

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / ماجستير إعلام رقمي



دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالبة /

عبير أحمد علي القحطاني

الرقم الجامعي / 232000169

التخصص / ماجستير الإعلام الرقمي

إشراف/

د/مهيتاب الرافعي.

العام الدراسي:

2024

مقدمة:

لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرًا للعديد من الظواهر الغريبة على الساحة، خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي صارت المرجع الأساسي والرئيس في حياة الكثير من الشباب، وذلك لأن الثورة التكنولوجية التي حدثت في العالم قد فرضت على المجتمعات والأفراد التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وهو الأمر الذي أدى لكثرة استعمال الشباب لها، حتى صار الأمر أكبر من مجرد استعمال، فقد ارتبط العديد من الشباب بوسائل التواصل الاجتماعي ارتباطًا وثيقًا ومتلازمًا، فأصبحت جزءًا لا يتجزأ من حياتهم الشخصية، وهو الأمر الذي أثر بشكل كبير على حياة الأفراد بصفة عامة، والشباب بصفة خاصة، بالأخص لأنهم يبحثون عن العديد من الرغبات والإشباع التي تميل إليها الأنفس.

من المعروف أن الشهرة محببة للنفس بشكل كبير، فالنفس تميل لأن تكون معروفة ومشهورة بين الناس بالأمور الجيدة، والحسنة، لهذا فالأفراد يسعون للحصول عليها بطريقة سريعة من أجل الحصول على هذه المكانة، خاصة الشباب فهم دائمًا ما يبحثون عن الأمور التي يحصلون منها على الشهرة بطريقة سريعة، خاصة إن قرنت بالمال، فالشهرة من أكثر الأمور التي يميل الشباب إلى التمييز بها عن سائر الأشخاص، لهذا في ظل هذا العصر اختلطت الشهرة ولازمت مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة كبيرة.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ملازمة لصفة الشهرة بطريقة كبيرة، صارت هي الملاذ الأول للشباب الساعين للحصول على الشهرة، خاصة وأن الحصول على الشهرة سريع فيها نظرًا لأنها تحتوي على العديد من الوسائل والطرق التي من خلالها يشتهر الشخص بأبسط الطرق، وأقل جهد، لهذا نرى الكثير من الشباب تلجأ إلى وسائل التواصل الاجتماعي، حيث ذكرت الإحصائيات في عام (2021م) أنه يوجد أكثر من 4026 مليار شخص حول العالم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، أي ما يعادل 59% من سكان الكرة الأرضية، ومن المتوقع أنه بحلول عام (2027م) سيبلغ عدد المستخدمين 6 مليار مستخدم (نعمان، 2022، ص575).

مشكلة الدراسة:

تُعد وسائل التواصل الاجتماعي من الأمور الهامة والضرورية في حياة أفراد القرن الواحد والعشرين، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تتضمن الكثير من الأمور التي يعتمد عليها الأفراد في حياتهم الشخصية، واليومية، وهو الأمر الذي أدى إلى ظهور العديد من الظواهر الغريبة على المجتمعات، ونشاط العديد من الظواهر السلبية لدى الأفراد كالشهرة التي يسعى إليها الأفراد بغض النظر عن الطريقة التي يحصل على الشهرة من خلالها، لذا تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

- ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية؟

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة إلى وأهمية علمية (نظرية)، أهمية عملية، وسيأتي بيانها فيما يلي:

أ. الأهمية العلمية (نظرية):

- إلقاء الضوء على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في حياة الشباب.
- إثراء المكتبات بالبيانات والمعلومات عن متغيرات الدراسة.
- تزويد الباحثين بالمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة.
- تسليط الضوء على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشهرة لدى الشباب السعوديين.
- حداثّة الموضوع وأهميته في الآونة الأخيرة؛ نظرًا لانتشار الظاهرة موضوع الدراسة.

ب. الأهمية العملية:

- بيان أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوك البحث عن الشهرة لدى الشباب بالمملكة العربية السعودية.
- تطبيق الدراسة على شباب المجتمع السعودي.

- الحصول على معلومات خاصة بتأثر سلوك البحث عن الشهرة لدى الشباب السعودي بوسائل التواصل الاجتماعي.
- التوصل لنتائج من شأنها المساهمة في الحد من الآثار السلبية للظاهرة.

أهداف الدراسة:

وتتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

- 1- التعرف على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- معرفة الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- التعرف على تأثير الشهرة على الشباب.

تساؤلات الدراسة

ويتفرع من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية، تتمثل في:

- ما هي أهمية وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هو تأثير الشهرة على الشباب؟

فروض الدراسة:

تتمثل الفروض الرئيسية للدراسة في:

الفرضية الرئيسية: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دور وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفيس بوك وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إكس (تويتر سابقًا) وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

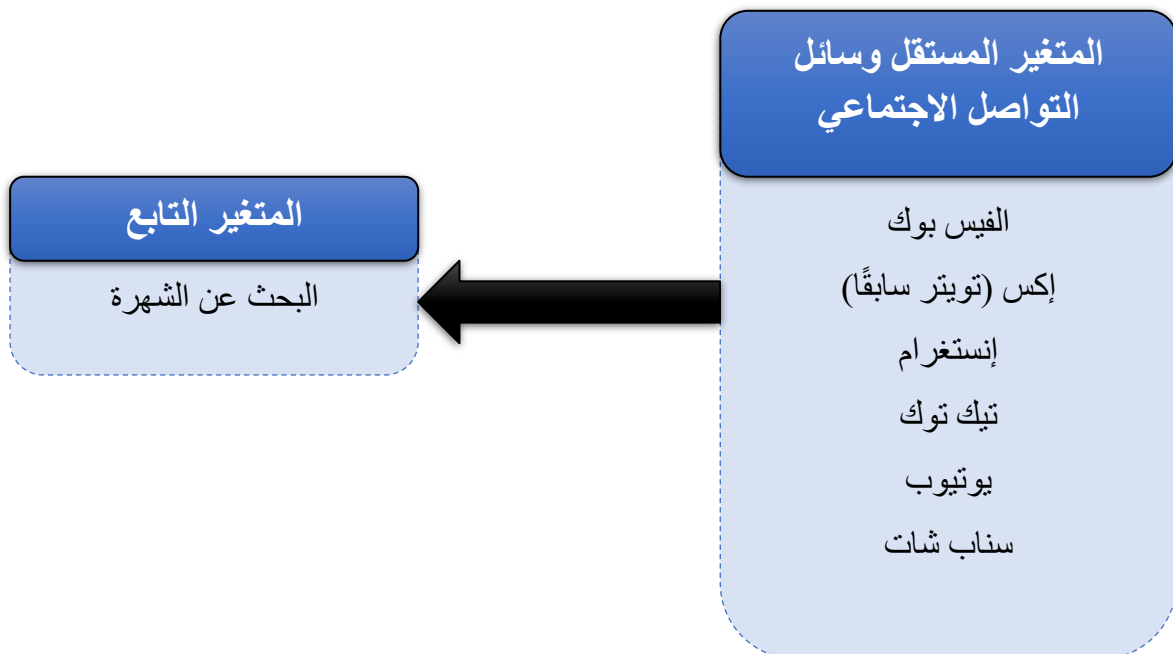
الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إنستغرام وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تيك توك وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اليوتيوب وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

الفرضية الفرعية السادسة: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السناپ شات وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

نموذج الدراسة:



شكل (1) نموذج الدراسة

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية

- دراسة ميرنا نعمان (2022) بعنوان استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بين الآثار الإيجابية والسلبية.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الآثار السلبية، والآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لطبيعة الدراسة، واعتمدت على الملاحظة كأداة لجمع البيانات، وقد أشارت الدراسة إلى أن استخدام الشباب له آثار إيجابية، تتمثل في تبادل الخبرات والمعارف في العديد من المجالات، وزيادة الوعي بالقضايا المجتمعية، كما أشارت إلى الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم عن بعد، خاصة في ظل أزمة جائحة كورونا.

- دراسة شيماء بخوش، وأسماء رتيمي (2022) بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب التيك توك نموذجاً.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص تطبيق التيك توك في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وذلك لملائمته موضوع الدراسة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إحصائية بين التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي للشباب وبين غياب الرقابة الأسرية عن التيك توك وإنتاج السلوك الانحرافي للشباب، وأشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب عبر التيك توك تعزي لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي).

- دراسة أسامة حمدوش (2021) بعنوان الميديا ومخاطرها على سلوكيات وقيم الشباب دراسة ميدانية على فئة المتعلمين.

هدفت الدراسة إلى رصد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والميديا على عقول وقيم الشباب وخاصة فئة المتعلمين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لملائمته موضوع الدراسة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت

نتائج الدراسة إلى أن أغلب المتعلمين يمتلكون حسابات شخصية في كل من موقع (فيس بوك، وتويتر، واتس آب ، وغيرهم)، وأشارت إلى أن أغلب المتعلمين تعودوا على استخدام تلك المنصات وذلك لأنها تساعدهم في التعريف بذاتهم ونشر صورهم ومقاطع الفيديو وغيرها، وأن أغلب المتعلمين يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي من الضروريات التي لا غنى عنها وذلك لأن العصر يعتمد على هذه المواقع

• **دراسة عبد الرحمن حمود النويصر (2020)، أسلوب استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدارة الذات لديهم.**

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين أسلوب استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وإدارة الذات لديهم، وبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الملائم لموضوع الدراسة، واعتمدت الدراسة على استبانة أسلوب استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، واستبيان إدارة الذات كأداتي لجمع البيانات، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين أسلوب استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، وإدارة الجهد، والوقت، والدخل، والدافعية للإنجاز، وإجمالي إدارة الذات، وأشارت إلى عدم وجود علاقة إحصائية بين الدخل الشهري للأسرة وكلاً من إجمالي أسلوب الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وإدارة الجهد، والوقت، والدخل، والدافعية للإنجاز، وإجمالي إدارة الذات.

• **دراسة عبد الرحمن العمري (2018) بعنوان الأبعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة.**

هدفت الدراسة إلى معرفة الأبعاد الأسرية واستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، مع التعرف على الأبعاد المتعلقة بالأصدقاء واستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، مع معرفة الأبعاد المتعلقة بالمدرسة واستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

يتعلقون بها تعلقًا إيمانيًا؛ نظرًا لكون تلك الوسائل تتعرض لقضاياهم المعاصرة، وأوضحت نتائج الدراسة وجود فجوة بين الشباب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأسراهم ومعلميهم نتيجة الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي.

• **دراسة شيرين عبدالحفيظ البحيري (2017) بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما قبل الجامعي.**

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والقيم الاجتماعية لدى مرحلة ما قبل التعليم الجامعي، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي؛ وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة الحالية، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية كان بدرجة مرتفعة بالنسبة لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي، وأشارت إلى أن استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي متباينة ما بين اجتماعية، رياضية، وترفيهية وتكوين صداقات جديدة وغيرها.

• **دراسة أسامة غازي المدني (2016) بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية جامعة أم القرى نموذجًا.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي؛ وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 41.86% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يوجد لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، وأشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجا المبحوثين على مقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تبعًا لاختلاف مستويات شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

• **دراسة أسعد بن ناصر بن سعيد الحسين (2016)، بعنوان أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية.**

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في حياة المجتمع، وأثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب المسلم من منظور التربية الإسلامية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي؛ وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج

الدراسة إلى أن متوسط درجات الشباب التي تقوم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكفاءة عالية أكبر من متوسط المجموعة التي لا تعير وسائل التواصل الاجتماعي أهمية، وأشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أثر وسائل التواصل الاجتماعي للشباب بمدينة جدة وبين أثرها على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية.

ثانيًا: الدراسات الأجنبية.

- **دراسة Saeed و Tariq Kanwal (2024) بعنوان العلاقة بين سمات الشخصية والقلق والدور الوسيط للرضا في الشهرة لدى مستخدمي التيك توك.**
هدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين السمات الشخصية (الانبساط، القبول، الضمير، الاستقرار العاطفي، الانفتاح على التجارب) والقلق مع الدور الوسيط للرضا في الشهرة بين مستخدمي التيك توك، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية معنوية بين الانبساطية والرضا في الشهرة بينما كانت علاقة غير معنوية مع القلق، كما أشارت وجود علاقة إيجابية معنوية بين القبول، والقلق، والرضا في الشهرة، كما أظهرت وجود فروق بين عينة الدراسة في سمة الانبساط، والقبول، والانفتاح على التجربة.

- **دراسة Sautma Ronni Basanaa, Mariana Ing Malelak (2024) بعنوان تأثير الإفراط في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الإفراط في استخدام الانتماء من خلال الثقة المالية، والقوة المالية، والقلق المالي.**
هدفت الدراسة إلى معرفة أثر الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الإفراط في استخدام الانتماء من خلال الثقة المالية، والقوة المالية والقلق المالي، وقد اعتمدت الدراسة على الوصفي؛ وذلك لملائمته موضوع الدراسة، وتم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على المواقف المالية، بما في ذلك القلق المالي والثقة والسلطة،

وأشارت إلى الثقة في الأموال لم تؤثر على زيادة الائتمان تطبيق Pay Later سلوك الإفراط في الاستخدام، في حين أثرت قوة المال والقلق المالي على الائتمان سلوك الإفراط في استخدام تطبيق Pay Later.

- **دراسة Zaid Bouziane وYathrib Fuaad Al-Haj (2023) بعنوان** تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على احترام الذات بين الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة.

هدفت الدراسة إلى توضيح العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي واحترام الشباب للذات في الإمارات العربية المتحدة، مع بيان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجوانب العقلية والاجتماعية لدى الشباب الإماراتي، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لطبيعة الدراسة، كما استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على احترام الذات بين الشباب الإماراتي، كما أثبتت وجود علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وعدم الرضا عن أنماط الحياة بين الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة.

- **دراسة Coyne وFetter وآخرون (2023) بعنوان** استكشاف لرغبات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في أن يصبحوا مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي.

هدفت الدراسة إلى استكشاف تطلعات المؤثرين في الشباب، خاصة التحقيق في الرغبة والأساس المنطقي ليصبحوا مؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ نظرًا لملائمته لطبيعة الدراسة، وقد استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة، وأوضحت نتائج الدراسة أن هناك نسبة عالية من الشباب يريدون أن يصبحوا مؤثرين للعديد من الأسباب، والتي منها: الشهرة، والمال، كما أن الشباب أصبحوا يستخدمون تلك الوسائل بطريقة مفرطة ربما ترتقي لحد الإدمان بسبب إرادتهم في تحقيق الدوافع التي لديهم.

- **دراسة Tali Te'eni-Harari, Keren Eyal, (2020) بعنوان** تحليل محتوى منشورات المشاهير المفضلين لدى المراهقين على مواقع الشبكات الاجتماعية: الآثار المترتبة على العلاقات شبه الاجتماعية وتقييم الشهرة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على منشورات مواقع التواصل الاجتماعي (Instagram و Facebook) للمشاهير المفضلين لدى المراهقين من أجل رسم خريطة لخصائص الرسائل التي يتعرض لها المراهقون بشكل كبير، والتي قد تعزز انبهارهم بالشهرة. ، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملائمته موضوع الدراسة، واستخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات الدراسة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن منشورات المشاهير على مواقع التواصل الاجتماعي تفتقر إلى العمق في الكشف عن الذات الشخصية وتركز بقوة على حياتهم المهنية - الأنشطة المتعلقة بالوظيفة، والإنجازات، والترويج الذاتي.

• **دراسة Shabnam S. Mahat, S. D. Mundhe (2014) بعنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب**

هدفا الدراسة إلى معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في توجيهات الشباب المتغيرة، وقد اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفي باعتباره المنهج الملائم لموضوع الدراسة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الشباب يقومون باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لرفع أصواتهم ضد الأفعال الاجتماعية مثل انتهاك حقوق الإنسان، وأن منصتي الفيسبوك والواتساب هما الأكثر شهرة، وشعبية في الاستخدام فيما بينهم.

• **دراسة John Maltby (2010) بعنوان مصلحة في الشهرة: تأكيد القياس والتصور التجريبي لمصلحة الشهرة.**

هدفت الدراسة إلى دراسة الشهرة دراسة علمية عن طريق دراسة أسباب الشهرة، والتي تتمثل في الطموح، والبحث عن احترام الذات الناتج عن الضعف النفسي، والرغبة في الوصول للمجتمع عن طريق تحقيق الشهرة، فالبحث عن الشهرة هو الأداة التي ترضي بعض الجوانب النفسية التي يشعر الفرد بأنها غير مكتملة لديه، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ وذلك نظرًا لملائمته لطبيعة الدراسة، كما أنها استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مصلحة الشهرة تتكون من عوامل ستة، وهي: شدة الضعف، وأسلوب حياة المشاهير، والقيادة، والملاءمة الملحوظة، والإيثار، ويمكن أن يتم قياسها بطريقة موثوقة وصحيحة، ويمكن فهم جوانب الاهتمام من خلال النماذج الحالية لعلم النفس، وأشارت هذه النتائج إلى منصة واسعة لمزيد من البحث في هذا المجال.

التعقيب على الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في أن كلاهما استخدم نفس المنهج وهو المنهج الوصفي التحليلي، كما أن كلاهما اتفق في بعض الأهداف الفرعية، التي تؤثر بدورها في سير الدراسة الحالية.

وعلى الجانب الآخر، اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في الحدود الزمنية، كما أنهما اختلفا في الهدف الرئيسي للدراسة، والذي تمثل في بيان دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى جانب اختلاف الدراسة التطبيقية من مجتمع وأداة الدراسة.

وستضيف الدراسة الحالية معرفة الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوك البحث عن الشهرة لدى شباب المملكة العربية السعودية، وذلك نظرًا لعدم تناول تلك الظاهرة من قبل.

المنطلقات النظرية للدراسة:

نظرية الشأن العام:

ويتحقق ذلك المفهوم حينما يتوجه الأفراد لممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضية ما تهم المجتمع ككل، وتوظف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية؛ وذلك لأن نظرًا للسمات التفاعلية التي تتسم بها ربما تؤدي إلى كثير من ديمقراطية المجتمع من خلال إمكانية الوصول غير المحدد للمعلومات، والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديموقراطية الإلكترونية، مع معرفة إلى أي مدى يتم دعم الاتصال التفاعلي عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي فكرة تبادل الرأي، والمعلومات، والنقاش حول القضايا السياسية المطروحة (طالة، 2019، ص180).

المنهجية وطرق البحث:

1. منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي؛ وذلك نظرًا لطبيعة الدراسة، حيث يعرف المنهج الوصفي التحليلي على أنه هو طريقة لوصف موضوع مراد دراسته من خلال المنهج العلمي الصحيح، مع تصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها، (مليح، 2020، ص38).

2. مجتمع وعينة الدراسة.

أ. مجتمع الدراسة.

طلاب جامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية، والبالغ عددهم (82152) طالبًا.

ب. عينة الدراسة (بشماني، 2014، ص7):

حساب حجم العينة لمجتمع مكون من 82152 مفردة، باستخدام معادلة روبرت ماسون (بشماني، 2014):

يتم حساب حجم العينة باستخدام الصيغة التالية:

$$n = \frac{N}{[(S^2 \times (N - 1)) \div pq] + 1}$$

N حجم المجتمع

S الدرجة المعنوية المقابلة لمستوي الدلالة (قسمة نسبة الخطأ على 1.96).

P نسبة توافر الخاصية وهي (0.5).

q النسبة المتبقية من الخاصية وهي (0.5).

تم تطبيق المعادلة كالتالي:

$$n = \frac{82152}{[(0.05 \div 1.96)^2 \times (82152 - 1) \div (0.5 \times 0.5)] + 1} = 382$$

وبالتالي تصبح حجم العينة 382 مفردة من مجتمع مكون من 82152 مفردة

3. أدوات الدراسة:

تتمثل أداة الدراسة في الاستبانة لجمع البيانات من عينة البحث، وتتكون الاستبانة من ست محاور تتمثل في الآتي:

المحور الأول: يتضمن فقرات توضح العلاقة بين الفيس بوك وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

المحور الثاني: يتضمن فقرات توضح العلاقة بين إكس (تويتر سابقاً) وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

المحور الثالث: يتضمن فقرات توضح العلاقة بين إنستغرام وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

المحور الرابع: يتضمن فقرات توضح العلاقة بين تيك توك وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

المحور الخامس: يتضمن فقرات توضح العلاقة بين اليوتيوب وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

المحور السادس: يتضمن فقرات توضح العلاقة بين السناپ شات وتعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.

4. صدق أداة البحث:

سيتم التأكد من صدق الاستبانة بواسطة عرضها في هيئتها الأولية على عدد من الأكاديميين المتخصصين في إدارة الأعمال، وإجراء التعديلات طبقاً لوجهات نظر المحكمين على الاستبانة.

5. ثبات الأداة:

سوف يتم التحقق من ثبات الاستبانة بواسطة استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) على محاور الدراسة لمعرفة مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة لكل بعد ولكل متغير، ومن خلال النتائج سوف نتأكد من مدى صدق وصحة وثبات أداة الدراسة (الاستبانة) ومدى صلاحيتها في التحليل الإحصائي.

حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة في:

- **الحدود الموضوعية:** دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز سلوكيات البحث عن الشهرة لدى الشباب في المملكة العربية السعودية.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة في المملكة العربية السعودية.
- **الحدود البشرية:** طبقت هذه الدراسة على عينة حجمها () من شباب المجتمع السعودي.
- **الحدود الزمنية:** طبقت هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2024م.

الأساليب الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، سوف يتم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام البرامج الإحصائية (SPSS Version 26):

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتأكد من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.
- المتوسط الحسابي (Mean)، وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.
- استخدام الانحراف المعياري (Standard Deviation) للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل بُعد من أبعادها الرئيسية عن متوسطها الحسابي.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis لمعرفة أثر كل بُعد من أبعاد (التحول الرقمي) على (الميزة التنافسية المستدامة).
- تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لمعرفة أثر أبعاد (التحول الرقمي) على (الميزة التنافسية المستدامة).

تقسيم البحث المقترح:

- **الفصل الأول:** الإطار التمهيدي للبحث.
- **الفصل الثاني:** الإطار النظري.
- **الفصل الثالث:** الدراسة الميدانية.

- الفصل الرابع: مناقشة النتائج.
- قائمة المراجع.
- الملاحق.

أولاً: المراجع العربية

- 1- البحيري، شيرين عبدالحفيظ (2017)، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقيم الاجتماعية لدى طلاب مرحلة التعليم ما قبل الجامعي، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، (1)9، ص. ص 3:36
- 2- بخوش، شيماء، رتيمي، أسماء (2022)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (تيك توك نموذجًا)، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، (1)12، ص. ص 202:220.
- 3- الحسين، أسعد بن ناصر بن سعيد (2016)، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظرو التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، 35(169)، ص. ص 325: 359
- 4- حمدوش، أسامة (2021)، الميديا ومخاطرها على سلوكيات وقيم الشباب دراسة ميدانية على فئة المتعلمين، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، (1)1، ص. ص 67: 89
- 5- شكيب، بشماني (2014)، دراسة تحليلية مقارنة الصيغ المستخدمة في حساب حجم العينة العشوائية، جامعة تشريت للبحوث والدراسات العلمية، 36 (5)، ص. ص 85: 100.
- 6- طالة، لامية (2019). نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، 102 (10)، ص. ص 173: 196.
- 7- العمري، عبد الرحمن (2018). الأبعاد الاجتماعية لاستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز للآداب والعلوم الإنسانية، 26 (3)، ص. ص 139: 171.

- 8- المدني، أسامة غازي (2016)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية جامعة أم القرى نموذجًا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 7(2)، ص.ص 395:425.
- 9- مليح، يونس (2020). المنهج الوصفي التحليلي في مجال البحث العلمي، مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية، 29، ص.ص 36: 64.
- 10- نعمان، ميرنا مورييس (2022). استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بين الآثار الإيجابية والآثار السلبية، مجلة بحوث العلوم الاجتماعية والتنمية، 4، ص.ص 575: 599.
- 11- النويصر، أمل عبد الرحمن حمود (2020)، استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدارة الذات لديهم، مجلة التصميم الدولية، 10 (2)، ص.ص 77: 88.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- 1- Al-Haj, Yathrebm And Bouziane, Zaid, (2023). The Impact of social media on Self-Esteem among Young Adults in the UAE, 20 (4), p.p 447: 514.
- 2- John Maltby, (2010). An interest in fame: Confirming the measurement and empirical conceptualization of fame interest, The British Psychological Society, 101, p.p 411: 432.
- 3- Kanwal, Alisha, Habiba Tariq, Um e lela, Saeed, Maryam, (2024). The Relationship between Personality Traits and

Midocean University

Management college

Department/

**Master's degree in
digital media**

Anxiety with
the
Mediating
Role of
Desire for
Fame among
TikTokers,

Al-Qamar, 7 (1), p.p 45: 68.



4- Keren Eyal, Tali Te'eni-

Harari, Keshet Katz (2020), A Content Analysis of Teen-Favored Celebrities' Posts on Social Networking Sites: Implications for Teen Fame-Valuation, Journal of Psychosocial Research on Cyberspace 14(2).

- 5- Sautma Ronni Basana, Mariana Ing Malelak, Zeplin Jiwa Husada Tarigan(2024). The effect of excessive social networking sites on credit overuse behavior through money trust, money anxiety, and money power, International Journal of Data and Network Science, 8, pp 655–666
- 6- Shabnam S. Mahat, S. D. Mundhe (2014). Impact of Social Networking Sites on the youth, Sinhgad Institute of Management and Computer Application (SIMCA), ISBN: 978-81-927230-0-6, pp225:230
- 7- Sheldon Fetter, Paige Coyne, Samantha Monk, Sarah J. Woodruff, (2023). An Exploration of Social Media Users' Desires to Become Social Media Influencers, 14 (2), 200: 216.

**The role of social communication in the field of health
and social care: Searching for a month among young
people in the Kingdom of Saudi Arabia**

preparation/

Abeer Ahmed Ali Al-Qahtani

Supervisor/

2024