	إنستغرام أحدث تحولاً في السلوك الإدراكي والاتصالي حيث أصبح المنصة الأساسية التي تشكل أسلوب معالجة المعلومات وبناء العلاقات
يسهم إنستغرام في تكوين آراء أو مواقف تجاه قضايا عالمية واجتماعية	13	5	2	يُعد إنستغرام منصة توجيه فكري لجيل Z، حيث تساهم في تشكيل وعيهم السياسي والاجتماعي وتحديد مواقفهم تجاه القضايا العالمية الكبرى

النتائج العامة

أولاً: استخدام تطبيق إنستقرام (معدل الاستخدام اليومي)

تشير نتائج الاستبيان إلى مجموعة من الاستنتاجات المهمة:

1. يعكس الاستخدام اليومي المرتفع لإنستقرام اندماج المنصة في الحياة اليومية للشباب، مما يجعلها وسيلة تأثير مستمرة وليست عرضية.
2. يدل قضاء ساعات طويلة على التطبيق على وجود اعتماد جزئي عليه كمصدر للترفيه والمعلومات.
3. يساهم الاستخدام المكثف في زيادة التعرض للمحتوى المتنوع، مما يعزز احتمالية التأثير به سلوكيًا وفكريًا.
4. قد يرتبط الاستخدام الطويل بانخفاض التفاعل الواقعي مقابل التفاعل الافتراضي.
5. يعكس هذا النمط من الاستخدام التحول نحو الإعلام الرقمي كبديل أساسي عن الوسائل التقليدية.

ثانيًا: نوعية المحتوى المتابع

توضح النتائج المتعلقة بالمحتوى ما يلي:

1. يميل المستخدمون إلى متابعة المحتوى الترفيهي، مما يدل على أن الدافع الأساسي هو التسلية.
2. تنوع المحتوى المتابع يعكس انفتاح المستخدمين على مجالات متعددة (ثقافية، اجتماعية، شخصية).
3. متابعة المؤثرين تشير إلى دورهم الكبير في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات.
4. المحتوى الشخصي (الروتيني واليومي) يعزز الشعور بالقرب من الآخرين ويزيد من التفاعل.
5. يساهم هذا التنوع في تشكيل مزيج من القيم بين الإيجابي والسلبي لدى المستخدمين.

ثالثًا: التأثير الإيجابي لإنستقرام

أظهرت النتائج عدة جوانب إيجابية، منها:

1. يساهم إنستقرام في نشر الوعي حول قضايا اجتماعية وثقافية مختلفة.
2. يساعد في تبادل المعرفة والخبرات بين المستخدمين بسهولة وسرعة.
3. يعزز الإبداع من خلال مشاركة المحتوى الفني والشخصي.
4. يوفر منصة للتعبير عن الذات وبناء الهوية الرقمية.
5. يدعم تكوين مجتمعات افتراضية قائمة على الاهتمامات المشتركة.

رابعًا: التأثير السلبي على القيم الاجتماعية

1. قد يؤدي التعرض المستمر لبعض المحتويات إلى تآكل القيم الاجتماعية التقليدية.
2. يعزز أحيانًا أنماط سلوكية غير واقعية أو مبالغ فيها.
3. يساهم في نشر المقارنات الاجتماعية التي قد تؤثر على الرضا الذاتي.
4. بعض المحتوى قد يتعارض مع العادات والتقاليد المحلية.
5. قد يؤدي إلى تقليد سلوكيات غير مناسبة خاصة لدى الفئات الأصغر سنًا.

خامسًا: التأثير على سلوك الشراء

1. يلعب إنستغرام دورًا مهمًا كأداة تسويق رقمية فعالة .
2. يؤثر المحتوى الإعلاني على قرارات الشراء بشكل غير مباشر .
3. يساهم ظهور المؤثرين في تعزيز الثقة بالمنتجات المعروضة .
4. يشجع على الاستهلاك من خلال عرض أنماط حياة جذابة .
5. يزيد من الوعي بالعلامات التجارية والمنتجات الجديدة.

سادسًا: التأثير على الهوية والانتماء

1. يعزز الشعور بالانتماء لمجتمعات رقمية ذات اهتمامات مشتركة .
2. يساعد في بناء هوية رقمية خاصة بالمستخدم .
3. يتيح التفاعل مع أشخاص من خلفيات مختلفة، مما يعزز الانفتاح الثقافي .
4. قد يؤدي إلى تبني قيم أو أفكار جديدة نتيجة هذا التفاعل .
5. يخلق نوعًا من التوازن (أو الصراع) بين الهوية الواقعية والافتراضية.

سابعًا: التأثير على التفكير والتواصل

1. يغير من أساليب التواصل لتصبح أكثر اختصارًا وبصرية .
2. يؤثر على طريقة تكوين الآراء من خلال التعرض المستمر للمحتوى .
3. يساهم في سرعة انتشار الأفكار والمعلومات .
4. قد يقلل من مهارات التواصل المباشر وجهًا لوجه .
5. يعزز التفاعل الرقمي كبديل رئيسي للتفاعل الاجتماعي التقليدي .

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة التي سعت إلى استقصاء أثر صناعة المحتوى الرقمي عبر منصة إنستقرام على القيم بمدينة الرياض، يتضح أن التحول الرقمي المتسارع لم يعد مجرد سياق تكنولوجي Z والسلوكيات لدى جيل معاصر، بل أصبح إطاراً بنوياً يعيد تشكيل أنماط التفاعل الاجتماعي والثقافي والسلوكي لدى الشباب. وفي ضوء تحليل بيانات الاستبيان، برز إنستقرام كأحد أهم الفضاءات الرقمية المؤثرة، حيث تجاوز كونه أداة تواصل أو ترفيه ليغدو وسيطاً فاعلاً في إنتاج المعاني، وبناء التصورات، وتوجيه الاتجاهات. وقد أظهرت نتائج الدراسة، في انسجام واضح مع الأدبيات السابقة، أن تأثير المحتوى الرقمي يتسم بطابع جدلي مركب، يجمع بين أبعاد إيجابية تتمثل في تعزيز الوعي المعرفي، وتوسيع دوائر التواصل، وإتاحة فرص التعبير عن الذات، وبين أبعاد سلبية تنعكس في إعادة تشكيل بعض المنظومات القيمية، وتصادم النزعة الاستهلاكية، وتكريس أنماط حياتية مثالية أو غير واقعية. ويشير ذلك إلى أن التأثير لا يكمن في الوسيط ذاته بقدر ما يرتبط بطبيعة المضامين المتداولة، وآليات التلقي، ومستوى الوعي النقدي لدى المستخدم. كما كشفت الدراسة عن الدور المحوري الذي يؤديه صناع المحتوى والمؤثرون في تشكيل الإدراك المجتمعي والسلوك الفردي، الأمر الذي يعزز من فهم وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها قوة ناعمة قادرة على التأثير في البنية القيمية والاجتماعية للمجتمعات المعاصرة. وفي هذا السياق، تتأكد الحاجة إلى تبني مقاربات واعية في التعامل مع هذه المنصات، تقوم على تعزيز الاستخدام الرشيد، وتنمية الوعي الإعلامي، بما يضمن تحقيق التوازن بين الاستفادة من الإمكانيات التي تتيحها هذه الوسائل والحد من تداعياتها السلبية. وعليه، تخلص الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام إنستقرام وبعض التحولات السلوكية لدى جيل Z، بما يعكس أهمية إدماج هذا الموضوع ضمن الاهتمامات البحثية والاجتماعية في السياق السعودي. كما يمكن اعتبار هذه الدراسة إسهاماً علمياً يثري حقل دراسات الإعلام الرقمي، ويوفر قاعدة معرفية يمكن الانطلاق منها نحو دراسات أكثر عمقاً واتساعاً، خاصة في ظل تسارع التحولات الرقمية وتنامي تأثيراتها متعددة الأبعاد على الفرد والمجتمع.

آفاق الدراسة:

انطلاقاً من النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، وفي ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده المجتمع السعودي، تفتح هذه الدراسة آفاقاً بحثية جديدة يمكن للمختصين والباحثين استكمالها من خلال الآتي:

- **التوسع في النطاق الجغرافي والعينة:** إجراء دراسات مقارنة بين تأثير منصة إنستقرام على جيل Z في مناطق مختلفة من المملكة العربية السعودية (مثل المقارنة بين المناطق الحضرية والريفية)، لتبين مدى تأثير البيئة المحلية على نمط الاستهلاك الرقمي.
- **دراسات مقارنة بين المنصات الرقمية:** إجراء بحوث تقارن بين أثر "إنستقرام" ومنصات أخرى صاعدة بقوة لدى جيل Z مثل "تيك توك" أو "سناب شات"، للكشف عن الفروق الجوهرية في نوعية القيم المنقولة عبر كل وسيط.
- **دراسة الأثر النفسي والاجتماعي:** الانتقال من المنهج الوصفي المسحي إلى الدراسات الكيفية عبر "المجموعات المركزة" أو "المقابلات المتعمقة"، لفهم أعمق لدوافع التقليد وبناء الهوية الرقمية لدى الشباب.
- **أثر المحتوى الرقمي على القيم الاقتصادية والريادية:** دراسة دور إنستقرام في تعزيز قيم ريادة الأعمال والعمل الحر لدى جيل Z، خاصة في ظل توجه المملكة نحو رؤية 2030، ومدى تأثير الإعلانات الرقمية في تشكيل الوعي المالي لديهم.
- **أثر المحتوى الرقمي على "جيل ألفا":** البدء في دراسة الجيل الذي يلي جيل Z (جيل ألفا)، والذي نشأ في بيئة رقمية أكثر تطوراً (الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز)، وكيف تختلف استجاباتهم للمحتوى البصري مقارنة بالأجيال السابقة.

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تعزيز الاستخدام الإيجابي لمنصة إنستغرام والحد من آثارها السلبية على القيم والسلوكيات لدى جيل Z ، وذلك على النحو الآتي:

1. تعزيز الوعي الإعلامي والرقمي لدى الشباب

من خلال إدراج برامج تثقيفية وتوعوية تهدف إلى تنمية التفكير النقدي، وتمكين الأفراد من تحليل المحتوى الرقمي والتمييز بين ما هو واقعي ومضلل .

2. توجيه صناع المحتوى نحو المسؤولية الاجتماعية

من خلال تشجيع إنتاج محتوى هادف يعكس القيم الإيجابية للمجتمع، والحد من نشر أنماط سلوكية أو استهلاكية غير واقعية أو مبالغ فيها .

3. دور الأسرة في المتابعة والتوجيه

تعزيز دور الأسرة في مراقبة استخدام الأبناء لمنصات التواصل الاجتماعي، وتوجيههم نحو الاستخدام المتوازن، مع فتح قنوات الحوار حول المحتوى الذي يتعرضون له .

4. تفعيل دور المؤسسات التعليمية

من خلال دمج مفاهيم التربية الإعلامية والرقمية في المناهج الدراسية، بما يسهم في بناء جيل واع قادر على التعامل مع البيئة الرقمية بوعي ومسؤولية .

5. إجراء حملات توعوية عبر وسائل الإعلام

تهدف إلى توضيح الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام إنستغرام، وتعزيز ثقافة الاستخدام الرشيد بين فئة الشباب .

6. تشجيع الاستخدام المتوازن للمنصات الرقمية

عبر نشر ثقافة إدارة الوقت الرقمي، والحد من الاستخدام المفرط الذي قد يؤثر على الحياة الاجتماعية والنفسية .

7. دعم البحوث المستقبلية في المجال

من خلال تشجيع الدراسات التي تتناول تأثير المحتوى الرقمي من زوايا متعددة (نفسية، اجتماعية، اقتصادية)، خاصة في البيئة السعودية .

8. تعزيز الشراكة بين الجهات المعنية

مثل المؤسسات الإعلامية، والجهات التعليمية، وصناع القرار، للعمل بشكل تكاملي على وضع استراتيجيات تسهم في توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي.

الملاحق:



صورة توضح شعار تطبيق انستقرام بين الحاضر والماضي، وقد
عاصر جيل زد جميع تطورات التطبيق منذ بداية انطلاقته:



المراجع والمصادر:

- أحمد، عبير. (2020). العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، 3(52)، 657-696.
- آل سعود، نايف بن محمد. (2013). دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشاعات المتحققة منها: دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود. مجلة العلوم الإنسانية والدراسات الاجتماعية، 4(34)، 205-262.
- الخريف، فهد بن عبد الله، والعنزي، تركي بن محمد. (2019). آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية للشباب بالمنطقة الشرقية: دراسة ميدانية. الرياض: مؤسسة سليمان بن عبد العزيز الراجحي الخيرية.
- الفصيل، عبد الأمير. (2014). دراسات في العالم الإلكتروني. دار الكتاب الجامعي.
- الهيئة العامة للإحصاء. (2020). الشباب السعودي بالأرقام: تقرير خاص بمناسبة اليوم العالمي للشباب 2020. المملكة العربية السعودية.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication & Society*, 1(3-4), 175-194.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community*. MIT Press.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen*. Atria Books.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together*. Basic Books.
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*. W. W. Norton & Company.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In *The Social Psychology of Intergroup Relations*.