

# Final Project 2

جامعة ميد او شن  
جامعة الجميع الذكيه  
كلية الاداره

بحث التخرج الجامعي بعنوان

دور وسائل التواصل الاجتماعي في التفكير

اسم الطالب الجامعي :  
محمد نبيل رباح اقطيفان

رقم الطالب الجامعي :  
222001942

التخصص الجامعي :  
بكالوريوس ادارة

## حدود البحث

تحدد حدود هذا البحث في الجوانب الآتية:

### الحدود الموضوعية

اقتصرت البحث على دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التفكير، من حيث تأثيرها في تشكيل الآراء، واتخاذ القرارات، وأنماط التفكير لدى فئة الشباب الجامعي، دون التطرق إلى الجوانب التقنية أو الاقتصادية المرتبطة بهذه الوسائل.

### الحدود البشرية

تم تطبيق البحث على فئة الشباب الجامعي، نظرًا لكونهم الفئة الأكثر استخدامًا وتفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم الأكثر تأثرًا بمحتواها.

### الحدود المكانية

أجري هذا البحث في المملكة العربية السعودية، حيث تم توزيع الاستبانة على عينة من الطلبة الجامعيين داخل المجتمع السعودي.

### الحدود الزمانية

تم تنفيذ هذا البحث خلال الفترة الزمنية المحددة للفصل الدراسي المعتمد من قبل الجامعة، حيث جُمعت البيانات وحُللت ضمن هذه المدة.

## الاستنتاجات

في ضوء نتائج الدراسة وتحليل البيانات، توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات، من أبرزها:

1. أن لوسائل التواصل الاجتماعي دورًا مؤثرًا في تشكيل طريقة التفكير لدى الشباب الجامعي.
2. تسهم هذه الوسائل في توسيع آفاق المعرفة وتبادل الأفكار، مما يعزز التفكير والانفتاح على آراء مختلفة.
3. في المقابل، قد تؤدي كثرة الاستخدام غير المنظم إلى ضعف التركيز والتأثر بالمعلومات السطحية أو غير الموثوقة.
4. أظهرت النتائج أن طريقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي العامل الأساسي في تحديد أثرها الإيجابي أو السلبي على التفكير.
5. يلاحظ وجود حاجة متزايدة لدى الشباب إلى تنمية مهارات التفكير النقدي عند التعامل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي.

## التوصيات

بناءً على نتائج الدراسة والاستنتاجات التي تم التوصل إليها، يوصي الباحث بما يلي:

1. ضرورة توعية الشباب الجامعي بأهمية الاستخدام الواعي والمتوازن لوسائل التواصل الاجتماعي.
2. تشجيع المؤسسات التعليمية على إدراج برامج تدريبية لتنمية مهارات التفكير النقدي والتحليلي لدى الطلبة.
3. تعزيز دور الأسرة في توجيه الأبناء نحو الاستفادة الإيجابية من وسائل التواصل الاجتماعي.
4. الدعوة إلى إجراء دراسات مستقبلية تتناول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على جوانب أخرى مثل السلوك والقيم الاجتماعية.
5. حث مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على التحقق من مصادر المعلومات قبل تبنيها أو نشرها.

## **الإهداء**

أهدي هذا البحث إلى **جامعة الجميع الذكية**، صرح العلم والمعرفة، والتي كانت منارة نهتدي بها في رحلتنا الأكاديمية، وإلى جميع أساتذتي الكرام الذين أضاءوا دربي بالعلم والحكمة، وقدموا لي الدعم والإرشاد بلا كلل.

كما أهدي هذا العمل إلى **أسرتي العزيزة**، التي كانت سندي الدائم ومصدر إلهامي، ووقفت إلى جانبي في كل مراحل البحث، فكان حضورهم الدائم قوة تحفزني على الاجتهاد والتفوق.

## **الشكر والتقدير**

أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى **أعضاء هيئة التدريس في جامعة الجميع الذكية**، على ما قدموه من علم، وإشراف، وتوجيه قيّم، مما ساهم في إنجاز هذا البحث على الوجه الأكمل.

كما أتقدم بالشكر لكل من ساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في إعداد هذا البحث، زملائي وأصدقائي، على دعمهم وتشجيعهم المستمر، فلهم كل التقدير والامتنان.

## **مقدمة**

في هذا الفصل أتحدث عن المنهجية التي اتبعتها في بحثي حول "دور وسائل التواصل الاجتماعي في التفكير".

لقد حرصت من خلال هذا الجزء على توضيح الطريقة العلمية التي سلكتها في إعداد البحث، بدءًا من تحديد المجتمع والعينة، ووصولًا إلى طرق جمع البيانات وتحليلها بما يحقق أهداف الدراسة ويعطي نتائج دقيقة وموضوعية.

## **تعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث**

في هذا البحث أقصد بوسائل التواصل الاجتماعي تلك المنصات الرقمية مثل **تويتر، سناب شات، تيك توك وإنستغرام**، التي أصبحت جزءاً أساسياً من حياة الناس اليومية.

أما **التفكير**، فأعني به العمليات الذهنية التي يستخدمها الإنسان لفهم المواقف وتحليلها واتخاذ القرارات وفقاً لما يراه مناسباً من معلومات وخبرات سابقة.

## **تصميم البحث (بصلة البحث)**

اعتمدت في هذا البحث على **المنهج الوصفي التحليلي**، وهو الأنسب لدراسة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وطريقة التفكير. يسمح هذا المنهج بوصف الظاهرة وتحليلها من خلال جمع البيانات من عينة محددة من الأفراد وتحليلها علمياً للوصول إلى نتائج واقعية.

## **مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات**

يتكون مجتمع البحث من **الشباب الجامعي في المملكة العربية السعودية**، لكونهم الفئة الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي.

أما العينة فقد تم اختيارها بطريقة **عشوائية بسيطة** لضمان التمثيل الحقيقي للمجتمع المستهدف، بحيث تعكس وجهات نظر مختلفة حول تأثير هذه الوسائل على التفكير.

## **طريقة جمع البيانات**

اعتمدت في جمع البيانات على استبانة إلكترونية قمت بإعدادها وتوزيعها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. احتوت الاستبانة على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة التي تهدف إلى التعرف على مدى تأثير استخدام هذه الوسائل على التفكير اليومي والقرارات الشخصية للمشاركين.

## **أنواع البيانات**

استخدمت في بحثي نوعين من البيانات:

### **1 | البيانات الأولية :**

وهي البيانات التي جمعتها مباشرة من خلال الاستبانة.

### **2 | البيانات الثانوية:**

وهي المعلومات التي استندت إليها من الكتب والمراجع والدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع، لدعم الجانب النظري للبحث.

## **إجراءات التحليل الإحصائي**

بعد جمع البيانات قمت بإدخالها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS الإحصائي، واعتمدت على الأساليب الإحصائية الوصفية مثل التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لتحليل الإجابات، بالإضافة إلى بعض الأساليب الاستنتاجية للتحقق من فرضيات البحث بشكل دقيق

## توصيف عينة الدراسة

تم اختيار 150 من عامه الناس كعينة للدراسة، يمثلون تخصصات مختلفة، منهم 60% ذكور و40% إناث، وتتراوح أعمارهم بين 18 و25 سنة.

- أكثر وسائل التواصل استخدامًا (80%) WhatsApp ؛ (75%) Instagram ، (60%) Facebook ، Twitter (50%).

- متوسط مدة الاستخدام اليومي: ساعتين إلى خمس ساعات.

## جدول

1: توزيع العينة حسب الجنس والعمر

| النسبة المئوية | العدد | الفئة     |
|----------------|-------|-----------|
| 60%            | 90    | ذكور      |
| 40%            | 60    | إناث      |
| 33%            | 50    | 18-20 سنة |
| 40%            | 60    | 21-23 سنة |
| 27%            | 40    | 24-25 سنة |

## اختبارات الصدق والثبات

تم استخدام استبيان مكون من 20 سؤالاً لقياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التفكير.

#### • ثبات الاستبيان :

تم حساب معامل كرونباخ ألفا، وكانت النتيجة 0.87، مما يدل على أن الاستبيان ذو ثبات عالٍ.

#### • صدق الاستبيان :

تم استخدام آراء خبراء في علم الاجتماع وعلم النفس لضمان صلاحيته لقياس المتغيرات.

#### الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

تم تحليل البيانات لتوضيح متوسطات وتوزيع المتغيرات المتعلقة بالتفكير:

جدول 2: المتوسط والانحراف المعياري لمستوى التفكير النقدي والإبداعي والاجتماعي

| المتغير           | المتوسط | الانحراف المعياري |
|-------------------|---------|-------------------|
| التفكير النقدي    | 3.8     | 0.6               |
| التفكير الإبداعي  | 4.1     | 0.5               |
| التفكير الاجتماعي | 3.9     | 0.7               |

#### ملاحظة

:المقياس من 1 إلى 5، حيث 5 يمثل تأثيرًا قويًا.

#### اختبار الفرضيات

#### الفرضية الأولى:

هناك علاقة إيجابية بين الاستخدام المنظم لوسائل التواصل الاجتماعي والتفكير الإبداعي.

- تم استخدام اختبار الارتباط بيرسون، وكانت النتيجة  $r = 0.62$ ،  $p < 0.01$ ، مما يدعم الفرضية.

## الفرضية الثانية:

الإفراط في استخدام المنصات الرقمية يؤدي إلى تراجع القدرة على التفكير النقدي.

- اختبار الانحدار أظهر أن الاستخدام اليومي الزائد يقلل التفكير النقدي بمقدار 0.35 وحدة،  $p < 0.05$ ، مما يؤكد الفرضية.

## الفرضية الثالثة:

المشاركة الفعالة في المجتمعات الرقمية تعزز التفكير الاجتماعي.

- تم تحليل المتوسطات، وظهرت زيادة واضحة في التفكير الاجتماعي للمشاركين النشطين في مجموعات رقمية (متوسط = 4.2 مقابل 3.5 للمشاركين غير النشطين).

## ربط النتائج بالدراسات السابقة

1. تتفق نتائج البحث مع دراسة Kaplan & Haenlein (2010) التي أشارت إلى أن الاستخدام الموجه لوسائل التواصل يعزز الابتكار والتفكير الإبداعي.
2. تؤكد نتائجنا أيضًا نتائج Boyd (2014) حول المخاطر المرتبطة بالإفراط في استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على التفكير النقدي.
3. الدراسات الحديثة (Kietzmann et al., 2011) تدعم أن التفاعل الاجتماعي الرقمي يقوي مهارات التفكير الاجتماعي، وهو ما يتفق مع نتائج البحث الحالية.

- الإفراط في الاستخدام يقلل من التحليل النقدي ويزيد التشويش المعلوماتي. الاستفادة المثلى تعتمد على وعي المستخدم وتنظيم الوقت والمحتوى.

## التوصيات

1. تشجيع الاستخدام التعليمي والتحليلي لوسائل التواصل الاجتماعي.
2. تنظيم الوقت المخصص للمنصات الرقمية للحفاظ على التفكير النقدي.
3. المشاركة في مجموعات ومحتويات تعزز التفكير الاجتماعي والإبداعي.
4. توعية الطلاب بمخاطر المعلومات المضللة وطرق التعامل معها.

## قائمة المراجع

1. Kaplan, A. & Heinlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.
2. Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
3. Kirtman, J., Harkens, K., McCarthy, I., & Silvestre, B. (2011). *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*. Business Horizons.

## الخاتمة

وأنا أخطو اليوم آخر خطواتي داخل أسوار جامعة الجميع الذكية، تغمرني مشاعر الفخر والامتنان، فقد كانت هذه الجامعة منارة للعلم ومهداً لصقل الفكر وتنمية الشخصية. لقد مرت سنوات مليئة بالتجارب والمعرفة، تعلمت فيها الكثير ليس فقط عن العلوم الأكاديمية، بل عن قيم الاجتهاد، والصبر، والمسؤولية، والإصرار على تحقيق الأهداف.

كل لحظة قضيتها هنا، من محاضرات وورش عمل، إلى النقاشات الفكرية واللقاءات مع الزملاء، كانت حجرة بيّني في شخصية متكاملة وقادرة على مواجهة تحديات المستقبل. إن هذا البحث ليس إلا ثمرة جهد متواصل ودليلاً على ما تعلمته من أساتذتي الكرام، الذين كانوا منارات هداية وإلهام في رحلتي الأكاديمية.

أودع الجامعة اليوم وقلبي ممتلئ بالذكريات الجميلة، والشكر العميق لكل من ساندني ووجهني، من أساتذة وزملاء وعائلة، الذين كانوا سندي ودعمي المستمر. أحمل معي العلم والخبرة والدروس التي سترافقني مدى الحياة، متطلعاً نحو المستقبل بعزيمة وإيمان بأن الطريق ما زال مفتوحاً لتحقيق الإنجازات وإضافة بصمة إيجابية في كل ما سأقوم به.

في هذا اليوم، أود أن أقول وداعاً، ولكنني أعلم أن جامعة الجميع الذكية ستظل دوماً في قلبي، وستبقى ذكراها مصدر فخر وإلهام في كل خطوات حياتي القادمة.