

The Impact of virtual groups in social media programs on changing the social habits of university students – An applied study on female students of Qassim University –

Ahlam Hamid Mohammed Al Harbi

Mohammed Ibrahim Al-Saif

College of Arabic Language and Social Studies || Qassim University || KSA

Abstract: The study aimed to identify the impact of virtual groups in social networking programs on changing social and economic customs among female university students. To achieve this, the study relied on the social survey method. The closed questionnaire tool was used to collect data. The study was applied to female students of Qassim University from Faculty of pharmacy, Faculty of sharia (Islamic Law) and Faculty of Arts, the number of the sample was (273) students, and were chosen in a stratified manner. In the light of the hypothesis of the explained theories, which are (social progress, proliferation, determination, cultural courses), the study reached a number results, the most important of which are: that Arabic and foreign social materials shared among female members of virtual groups, whether among relatives or friends or among work groups, are related to the change of social customs of young woman's engagement in Saudi society, so that it is directly from the suitor to the young woman without an intermediary before asking the guardian. The study also found that there is a relationship between the virtual group of female friends and the virtual group of relatives in social networking programs and the change in the expenditure and consumption habits of female university students. The study also reached that there is no relationship between virtual groups and the type of material shared and the level of contentment of the article sent with the customs of the first months of marriage (honeymoon). The customs of honeymoon have changed because of the cultural contact with foreign societies. It turns out that the interpretation of the economic imperative and the interpretation of cultural courses and the interpretation of proliferation are all suitable to interpret the connection of virtual groups in social networking programs with the change of social customs. The study concluded with a number of recommendations, most notably: The need to raise the awareness of parents and family regarding the enlightenment of young women who are getting married about the importance of taking into consideration the rationalization when setting up wedding ceremonies in Saudi society, and that arranging them should be in a modern style with taking into account the values and customs of Saudi society. The study came to a conclusion as a whole that there is an impact of the new social networking on the change of social and economic customs of young women in university. This enhances the importance of conducting and testing a number of different theories. This work would be done through working on more studies and researches which seek the relation between one of social networking programs and consumption. Also, the relation of social networking programs with the change of the concepts, roles and responsibilities of marriage and marital relationship. This would be done through using qualitative and quantitative tools (focused interview, content analysis, case study) in order to describe and interpret aspects that cannot be discovered by the questionnaire

Keywords: Social networking programs, Social and economic customs, Marriage.

أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية للطالبات الجامعيات - دراسة تطبيقية على طالبات جامعة القصيم -

أحلام بنت حميد بن محمد الحربي

محمد بن إبراهيم السيف

كلية اللغة العربية والدراسات الاجتماعية || جامعة القصيم || المملكة العربية السعودية

المستخلص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية والاقتصادية عند الطالبات الجامعيات، ولتحقيق ذلك اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، واستخدمت أداة الاستبانة المغلقة لجمع البيانات، حيث تم تطبيق الدراسة على طالبات جامعة القصيم في كليات: الشريعة والآداب والصيدلة، وبلغ عدد العينة (379) طالبة، تم اختيارهن بأسلوب طبقي. وقد توصلت الدراسة في ضوء افتراضات النظرية المفسرة وهي النظرية الانتشارية، إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن المواد الاجتماعية العربية والأجنبية المتبادلة بين الفتيات أعضاء الجماعات الافتراضية سواء بين القرابة أو بين الصديقات أو بين جماعة العمل لها علاقة بالتغير في العادات الاجتماعية المتعلقة بخطبة الفتاة في المجتمع السعودي، حيث تتم مباشرة من الخاطب للفتاة بدون وسيط قبل الرجوع لولي الأمر، كما توصلت إلى وجود علاقة بين جماعة الصديقات وجماعة الأقارب الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي والتغير في عادات الإنفاق والاستهلاك عند الفتاة الجامعية، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين الجماعات الافتراضية ونوع المادة المتبادلة ومستوى القناعة بالمادة المرسله بعادات الأشهر الأولى من الزواج (شهر العسل)، فعادات شهر العسل تغيرت بسبب الاحتكاك الثقافي بالمجتمعات الخارجية، كما تبين أن تفسير الحتمية الاقتصادية وتفسير الدورات الثقافية وتفسير الانتشارية ملائم لتفسير ارتباط الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي بتغير العادات الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أبرزها: ضرورة زيادة وعي الوالدين والأسرة فيما يتعلق بتبصير المقبلات على الزواج بأهمية مراعاة الترشيد عند إقامة حفلات الزواج في المجتمع السعودي، وأن تكون إقامتها بأسلوب عصري مع مراعاة قيم وعادات المجتمع السعودي، وتوصي الدراسة إجمالاً أن هناك تأثيراً لوسائل التواصل الاجتماعي الجديد على التغير بالعادات الاجتماعية والاقتصادية للفتيات في المرحلة الجامعية، وهذا يعزز أهمية إجراء واختبار عدد من النظريات الأخرى من خلال عمل المزيد من الدراسات والبحوث التي تبحث عن العلاقة عن إحدى برامج التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاستهلاك وكذلك علاقتها بالتغير حول مفاهيم وأدوار ومسئوليات الزواج والعلاقة الزوجية من خلال استخدام أدوات كمية (المقابلة المركزة، تحليل المحتوى، دراسة الحالة)، لوصف وتفسير جوانب لا تستطيع الاستبانة كشفها.

الكلمات المفتاحية: الجماعات الافتراضية، العادات الاجتماعية، الزواج، السلوك الاستهلاكي.

المقدمة.

إن ملامح الحياة الإنسانية قد تغير بشكل واضح وملحوس مع دخول المجتمعات الإنسانية مجتمع المعلومات وسيطرة تكنولوجيا المعلومات والاتصال على معظم أنشطة الحياة وأبسطها فقد جسدت برامج التواصل فضاءً رمزياً افتراضياً موازياً للعالم الواقعي يعيشه الإنسان في صورة الية أصبحت جزء هاماً من الناحية الاجتماعية وواقعاً ملموساً في ممارسته اليومية وبيئة للتفاعل الاجتماعي، ولقد أدى الاستخدام المفرط لبرامج التواصل والاقبال المتزايد على خدماتها والسهولة في الاستعمال إلى تشكل ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية والتي تتكون من هويات لأفراد حقيقيين يتواصلون فيما بينهم لأغراض ودوافع مختلفة وان التفاعل والتواصل في المجتمعات الافتراضية بين افراد من مختلف مجتمعات وثقافات العالم تزيد احتمال تعرض أعضاء هذه المجتمعات لعمليات التغير والتعديل في الأفكار والآراء والقيم والعادات والاتجاهات التي يؤمن بها.

وتمثل العادات الاجتماعية جزءاً مهماً في دستور الأمة غير المكتوب إلا أنها مدونة في صدور الأفراد وراسخة في تكوينهم، وتمثل دعامة جوهرية من دعائم التراث الاجتماعي، ويضفي التاريخ الطويل على العادات قدراً من

التقديس والاحترام ويؤكد ثباتها واستقرارها ويوسع نطاق عموميتها وانتشارها بين سائر أفراد المجتمع (سليم، 1985م: 42).

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليه الإعلام الجديد أحد العوامل التي لها دوراً في تشكيل عادات وقيم المجتمع، حيث شكلت هذه المواقع أداة تأثير على بنية وتركيب المجتمع السعودي، وأضحت بسببها القيم والعادات محل تبدل وتغير وتبلور، وبعضها أعيد تشكيله بقوالب جديدة، مما انعكس جلياً على اتجاه الأفراد نحو بعض العادات التي تعد راسخة ومتجذرة في كيان وهوية المجتمع، وبناء على ذلك تتجلى أهمية معرفة ما قد تحدثه هذه المواقع بمضامينها وانواعها من تأثير وتأثر لدى فئات المجتمع، وهذا ما سوف نتحقق منه الدراسة. حيث تم تقسيم الدراسة الى جزء نظري تناول ماهية برامج التواصل الاجتماعي وخصائصها وانواعها، وكذلك العادات الاجتماعية والنظرية المفسرة للدراسة ثم الإجراءات المنهجية التي تحقق الهدف من الدراسة وأخيراً النتائج وعدد من التوصيات.

مشكلة الدراسة:

أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي الجديد ببرامجه المختلفة من كسر طوق العزلة التي كان يعيشها المجتمع، وأضحى المجتمع بفعل هذه البرامج أسيراً لها ويتفاعل معها وتتفاعل معه، يؤثر ويتأثر، ومثلت هذه البرامج نوع من حرية التحرك الاجتماعي داخل الأبنية الافتراضية التي تشكلت بناء على هذه البرامج وأصبحت جزء لا يتجزأ منها، حيث تعطي برامج التواصل الاجتماعي فرصة تكوين جماعات افتراضية لا مكانية، إذ تنتشر هذه الجماعات في سياق غير واقعي ولا تقع ضمن نطاق جغرافي محدد، مما يكسبها صفة العالمية والتفاعل مع الجماعات الأخرى ومن هويات وثقافات مختلفة. وتقدم الجماعات الافتراضية نوعاً من التسهيلات الاجتماعية وفرصاً للمتفاعلين من معرفة كل ما يحدث حولهم ويتشكل في ظرف جزء من الثانية، مما يتيح لهذه الجماعات نقل رمزية ثقافية وعادات سواء ما يتعلق بأنماط الاستهلاك المظهري أو بأشكال العادات الاجتماعية الأخرى التي تبرزها وتظهرها هذه الجماعات بمختلف انتمائها وتوجهاتها.

وقد أكدت بعض الدراسات كدراسة الدوسري (2006) أن هناك تأثيراً مرتفعاً جداً بين وسائل الإعلام والتواصل والسلوك الاستهلاكي لدى الأسرة السعودية، وفي نفس السياق ذهبت دراسة العتيبي (2015) أن هناك تأثيراً مرتفعاً لمواقع التواصل الاجتماعي على انتشار النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية السعودية خاصة فيما يتعلق بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية.

وقد فسرت النظريات في علم الاجتماع مشكلة الدراسة بافتراضات النظرية الانتشارية أن تغير العادات الاجتماعية تنتشر من مجتمع لآخر بعامل الاتصال بين المجتمعات وبالتالي يحدث تغير ثقافي واجتماعي في المجتمعات المختلفة،

وفي ضوء تلك الافتراضات النظرية المفسرة لمشكلة الدراسة تم صياغة إطار تصوري موجه للدراسة الميدانية هو: أن الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي تُحدث تغييراً في العادات الاجتماعية للفتاة الجامعية نتيجة للتغير الاجتماعي والاقتصادي والتطور التي يمر به المجتمع، ولتحقيق الهدف الرئيس من هذه الدراسة استخدم الباحثان المسح الاجتماعي على طالبات جامعات القصيم.

ويمكن تحديد مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس الآتي وهو: ما أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية للطالبات الجامعيات خاصة كعادات الزواج والعادات الاقتصادية؟

ويتفرع منه الأسئلة التالية:

- 1- ما أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية للزواج عند الطالبات الجامعيات خاصة عادات الخطبة؟
- 2- ما أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاقتصادية عند الطالبات الجامعيات خاصة عادات الإنفاق والاستهلاك؟

أهداف الدراسة.

تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- التعرف على أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية للزواج عند الطالبات الجامعيات خاصة عادات الخطبة.
- 2- التعرف على أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية والاقتصادية عند الطالبات الجامعيات.

أهمية الدراسة:

تنبع الأهمية العلمية للدراسة من خلال رصد خصائص وسمات الجماعات الافتراضية كمتغيرات اجتماعية حديثة في المجتمعات الإنسانية. ولفت انتباه المتخصصين في العلوم الاجتماعية والتربوية إلى أهمية دراسة برامج التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدر رئيس من مصادر التنشئة الاجتماعية في المجتمع. كما تسهم الدراسة في إثراء المكتبة العربية بوجه عام والسعودية بوجه خاص بحوث ودراسات تخص الجماعات الافتراضية لندرة الدراسات الميدانية في تخصص علم الاجتماع. وتبرز الأهمية العلمية كذلك في لفت انتباه الباحثين إلى التغيرات الاجتماعية التي طرأت على المجتمع السعودي المتعلقة باستخدام برامج التواصل الاجتماعي. وفي السياق ذاته تتجلى الأهمية التطبيقية في هذه الدراسة في رصد الجوانب السلبية والجوانب الإيجابية في الجماعات الافتراضية لمساعدة المربين والاجتماعيين لمعالجة ما هو سلبي ودعم ما هو إيجابي. والخروج بتوصيات ومقترحات تساعد أولياء الأمور على فهم الجماعات الافتراضية وتمنحهم توجيهاً وإرشاداً في اختيار الأبناء والبنات لنمط معين من الجماعات الافتراضية المناسبة.

حدود الدراسة:

اقتصرت هذه الدراسة على الحدود الآتية:

- الحدود الموضوعية: الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي وأثرها في تغير العادات الاجتماعية.
- الحدود البشرية: طالبات جامعة القصيم بريدة.
- الحدود المكانية: مقر جامعة القصيم بريدة من الكليات التالية: (الشريعة- الصيدلة- العلوم والآداب).
- الحدود الزمنية: تم جمع البيانات الميدانية في الفصل الثاني من العام الدراسي 1438هـ.

هيكلية الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول منها الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة، بينما يتطرق المبحث الثاني إلى الجماعات الافتراضية، ويتطرق المبحث الثالث إلى العادات الاجتماعية.

2- الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً- الإطار النظري.

المبحث الأول: مفاهيم الدراسة:

إن تحديد المفاهيم وتعريفها من الوسائل المهمة لمعرفة ما يكتنف تلك المفاهيم من غموض وتوضيحها لتشكيل إطاراً مرجعياً في عملية البحث الاجتماعي. وعليه تركز الدراسة على تحديد المفاهيم التالية:

1- الجماعات الافتراضية: Virtual Groups:

يعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم الجديدة التي برزت من خلال ثورة الاتصالات الحديثة وقد تنوعت التعريفات حول مفهوم الجماعات الافتراضية، نشير لبعضها كما يلي: عُرفت بأنها طبقة جديدة خلقتها عمليات التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أو نخبة تتشكل من أناس تجمعهم المعرفة بعالم المعلومات، ويعيشون جماعة لا تجمعهم حدود معروفة، ولا يعرفون بعضهم شخصياً، وليست لهم أهداف واحدة أو مصالح، ولا يجمعهم تاريخ واحد أو وعي أو يشتركون في معتقدات واحدة (زايد، 2005م: ص 22، 23).

كما تُعرف بأنها جماعات تشكلت إثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلى تقليص التباعد الجغرافي مما أتاح الفرصة للاتصال بين أفراد يقعون عبر مسافات متباعدة، يجمع بين أفرادها نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة (الجويلي، 1996م: ص 30). ويؤكد على ذلك تعريف آخر يرى أنها تجمعات تشكلت من خلال شبكة الإنترنت لا يقطن أعضائها في بوتقة جغرافية واحدة ولكنهم موزعون في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم، يجمع بين هذه التجمعات اهتمامات مشتركة ومختلفة وتتعدد أنماط هذه التجمعات ما بين تجمعات تجارية وتجمعات طبية وتتسع لتشمل أنماط أخرى (Lagzer Jonathan, 2000). وتعرف أيضاً بأنها تجمعات اجتماعية تجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة وأهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات السمر والدردشة وتبادل المعلومات والنواتر، ويمكن لأي عضو في هذه الجماعة أن يبث حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص فريقاً منهم أو يُسرل فريق بعينه ما يريد أن يحجبه عن الآخرين، ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة، بل يمكن أن يتنكر العضو في شخصيات متعددة (نبيل، 2001م: ص 501). وتعرف كذلك بأنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم مجتمع حقيقي (بسيوني، 2001م: ص 53). ويختار الباحثان تعريفاً إجرائياً في هذه الدراسة هو: انضمام الفتاة السعودية إلى عدد من الجماعات الافتراضية من خلال برامج التواصل الاجتماعي مثل (واتس اب - انستقرام - سناب شات) لتكوين علاقات على أساس القرابة أو الصداقة أو غرضية تحقق منفعة اجتماعية أو مادية أو تروحية أو تعليمية.

2- العادات الاجتماعية: Social Customs

المفهوم اللغوي: جمع عادة وهو ما يعتاده الإنسان أي يعود إليه مراراً وتكراراً، وتشمل العادات النشاط البشري من طقوس أو تقاليد في أغلب الأحيان من فكر أو عقيدة المجتمع، وتدخل العادات في كثير من نواحي الحياة مثل الأكل والشرب والعلاقات بين الناس (ابن منظور، 1998: ص 422).

المفهوم العلمي: العادة الاجتماعية هي: "كل سلوك متكرر يُكتسب اجتماعياً ويُتعلّم اجتماعياً ويُمارس اجتماعياً ويُتوارث اجتماعياً (دياب، 1980م: ص 104). وتعرفها فوزية دياب (1980م: ص 107) بقولها: "إن العادات الاجتماعية ظاهرة اجتماعية تمثل أسلوباً اجتماعياً بمعنى أنها لا يمكن تمارس إلا بالدخول في المجتمع والتفاعل مع أفراد وجماعاته، ومن أمثلة العادات الاجتماعية التي توضح الأسلوب الاجتماعي في التصرف: عادات التحية وآداب

المائدة وطرق تناول الطعام وتربية الصغار". وفي السياق ذاته يعرف السيف (1431هـ: ص 178) العادات بأنها: " سلوك اجتماعي قهري ملزم، يدخل في تكوينها قيم دينية وعرفية تجعل الأفراد يسايرون المجتمع ويوافقونه بالسلوك في مختلف الأحداث والمواقف الاجتماعية المتكررة، وتتميز العادات الاجتماعية بأنها تلقائية وعامة، يعملها الأفراد في مختلف طبقات ومستويات المجتمع وأنماطه الحضرية والريفية". التعريف الاجرائي في هذه الدراسة للعادات الاجتماعية هو: السلوكيات التي تتعلمها وتكتسبها وتمارسها الفتاة من خلال الجماعات الافتراضية المتمثلة في عادات الزواج في الخطبة والاختيار للزواج، وحفلات الزواج وأشهر الزواج الأولى، وكذلك العادات الاقتصادية كالإنفاق والاستهلاك والادخار.

المبحث الثاني: الجماعات الافتراضية وبرامج التواصل الاجتماعي

الجماعات الافتراضية وخصائصها:

يضرِب مفهوم الجماعة الاجتماعية بـماضٍ بعيدٍ في تاريخ علم الاجتماع، ولقد تمت دراسة الجماعات الاجتماعية وتفاعلاتها بأشكال وطرق متعددة، وأيضا الظواهر المختلفة التي ترتبط بها اعتماداً على فلسفات وخلفيات اجتماعية متباينة، والجديد في هذا الشأن أن الإنترنت ساهم في خلق أنماط غير تقليدية من الجماعات والعلاقات الاجتماعية والتفاعلات التي لا ترتبط بهوية أو قومية بذاتها ولا ترتبط أيضا بإطار فيزيقي محدد المعالم والأبعاد، ولكنها تتم عبر الفضاء المعلوماتي الذي تشكل بفضل الإنترنت، كما لا يشترط في تأسيس هذه الجماعات بيئة جغرافية واحدة أو هيكل أو بناء محدد لها كما هو متعارف في الجماعات التقليدية ولكن تتم العضوية في هذه المجتمعات من خلال معرفة العضو المتفاعل باستخدام تقنية العبور إلى الجماعة والاهتمامات المشتركة ويطلق عليها المجتمعات الافتراضية (زكي، 2009م: ص 97). ومنذ بداية خمسينيات القرن الماضي بدأت بوادر ظهور المجتمع الافتراضي، والذي ارتبط ارتباطاً وثيقاً بالثورة التقنية خصوصاً في مجال صناعة المعلومات، والحاسوب، ويرجع مصطلح المجتمع الافتراضي إلى عام 1993م من خلال نشر مفاهيم المجتمع الافتراضي مصطلحات التجمع الاجتماعي والعلاقات الشخصية الاجتماعية والتي تنشأ من الشبكة، وفيها يستمر الناس في مناقشاتهم علناً لوقت من الزمن وبمشاعر إنسانية ووجدانية، قادرة على تشكيل شبكات من العلاقات الاجتماعية في الفضاء الإلكتروني (الغريب، 2010م: ص 285-287)، ويعد الكاتب الأمريكي (هارولد راينغولد) أول من صاغ مصطلح المجتمع الافتراضي في كتابه حول المجتمع الافتراضي عام 1993م، ولكن يعود ظهور المجتمع الافتراضي بمميزاته وخصائصه إلى حقبة الستينات من القرن الماضي، وبدأ أول الأمر على شكل شبكات الحواسيب المخصصة للتعليم ثم تطورت تدريجياً لتتضمن تبادل المحادثات بين أفراد متباعدين مكانياً، وبدأ الموضوع يتطور شيئاً فشيئاً ليدخل مئات الأفراد في تلك الحوارات وليتبادلوا الأفكار والمعلومات بل والمشاعر، وأخذت تنمو وتظهر شخصيات جديدة ذات طابع جديد حقيقي خفي، في جو اجتماعي تفاعلي، له مواصفاته الخاصة، حيث أسست لنفسها عادات وتقاليدها وقيم جديدة تختلف عن تلك الموجودة في العالم الواقعي (عزيز، 2014م: ص 578). وهي جماعات تشكلت إثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلى تقليص التباعد الجغرافي مما أتاحت الفرصة للاتصال بين أفراد يقعون عبر مسافات متباعدة يجمع بين أفرادها نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة، ومفهوم الجماعات الافتراضية مفهوم مركب يشير إلى علاقات تظهر بين الأفراد الذين يتشاركون عبر الإنترنت استغل هذا المجتمع التقنيات الإلكترونية وأدواتها في تحقيق وتنفيذ مشاركات اجتماعية، وأشار أحمد زايد إلى أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن يجمع بينهم شعور إنساني كاف بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني (زكي، 2009م: ص 100).

خصائص الجماعات الافتراضية: تختلف خصائص المجتمع الافتراضي باختلاف وجهات النظر التي تتناولها وبحسب الحقل المعرفي المعني، ومدى تركيز بعضها ودرجة أهميتها في مجال دون آخر ويمكن تحديد خصائص المجتمع الافتراضي فيما يلي (الرشيدي، 2014):

- 1- الغرض المشترك بين الأعضاء.
- 2- المشاعر المشتركة.
- 3- الوصول والنفوذ إلى الموارد المشتركة ووجود سياسات ولوائح لتحديد الوصول إلى هذه الموارد.
- 4- وجود المعلومات وتوفيرها للجميع وتبادل الدعم والخدمات بين الأعضاء.
- 5- إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية واللغة والبروتوكولات المتبعة.
- 6- وجود دليل على أن الأعضاء المشتركين لديهم أدوار مختلفة.
- 7- الأعضاء وسمعتهم ومكانتهم الاجتماعية والعملية والفكرية والثقافية.
- 8- الوعي بحدود العضوية وهوية الجماعة الافتراضية.
- 9- المعايير المبدئية للاشتراك في المجتمع الافتراضي المعنى.
- 10- تاريخ المجتمع الافتراضي ووجوده على مدى فترة من الزمن.
- 11- الأحداث الملحوظة والطقوس التي تمارس من قبل الأعضاء.
- 12- البيئات الطبيعية المشتركة الأصول.
- 13- العضويات التطوعية والإسهامات المختلفة لدعم المجتمع (الرشيدي، 2014م: ص 15-16).

برامج التواصل الاجتماعي خصائصها وبرامجها:

تقوم وسائل الإعلام بدور مهم في تكوين الاتجاهات والميول، وتؤثر في عملية اكتساب الرأي العام للمعارف والمعلومات، حيث أحدثت وسائل الإعلام الجديد تأثيراً يفوق ما أحدثته وسائل الإعلام التقليدية مرات عديدة، وتتنافس وسائل الإعلام والاتصال فيما بينها لدى المتلقين أو المستعملين على مستوى عادات الاستخدام وأنماطه، وهذا التنافس بين وسائل الإعلام يكون محتدماً في بعض الأحيان عندما تظهر إلى الوجود وسيلة إعلامية جديدة، فهذا الظهور الجديد قد يؤدي إلى ارتباك في عادات وسلوكيات ألفها المتلقي جراء الاستخدام المتكرر لبعض الوسائل السابقة (بوعلوي، 2014م: ص 9).

خصائص برامج التواصل الاجتماعي (الشاعر، 2015): تكمن أهمية برامج التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعاً أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين، ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان، وقد أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي، ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده، لذا نجد أن لهذه البرامج خصائص محددة منها:

- 1- شاملة: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، فتلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة.
- 2- التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

- 3- تعدد الاستعمالات: برامج التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبيت علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.
- 4- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.
- 5- اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكلمة يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون أخرى (الشاعر، 2015م: ص67)، وقد أصبحت برامج التواصل الاجتماعية مثل "الواتس آب" و"انستغرام" و"سناب شات" ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، ساهمت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني من الإنترنت (حدادي، 2015م: ص32). ويذكر عالم الاجتماع جورج ريترز (2015) أن كل هذه المواقع التي يتيحها الإنترنت ذات طابع عالمي، وباستطاعة الفرد أن ينتج ويستهلك في هذه المواقع من أي مكان في العالم، وفضلاً عن ذلك فإنه في الوقت الذي فيه "الفيديو بوك" و"ماي سبيس" هما أشهر موقعين من برامج التواصل الاجتماعية في الولايات المتحدة وكندا وأستراليا، توجد مواقع أخرى كثيرة مشابهة في كل أنحاء العالم، يبلغ مجموعها نحواً من 120 موقعاً، ومن هنا فإن الطبيعة العالمية لهذه البرامج، وقدرة البشر في معظم أجزاء العالم على المشاركة في برامج التواصل الاجتماعية، هي التي تجعل منها ظاهرة عالمية بحق (ريتزر، 2015م: ص 613-614).

برامج التواصل الاجتماعي:

تعددت أنماط برامج التواصل الاجتماعي الجديد إلى أكثر من عشر مواقع رئيسة تحظى باهتمام كبير من قبل ملايين الناس في العالم، ولكن سوف نقتصر على أهم ثلاث برامج تعتبر الأكثر استخداماً وانتشاراً في المجتمع السعودي وهي على النحو التالي:

1- برنامج الواتس آب: Whats App

وهو تطبيق لتبادل الرسائل بين العديد من أنواع الأجهزة الهاتفية وأنظمة التشغيل يمكن من المراسلة الفورية من دون دفع رسوم الرسائل النصية، وهو متوفر لأجهزة أي فون، بلاك بيري، ويندوز فون، أندرويد، ونوكيا، ويجعل هذا التطبيق المراسلة متاحة بين هذه الهواتف أيضاً كان جهازك، كذلك بما أن الواتس آب يستخدم خطة بيانات الإنترنت نفسها التي تستخدم للبريد الإلكتروني ولتصفح الشبكة فبالتالي ليس هناك أية تكاليف إضافية للمراسلة وللتواصل مع الأصدقاء (العنزي، 2016م: ص29)، وقد انتشر استخدام الواتس آب بين الشباب بسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي، ويسهم الواتس آب كذلك في تداول الأخبار (الشاعر، 2015م: ص 65-66)، وبالإضافة إلى المراسلة الفورية يمكن لمستخدمي واتس آب الدردشة ضمن مجموعات، وكذلك تبادل الوسائط من صور وفيديو وملفات صوتية والاتصالات الهاتفية في بعض المناطق، ويشير تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي (2015) أن أكثر من 4 من بين كل 5 مستخدمين لبرامج التواصل الاجتماعي في العالم العربي يقومون باستخدام واتس آب عبر الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر اللوحي الخاصة بهم، وقد كان معدل استخدام برنامج واتس آب الأعلى في سوريا بـ 96%، ووصل عدد المستخدمين في السعودية 90% (تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، 2015).

2- برنامج الإنستغرام: Instagram

الإنستغرام هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، انطلق في شهر أكتوبر من عام 2010م، يتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها، وفي يونيو 2013م جرى وضع تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين، وفي البداية كان دعم إنستغرام على الآيفون، والآيباد، والآيبودتاتش ثم تم إضافة دعم لمنصة الأندرويد (Android 2.2) أو أعلى ويتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجو جلوبلاي (العنزي، 2016م: ص 28). ويعزز إنستغرام الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والإنستغرام كما هو تطبيق متاح لتبادل الصور فإنها شبكة اجتماعية (الشاعر، 2015م: ص 66). وقد استحوذت شركة فيسبوك على التطبيق في (12) أبريل 2012م بصفقة بلغت مليار دولار، وكانت الصفقة تتميز بأنها كانت مصدر لضجة حتى قبل الكشف عنها، وكذلك فإن مبلغ الصفقة يتناقض مع ما دفعته ياهو لشراء موقع فليكر عام 2005م والذي كان 35 مليون دولار، والذي جعل موقع فليكر على قائمة الـ 50 موقع الأكثر زيارة حول العالم، كتب مارك زكبرج على حائطه في Facebook عن ما سيحصل بعد هذا الأستحواذ " committed to building and growing Instagram independently " أي سنلتزم بتطوير وإنماء Instagram بشكل مستقل، ويقدر تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي (2015)، إجمالي عدد مستخدمي برنامج الإنستغرام حوالي 32 %، وقد حقق المستخدمون في دولة الإمارات أعلى معدل للاستخدام عبر الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر اللوحي الخاصة بـ 53 %، في مقابل ذلك وصل عدد مستخدمي برنامج الإنستغرام في السعودية حوالي 41 % (تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، 2015).

3- برنامج سناب شات: Snapchat

هو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبث ومشاركة الرسائل المصورة طورها إيفان شبيغل وروبرت مورفي، ثم طلاب جامعة ستانفورد، يمكن للمستخدمين عبر التطبيق التقاط الصور، وتسجيل الفيديو، وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة المتابعين. ومن المعروف أن هذه الصور ومقاطع الفيديو المرسله على أنها " لقطات" يعطي فيها التطبيق للمستخدمين مهلة زمنية لعرض لقطاتهم من ثانية واحدة إلى 10 ثواني، وبعد ذلك تكون مخفية من الجهاز المستلم وتحذف من الخوادم الخاصة بسناب شات (العصيمي، 1438هـ: 101).

المبحث الثالث: العادات الاجتماعية

شهد المجتمع السعودي وعاداته تغييراً اجتماعياً واسع النطاق بفعل التحضر والازدهار الاقتصادي وتدفق الثروة النفطية، مما أدى إلى تغير المستوى المعيشي للمواطن، وبالتالي أدى إلى سيطرة أنماط سلوكية مستحدثة وغلبة الطابع الاستهلاكي وتغير نوع العمل وأشكاله واختفاء المهن التقليدية، وبروز المهن المرتبطة بالعمل الحكومي والعمل بالقطاع الخاص بكل مجالاته المختلفة. ولا شك أن هذه التغيرات البنائية شملت كل الأنساق المجتمعية المختلفة وكان لتلك التغيرات أثراً واضحاً على الأفراد والجماعات، وخاصة تلك الآثار التي أصابت النسق الأسري من حيث الخصائص والمكونات والوظائف والأدوار (الحامد، 2007م: ص 59).

ويرى العبيدي (2010) أن الأسرة السعودية قد أصابها تغيرات وتحولات، شأنها في ذلك شأن الأسرة في المجتمعات المعاصرة، فهناك مجموعة من التغيرات التي طرأت على الأسرة السعودية خلال العقود الماضية وبعضها خلال سنوات مضت، لعل أهم هذه التغيرات هو التحول من الأسرة الممتدة إلى الأسرة النواة، ولعل هذا التحول قد

نجم عن عدم قدرة الأسرة الممتدة مجازاة الحياة السريعة سواء في حراكها الجغرافي أو الاجتماعي، ومن العوامل المؤثرة في هذا التحول ما طرأ على دور المرأة في صنع القرارات الأسرية (العبيدي، 2010م: ص15).

وفي نفس السياق يشير السيف (1432هـ) إلى أن الحراك الاجتماعي الذي طرأ على الأفراد في المجتمع السعودي في هذه المرحلة المتغيرة هو نتيجة تغير النسق الاقتصادي وما تبعه من انفتاح ثقافي زاد من تنقل الأفراد اجتماعياً خارج نطاق دائرتهم القرابية، إذ أسقطت برامج التنمية الحواجز الثقافية والاقتصادية والاجتماعية القديمة للنسق العائلي والتي كانت تمنع الأفراد من امتدادهم بعلاقات اجتماعية في أي اتجاه خارج النسق القرابي، ويمكن رصد أبرز اتجاهات العلاقات الأسرية في المجتمع السعودي في العصر الحالي في الأبعاد التالية:

- 1- عدم المشاركة بالمسكن والرغبة ببناء مسكن مستقل.
 - 2- الزواج من خارج دائرة القرابة والذي ترتب عليه كثرة شروط الزواج.
 - 3- ضعف في الضبط الاجتماعي الأسري.
 - 4- ضعف في المساعدة والتعاون بين الأقارب في أوقات الأزمات.
 - 5- ارتفاع معدل الصراع والخلافات الزوجية (السيف، 1432هـ: ص183).
- والذي تركز عليه هذه الدراسة هو التغيرات في عادات الزواج وعادات الإنفاق والاستهلاك، وهما ما نلقي عليه الضوء فيما يأتي:

- عادات الزواج في المجتمع السعودي:

بتأملنا لنظام الزواج وتبعاته في المجتمع السعودي نجد أنه قد طرأ عليه تغير كبير ومتسارع صاحب عملية التنمية، وشمل معظم جوانب الحياة المختلفة، وكان له أبلغ الأثر في بنية المجتمع الاجتماعية، خاصة فيما يتعلق بنظامه وعاداته، فالزواج في مجتمعنا لم يكن قبل مرحلة التنمية الحديثة قراراً فردياً، وإنما كان قراراً عائلياً، حيث تشعر الأسرة بحاجتها إلى تزويج ابنها قبل أن يشعر بالحاجة إلى الزواج (الرومي، 2004م: ص142).

وتعد ممارسة عملية الاختيار للزواج (الخطوبة) من أقدم الممارسات في التاريخ، فقد وجدت مع بدء الخليقة ولكنها تتشكل وتتغير، وفق ظروف كل مجتمع وثقافته وعصره وتتعرض للتبديل والتغير وفق الظروف الزمنية والاجتماعية والاقتصادية لكل مرحلة زمنية، ولذلك نجد هناك تباين داخل المجتمع السعودي نفسه وفق الثقافة الفرعية لكل مجتمع محلي ووفق عادات كل منطقة من مناطق المملكة العربية السعودية وتقاليدها، ولقد مرت عملية الاختيار للزواج (الخطوبة) في العقود الخمسية الماضية بأطوار مختلفة بشكل عام وأن كانت لا تخلو من تداخل زمني، وموضوعي، شأنها شأن كل العمليات الاجتماعية في أي مجتمع من المجتمعات، فقد بدأت عملية اختيار الشريك (الخطوبة) من خلال الأسرة واستمرت فترات طويلة جداً، ثم تداخل معها مرحلة التعرف على الشريكة من خلال الأصدقاء والزملاء في العمل، ثم مرحلة الخطابين والخطابات، ثم بدأ شيء من التنظيم من خلال برامج التوافق والدلالة في مشاريع مساعدة الشباب على الزواج والجمعيات الخيرية، ثم مرحلة الدلالة عن طريق الإنترنت بالإضافة إلى وجود أشكال أخرى ولكنها قد لا تكون ذات انتشار كبير (الضالع، 2012م: ص44).

في الوقت الحاضر، فإن انتشار وسائل الإعلام والفضائيات والانفتاح على المجتمعات الأخرى والاختلاط بين الجنسين، جعل الطريقة التقليدية في الزواج لا تتناسب مع الوقت الحاضر، لذا فإن ما هو مقبول في الماضي قد لا يتناسب مع ما هو موجود في الوقت الحالي، كما أن ما هو مقبول في مجتمع ما قد لا يعد مقبولاً في مجتمع آخر، لذا فإن طريقة الزواج المفضلة يحددها أبناء المجتمع أنفسهم، وليس هناك طريقة خطأ وطريقة صواب، فالصواب والخطأ نسبي، يختلف باختلاف ثقافة المجتمع وظروفه الاجتماعية والاقتصادية السائدة (الخطيب، 2011م: ص170).

- عادات الاستهلاك في المجتمع السعودي:

يعد موضوع الاستهلاك من المواضيع التي حظيت باهتمام كبير من قبل الباحثين في أكثر العلوم الاقتصادية والاجتماعية، والنفسية، وتعتبر العملية الاستهلاكية عملية ذات طابع اقتصادي لذا كان الاهتمام الأكبر الذي حظى به الموضوع كان في نطاق علم الاقتصاد، أما علم الاجتماع فجاءت استجابته متأخرة إلى حد ما في حقبة الثمانينات من القرن العشرين. لقد بات الاستهلاك ظاهرة عالمية يتصف بها المجتمع الحديث، حيث سيطرت النزعة الاستهلاكية على سلوك الأفراد أصحاب المستويات الاقتصادية المختلفة، وأصبح المجتمع متطبع بطابع واحد بالرغم من اختلاف المستوى الاقتصادي للأفراد والجماعات فجميعهم يستهلكون، ولكن قد يختلفون في أنماط استهلاكهم، حيث أثرت ثورة التكنولوجيا والمعلومات على تغيير سلوكياتهم الشرائية، وساعدت على انتشار أنماط استهلاكية إلى كافة أنحاء العالم (العتيبي، 2015م: ص 1-5). وعليه فالاستهلاك بالمفهوم الاجتماعي ظاهرة عامة لدى كل المجتمعات، وهو مفهوم أكثر اتساعاً من مجرد إشباع الحاجات البيولوجية، بل له عدد محدد من الوظائف في كل الثقافات، فإعداد الطعام واستهلاكه يرتبط بالنسبة لبعض الشعوب بقيمة جمالية (قيم تذوقيه وفنية)، وهو بالنسبة للبعض الآخر دليل على المكانة، خاصة في الثقافات التي بها فائض إنتاجي سواء لدى الشعوب البدائية أو المعاصرة (زايد، 2009). وتوصف المجتمعات الرأسمالية المعاصرة بأنها مجتمعات استهلاكية، فقد تحولت هذه المجتمعات إلى الاستهلاك بعد أن نجحت في تحقيق طفرة في الإنتاج، فازداد حجم المعروض من السلع وتحول الإنتاج إلى هدف في حد ذاته، وساعد على ذلك هيمنة وسائل الاتصال الجماهيري، تلك التي نجحت في خلق ثقافة جماهيرية أو ثقافة عامة تنتشر من مراكزها العالمية إلى كل جزء من أجزاء العالم، ولقد خلقت هذه الظروف حالة تحول فيها الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته، وانتشر الميل إلى الاستهلاك، وشملت المظاهر الاستهلاكية كل شيء وأصبحت تسيطر على كل تصرفات وسلوك الأفراد تجاه السلع وطرق إشباع رغباتهم منها، واندمج الإنسان في هذا المجتمع الجديد إلى درجة أنه لُقّب بالإنسان المستهلك (محمد، 2009).

خصائص ثقافة الاستهلاك:

حظيت دراسة خصائص ثقافة الاستهلاك باهتمام بالغ في التراث السوسيولوجي المعاصر، ويستخدم مفهوم الثقافة الاستهلاكية للإشارة إلى مجموع المعاني والرموز والصور المصاحبة للعملية الاستهلاكية أو السابقة عليها أو اللاحقة لها وهي بذلك تتصل بجوهر المعاني والممارسات الكامنة في الحياة اليومية للأفراد والجماعات، وإبراز خصائصها التي سنحاول تلخيصها فيما يلي (زايد، 2009).

- توصف الثقافة الاستهلاكية بأنها مادية Materialist فهي تلتفت حول استهلاك السلع المادية، فلقد شهدت المجتمعات انتصاراً للعقلانية الاقتصادية التي أزاحت الأعراف والقيم التقليدية لتنتج ثقافة حديثة تقوم على فكرة التبادل العقلاني.
- ولكن أهم جوانب الثقافة الاستهلاكية هي جوانبها المعنوية فهي لا ترتبط بالممارسات المادية فقط، وإنما ترتبط أيضاً باستهلاك المعاني والخبرات والصور فالأسلوب الذي تعرض به السلع أو الذي يعلن به عنها يرتبط بصورة معينة يسعى إلى تثبيتها في ذهن المشتري.
- وتتعلق بالخاصية السابقة خاصية أخرى للثقافة الاستهلاكية تنحصر في أنها تضيفي الطابع الأسلوب Stylistic على السلع، بحيث يكون للسلعة تأثيراً أسلوبياً يعبر عن فردية أو تفرد مالكيها، وغالباً ما تعبر الثقافة الاستهلاكية عن ذلك بربط السلع بشخصيات معينة أو بأنماط معينة للشخصية.

- وتتسم الثقافة الاستهلاكية بالتحول المستمر والسريع ويظهر هذا التحول على مستويات عديدة أو لها مستوى عام يرتبط بقابلية المعاني التي ترتبط بقابلية ثقافة الاستهلاك للتحول.
- وأخيراً فإن الثقافة الاستهلاكية تتصف بأنها ثقافة قهرية، تدفع الناس دفعاً إلى الاستهلاك والركض خلف طموحاته بصرف النظر عن الفوائد الفعلية المتحققة من ذلك، وهي قهرية لأنها تعتمد على عنصرين قهريين في انتشارها: الأول هو التقليد الذي يدفع الناس إلى تكريس كل حياتهم لأن يحصلوا على ما حصل عليه آترابهم أو أقرانهم الآخرون، أما مصدر القهر الثاني فيأتي من التقاليد التي تنجح الثقافة الاستهلاكية في استخدامها وتوظيفها، ويظهر ذلك جلياً في حالة الاحتفال بالمناسبات حيث يتحول الاحتفال بالمناسبة إلى احتفال استهلاكي من الطراز الأول (زايد، 2009 م: ص372-375).

ثانياً- الدراسات السابقة

- دراسة الشهري، (2015)، بعنوان "دراسة بعض المشكلات الاجتماعية للشباب الجامعي المترتبة عن المجتمعات الافتراضية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ما يواجهه الشباب الجامعي من مشكلات اجتماعية تتعلق بالتأثير السلبي على العلاقات الاجتماعية والقيم الاجتماعية المترتبة عن استخدامهم للمجتمعات الافتراضية باستخدام منهج المسح الاجتماعي، حيث طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية من طلاب جامعة الملك سعود في عدد من التخصصات الإنسانية والعلمية قوامها (377) طالباً وطالبة، واستخدمت الاستبيان لهذا الغرض، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: للمجتمعات الافتراضية تأثير أحياناً على الشباب الجامعي يتمثل في تقليص علاقاتهم الاجتماعية، ومنها الاستقلال بالقرارات الاجتماعية والاقتصادية عن الأسرة، ونداراً ما يكون هناك تأثير في توتر علاقاتهم الاجتماعية، أن المجتمعات الافتراضية التي تُحدث أحياناً تأثيراً على الشباب الجامعي يتمثل في تنمية قيمة عدم قبول الاجتماعية ويلاحظ أن ذلك أعلى لدى الذكور من الإناث، ونداراً ما يكون هناك تأثير في ضعف قيمة الانتماء لدى الشباب الجامعي للمجتمع وهي أعلى لدى الذكور من الإناث وللمسارات التعليمية الإنسانية من المسارات التعليمية العلمية.
- دراسة العتيبي، (2015)، بعنوان "مظاهر وأسباب النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مظاهر وأسباب تفشي النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية السعودية، بالإضافة إلى معرفة الآثار المترتبة على انتشار ظاهرة النزعة الاستهلاكية على سلوك الفتاة الجامعية، باستخدام منهج المسح الاجتماعي، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية من طالبات جامعة الملك سعود وبلغت (377) طالبة، وتم جمع البيانات بواسطة أداة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: هناك تأثير مرتفع لمواقع التواصل الاجتماعي على انتشار النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية السعودية، وأيضاً يؤثر الاستهلاك على النواحي الاقتصادية والاجتماعية للفتاة الجامعية.
- دراسة الخلف، (2012)، بعنوان "المجتمعات الافتراضية وعلاقتها بالقيم الاجتماعية". هدفت هذه الدراسة المقارنة باستخدام منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة، في استجلاء اختلاف كلاً من الجنس، وخصائص المجتمعات الافتراضية، والتفاعل بينهما على القيم الاجتماعية، وقد تمثلت خصائص المجتمعات الافتراضية في سبع خصائص هي خصائص ذات أبعاد اجتماعية، وخصائص ذات أبعاد معرفية، وخصائص ذات أبعاد تقنية تختص بالمجتمعات الافتراضية، أما القيم الاجتماعية فقد تم اختيار ثمانية قيم لدراستها، وللإجابة على أسئلة الدراسة تم تصميم أداتين لجمع البيانات إحداهما استبانة، والأخرى مقياس لتقدير القيم الاجتماعية، وسحبت عينة عشوائية من أربع جامعات في مدينة الرياض وبلغ مجموع العينة (1045) مفردة، وتوزعت إلى (562) طالباً،

و (483) طالبة، ومن أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة: أن القيم الاجتماعية مثل قيم الزواج والاستهلاك كانت لصالح الطالبات، أما القيم الأخلاقية فهي لصالح الطلاب، والثقافة التي يتعاطاها أفراد عينة الدراسة تنتمي إلى حد ما إلى ثقافة المجتمع السعودي، وهناك مواضيع يتم تداولها في المجتمع الافتراضي، ولا يتم تداولها في المجتمع الواقعي مثل الأمور المتعلقة بعادات الزواج وعادات الإنفاق.

- دراسة الشهري (2012)، بعنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية لدى طالبات الجامعة، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي والاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وطبقت العينة على (150) مبحوثة من طالبات جامعه الملك عبد العزيز بجدة، ومن أهم النتائج أن أغلب المبحوثات وقد بلغت نسبتهن 76% وجدن في موقعي الفيسبوك وتويتر فرصة مناسبة للتعبير عن آرائهن وتوجهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها بصراحة في المجتمع مثل عادات الخطبة وعادات الأشهر الأولى من الزواج وعادات الإنفاق وعادات الادخار، وأيضا أن أغلب مستخدمات الفيسبوك يبحثن عن صداقات جديدة من أجل الزواج بالإضافة إلى أن أغلب المبحوثات يتواصلن مع أقاربهن البعيدين مكانياً من خلال الفيسبوك وتويتر، وأكثر من نصف أفراد العينة يتواصلن مع زميلات الجامعة لأغراض دراسية عبر الفيسبوك وتويتر.

- دراسة الدوسري، (2006)، بعنوان "العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل الاجتماعية المؤثرة على السوك الاستهلاكي في محاولة للتعرف على أثر حجم الأسرة والدخل وأثر تقليد الأسرة لغيرها وأثر الإعلام والقيم الاجتماعية والدور الذي تلعبه السلعة كرمز للمكانة الاجتماعية على السلوك الاستهلاكي، وكانت الدراسة وصفية حيث استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي، وحدد مجتمع البحث من أولياء أمور طلبة المرحلة المتوسطة في مدينة الرياض حيث بلغ حجم العينة (452) ولي أمر، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: هناك تأثير مرتفع جداً على طبيعة السلوك الاقتصادي في الأسرة السعودية بعد مشاهدة الإعلان في برامج التواصل الاجتماعي والاستهلاك لدى الأسرة السعودية، وأيضا هناك تأثير مرتفع للقيم الاجتماعية على السلوك الاستهلاكي الكبير لدى الأسرة السعودية.

- دراسة هورمان (Horman, 2005) بعنوان "دراسة استكشافية للتفاعل الاجتماعي الذي يحدث على شبكة الإنترنت" وتناولت الدراسة أشكال التفاعل الاجتماعي الذي يحدث على الشبكة العالمية، خاصة في إطار إنجاز نشاطات جماعية للتكوين والتعليم عبر الشبكة، وقد ركزت الباحثة على الجانب السوسيوثقافي للأفراد المشاركين في مثل هذه التفاعلات، وكيفية ارتباطهم ببعضهم البعض. وقد توصلت إلى أن هذا التفاعل يؤدي إلى درجة كبيرة من التأثير المتبادل بين هؤلاء، حيث يرتبطون ببعضهم البعض بشكل يؤدي إلى تغيير عدة جوانب في حياتهم، وبالتالي فإن الدراسة أكدت أن التفاعلات الافتراضية قد تحدث أثر في حياة الأفراد الاجتماعية والاقتصادية بنفس الشكل الذي يحدث في التفاعلات المباشرة وجها لوجه.

جوانب الالتقاء والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

1- من ناحية الهدف: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الجماعات الافتراضية على تغير العادات الاجتماعية للفتاة، بينما كانت تهدف الدراسات السابقة بشكل عام إلى التعرف على أثر شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية بشكل عام كما في دراسة الشهري (1344هـ)، ودراسة العويضي (1423هـ)، ودراسة ساري (2003).

- 2- من ناحية مجتمع البحث: تتفق هذه الدراسة مع الدراسات التي استهدفت الفتاة الجامعية مثل دراسة الشهري (1433هـ) ودراسة أبو عرقوب وحمزة خليل (2009)، واختلفت عن دراسة العويضي (1423هـ)، ودراسة عبدالسلام (2011)، والتي استهدفت الطلاب والشباب والأسر.
- 3- من ناحية منهج البحث: اتفقت هذه الدراسة مع معظم الدراسات السابقة في استخدام منهج المسح الاجتماعي.
- 4- من ناحية أداة البحث: تتفق هذه الدراسة مع جميع الدراسات على أداة الاستبانة كأداة مناسبة لجمع المعلومات والبيانات لتحقيق أهداف الدراسة.
- 5- من ناحية متغيرات البحث: ركزت هذه الدراسة على المتغيرات المتعلقة بالجماعات الافتراضية من حيث نوع الجماعات الافتراضية ونوع المادة المرسله ومصدر المادة (محلّية- عربية- أجنبية) والعامل الرئيس بالتغير، وهذا يتباين مع الدراسات السابقة التي ركزت على الخصائص الاجتماعية والثقافية للمبجوثين كالعمر والمستوى التعليمي والتطبيقات المستخدمة كدراسة الشهري (1433هـ)، ودراسة العويضي (1423هـ)، ودراسة ساري (2003)، ودراسة أبو عرقوب وحمزة خليل (2009).

3- منهجية الدراسة وإجراءاتها.

منهج الدراسة:

نوع الدراسة وصفية، اعتمدت الدراسة لجمع البيانات الميدانية على منهج المسح الاجتماعي بالعينة وهي طريقة لجمع بيانات أعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق الاتصال بمفردات مجتمع البحث من خلال استمارات تحتوي على أسئلة مقننة (نوري، 2007م: 55)، ومنهج المسح الاجتماعي يعد أكثر المناهج ملائمة لموضوع الدراسة لأنه يعتمد على الوصف والتحليل والتفسير والتي عن طريقها يمكن التعرف على أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية عند الطالبات الجامعيات وما يتبع ذلك من معرفة خصائص كل متغير، وعلى ضوء ذلك يتم وضع الحلول والتوصيات لتدعيم الجانب الإيجابي والحد من الجانب السلبي.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يشير مجتمع الدراسة إلى المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، حيث تكون مجتمع الدراسة من الطالبات السعوديات المنتظمات في جامعة القصيم من مختلف الكليات (الأقسام العلمية والأدبية) لعام 2016م/2017م والبالغ عددهن (37059) طالبة (وذلك من خلال الاستعانة بالكراس الاحصائي السنوي في عمادة القبول والتسجيل في جامعة القصي) وبلغت العينة الممثلة لهن (379) طالبة حسب الجداول الإحصائية (الضحيان، 1420هـ: ص20). واختار الباحثان العينة عن طريق سحب عينة عشوائية طبقية (Stratified Sampling) من المجتمع الأصلي للدراسة نظراً لأنه يتألف من فئات أو طبقات مختلفة بعضها عن بعض، وتحديد أفراد كل فئة على حدة لتمثل حجم كل نوع من الكليات وهي ثلاث كليات: كلية الشريعة وتمثل الكليات الشريعة وعدد طالباتها (1555) طالبة، وكلية الصيدلة وتمثل الكليات العلمية وعدد طالباتها (309) طالبة، وكلية العلوم والآداب وتمثل الكليات الإنسانية وعدد طالباتها (6757) طالبة من خلال المعادلة التالية:

جدول (1) عدد طالبات جامعة القصيم في كليات البنات لعام 2016م/2017م

اسم الكلية	عدد الطالبات
كلية الشريعة	1555
كلية الصيدلة	309

عدد الطالبات	اسم الكلية
6757	كلية العلوم والآداب

- عينة كلية الشريعة (1555) + عينة كلية الصيدلة (309) + عينة كلية العلوم والآداب (6757) = المجموع الكلي (8621).

- عينة الدراسة (379) ÷ المجموع الكلي (8621) = 0.044

عينة كلية الشريعة $0.044 \times 1555 = 68.36$

عينة كلية الصيدلة $0.044 \times 309 = 13.59$

عينة كلية العلوم والآداب $0.044 \times 6757 = 297.30$

مجموع العينة = 379 طالبة.

وكانت أهم خصائص وسمات الجماعات الافتراضية استخدام برامج التواصل الاجتماعي على النحو الآتي:

جدول رقم (2) برامج التواصل الاجتماعي

نسبة %	تكرار	برامج التواصل الاجتماعي
28	106	انستغرام
45.4	172	سناب شات
26.6	101	واتس آب

يوضح الجدول أعلاه توزيع استجابات الطالبات حول برامج التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً، حيث يتضح أن أعلى نسبة استخدام كانت لبرنامج السناب شات بـ 45.4%، يلي ذلك برنامج انستغرام بـ 28%، وحظي برنامج واتس آب بفارق ضئيل عن الانستغرام بنسبة تقدر بـ 26.6%، وتبين من الجدول أعلاه أن استخدام برنامج السناب شات حظي بالمرتبة الأولى وذلك يعود إلى أن السناب شات يوفر خصوصية أعلى من البرنامجين الآخرين.

متغيرات الدراسة

تعتمد الدراسة عند تفسير البيانات الميدانية على المتغيرات المستقلة المتعلقة بالجماعات الافتراضية وهي:

- نوع الجماعة الافتراضية (من الأسرة/ الصديقات / غرضية).
- القناعة بنوع المادة (تسجيل سمعي/ مادة مقروءة/ مادة حركية مصورة).
- مصدر المادة (محلية / عربية / أجنبية).
- العامل الرئيس بالتغير في العادات.

أدوات جمع البيانات

استخدم الباحثان الاستبانة، وتتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخيرية التي يطلب من العينة الإجابة عنها بطريقة معينة (العساف، 2010م: ص310) وتضم الاستبانة أسئلة مغلقة وهي تعتمد على نوع محدد من الإجابات وتحتوي الاستبانة المحاور التالية:

- 1- متغيرات الدراسة المستقلة وتشمل (الكلية، أسئلة تتعلق ببرامج التواصل الاجتماعي)
 - 2- متغيرات الدراسة التابعة وتشمل (عادات الخطبة، عادات الزواج، عادات الانفاق، عادات الادخار).
- وقد مرتصميم أداة (الاستبانة) بعدة خطوات، كما يلي:

الخطوة الأولى: الإعداد الأولي للاستبانة وذلك وفق أهداف وتساؤلات البحث الواردة في خطة البحث المعتمدة من مجلس عمادة الدراسات العليا.

الخطوة الثانية: صياغة فقرات وعبارات الاستبانة حيث تم في هذه الخطوة الصياغة النهائية للاستبيان بعد استشارة سعادة المشرف على الدراسة وأخذ ملحوظاته ومقترحاته.

صدق الأداة: ويقصد به إلى إي مدى تقيس الأداة ما صممت من أجله وفي هذا الصدد ولمعرفة صدق الأداة استخدم الباحثان أحد أنواع الصدق وهو ما يطلق عليه الصدق الظاهري ويسمى أيضاً صدق المحكمين ويقصد به إلى إي مدى يبدو ظاهرياً أن الاستبانة تقيس ما صممت من أجله ولتحقيق ذلك عرض الباحثان الاستبانة على عدد من أعضاء هيئة التدريس، تخصص علم الاجتماع من جامعات مختلفة في مدن المملكة العربية السعودية للتحقق من الصدق الظاهري للاستبانة، ومدى ملاءمتها لمشكلة الدراسة وتم بناءً على ذلك تعديل ما يلزم تعديله من خلال الإفادة من ملاحظاتهم القيمة.

ثبات أداة الدراسة: يعرف الثبات بأنه قدرة الأداة على إعطاء نفس النتيجة أو قريبة منها في حالة إعادة الاختبار على نفس العينة أو عينة مماثلة لها وفي سبيل تحقيق ذلك قام الباحثان بتطبيق الأداة على عينة ممثلة لمجتمع البحث عن طريق الاختبار وإعادة الاختبار خلال فترة زمنية معينة؛ وقد تبين من خلال الاختبار وإعادة الاختبار فهم المبحوثات لمحاو الاستبانة وفقراتها، فتم اعتمادها بصورتها النهائية

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

استخدم الباحثان عند تحليل البيانات الميدانية والإجابة عن التساؤلات، الاختبارات والمقاييس الإحصائية المناسبة من خلال البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحقيق أهداف الدراسة كما يلي:

- 1- معدل النسب المئوية لتحديد اتجاه الظاهرة.
- 2- مقياس العلاقة الإحصائية (كا) لمعرفة وجود علاقة بين المتغير المستقل والتابع.
- 3- اختبار الارتباط الاسمي (كرامير) لتحديد قوة الارتباط بين المتغير المستقل والتابع.
- 4- العامل التحليلي التوكيدي لاختبار الافتراضات النظرية ومدى ملاءمتها لتفسير مشكلة الدراسة.

4- عرض النتائج ومناقشتها.

القسم الأول- الجماعات الافتراضية وعادات الزواج:

تناولت الدراسة الميدانية في هذا القسم أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاجتماعية للطالبات الجامعيات، والتي تشمل عادات الخطبة، وعادات حفلات الزواج، وعادات الأشهر الأولى من الزواج.

أولاً: الجماعات الافتراضية والتغير بعادات الخطبة:

تسعى هذه الدراسة الميدانية في تحليل هذا العنصر إلى تحديد أثر الجماعات الافتراضية الرئيسة في برامج التواصل الاجتماعي على تغير عادات الخطبة للفتاة السعودية، كخطوة أولى نحو اتخاذ قرار الزواج، وتبين من التحليل الإحصائي أن بعض بنات المجتمع بسبب الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي بدأت يتجهن إلى تغيير عاداتهن الاجتماعية عند الاختيار للزواج، فبعضهن يفضلن التواصل مع الخاطب والتحدث معه مباشرة، ولا

يلتزم بعادة الخطبة التقليدية والتي فيها تُفوض الفتاة أسرتهما للتحدث مع الخاطب، والاتفاق معه على قرار الزواج، كما يتضح من بيانات الجدول الآتي:

جدول رقم (3): علاقة التغيير بعادات الخطبة وارتباطه بالجماعات الافتراضية الرئيسة

العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	التغيير بعادات الخطبة			العامل الرئيسي في التغيير
	(3) كثيراً %	(2) متوسط %	(1) لا %	
ك=2= .52 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	2.5	5.0	10.0	جماعة الأقارب
	5.0	12.5	17.5%	جماعة الصديقات
	17.5	15.0	15.0	جماعة عمل متنوعة
	25	32.5	42.5	المجموع
ك=2= .85 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	4.5	5.3	9.1	جماعة الأقارب
	14.4	15.9	26.5	جماعة الصديقات
	3.8	8.3	12.1	جماعة عمل متنوعة
	22.7	29.5	47.7	المجموع
ك=2= .42 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	2.9	7.2	11.6	جماعة الأقارب
	10.1	24.6	14.5	جماعة الصديقات
	7.2	8.7	13.0	جماعة عمل متنوعة
	20.2	40.5	39.1	المجموع
ك=2= .81 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	5.8	4.3	13.8	جماعة الأقارب
	9.4	13.8	31.2	جماعة الصديقات
	5.1	5.8	10.9	جماعة عمل متنوعة
	20.3	23.9	55.9	المجموع

يلاحظ من قيم الاختبارات الإحصائية ما يأتي:

- 1- تشير بيانات الجدول أن (10%) من الفتيات السعوديات يرين أن التغيير في عادات المجتمع المسؤول عنه هو التقدم الاجتماعي بفعل برامج خطط التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وأن البرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية في المجتمع قد زودت أعضاء الجماعات الافتراضية بقيم ومعايير ساهمت بتغيير عادات الخطبة عند بعض الفتيات في المجتمع السعودي، ويبدو من البيانات الإحصائية أن البرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية كانت مؤثرة على جماعة العمل الافتراضية المتنوعة، فهي أكثر تحرراً من العادات التقليدية بالخطبة والابتعاد عن دور الأسرة في عملية الخطبة والاختيار للزواج، والاتجاه نحو الاستقلالية الفردية بالتحدث مع الخاطب بنفسه واتخاذ قرار الزواج (17.5%) ثم يقل كثيراً التحرر من عادات الخطبة التقليدية عند جماعة الصديقات إلى (5%)، ويضعف الأثر كثيراً في تغيير عادات الخطبة عند التواصل مع جماعة الأقارب إلى (2.5%) فبرامج خطط التنمية التعليمية والثقافية جعلت جماعة الأصدقاء والأقارب أكثر محافظة على ثقافة المجتمع في هذا الجانب.

2- كذلك يلاحظ أن (34.8%) من البنات يرين أن التغيير في عادات المجتمع سببه الاحتكاك بثقافة المجتمعات الأخرى، وأن ثقافة المجتمعات الأخرى كانت مؤثرة على جماعات الأصدقاء الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي، فيلاحظ أن هناك (14.4%) من الفتيات السعوديات بسبب جماعة الصديقات الافتراضية بدأن يتجهن إلى الاستقلالية الفردية بالاختيار للزواج بالتحدث مع الخاطب نفسه والاتفاق معه وعدم إتباع العادات التقليدية بالخطبة بتواصل الخاطب مع الأسرة والاتفاق معها على قرار الزواج، وكان أثر ثقافة المجتمعات الأخرى على جماعات القرابة بتغيير عادات الخطبة، ونقل مسؤوليتها من وحدة الجماعة الأسرية إلى الاستقلالية الفردية ضعيف (4.5%) والعمل ضعيف جدا (3.8%).

3- وترى (18.2%) من المبحوثات أن الظروف الاقتصادية المتغيرة عامل رئيس في تغير العادات الاجتماعية، وأن ارتفاع الدخل الاقتصادي قد ساهم بتغيير عادات أعضاء جماعة الأصدقاء الافتراضية وخاصة ما يتعلق بعادات الخطبة في المجتمع، فهناك معدل (10.1%) من الفتيات السعوديات اتجهن للفردية بالاختيار للزواج والاتفاق مع الخاطب وهجر العادات التقليدية بالاعتماد على الأسرة بسبب التواصل مع جماعة الصديقات الافتراضية ومن تأثير ارتفاع الدخل الاقتصادي في المجتمع، ويقل أثر العامل الاقتصادي في تغيير عادات الخطبة كثيراً عند التواصل مع جماعة الأقارب (2.9%) وعند التواصل مع جماعة العمل (7.2%).

4- وترى الغالبية (36.4%) من الفتيات أن المسؤول عن مجرى ومسار التغيير بالعادات الاجتماعية هو تمسك المجتمع بالقيم الدينية والأخذ بنفس الوقت ببرامج التحديث، فأتضح أن تطوير وتحديث المجتمع مع المحافظة على القيم والمبادئ الدينية يقلل من التحرر من عادات الخطبة التقليدية في المجتمع، فمعدل أثر جماعة الصديقات الافتراضية في تغير عادات الخطبة عند تمسك المجتمع بالمبادئ الدينية مع الأخذ ببرامج التحديث يساوي (9.4%) فقط، ثم يقل معدل التأثير عند جماعة الأقارب الافتراضية إلى (5.8%) ويقل أكثر عند جماعة العمل الافتراضية المتنوعة إلى (5.1%).

5- ويتضح من قيم اختبار العلاقة الإحصائية (ك2) وقيم مقياس ارتباط كرامير عدم وجود علاقة وارتباط بين نوع الجماعة الافتراضية والتغير بعادات الخطبة عند الفتاة السعودية، مما يبرهن أن احتمال تغير العادات بالخطبة قد يكون عند جميع الجماعات الافتراضية مع الأقارب أو مع الصديقات أو مع جماعات العمل، ولا ينحصر التغير بعادات الخطبة عند جماعة محدده بالذات.

وهذه النتائج عن علاقة الجماعات الافتراضية (القرابة - الصديقات - العمل) في برامج التواصل الاجتماعي بالتغير في عادات الخطبة عند الفتاة السعودية تتفق مع نتائج دراسة خلود الشهري في مجتمع طلاب وطالبات جامعة الملك سعود في مدينة الرياض عام (1436هـ)، والتي توصلت إلى أن للمجتمعات الافتراضية تأثير أحياناً على الشباب الجامعي يتمثل في تقليص علاقاتهم الأسرية، كما تتفق مع دراسة هند الحربي في مدينة الرياض عام (2010) والتي كشفت أن قضاء ساعات طويلة أمام الإنترنت له أثراً سلبية على الدور الاجتماعي الذي تقوم به الفتاة، وانفردت هذه الدراسة بنتيجة عن أهمية جماعة العمل الافتراضية بالتغير بعادات الخطبة عند الفتاة السعودية.

وصوب هذا الاتجاه كشفت الدراسة الميدانية، أن قناة المادة المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية قد تكون مؤثرة حسب جمودها وحركتها كأن تكون مسموعة أو مقروءة أو متحركة بالصور والفيديو، كما يتضح من بيانات الجدول الآتي:

جدول رقم (4) علاقة التغير بعادات الخطبة وارتباطه بقناعة المواد المرسله

العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	التغير بعادات الخطبة			العامل الرئيسي في التغير
	(3) كثيراً %	(2) متوسط %	(1) لا %	
كا=2.29 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	2.5	5.0	12.5	المواد المقروءة
	20.0	27.5	22.7	الفيديو والصور المتحركة
	2.5	—	7.5	التسجيلات المسموعة
	25.0	32.5	42.5	المجموع
كا=2.33 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	1.5	4.5	9.1	المواد المقروءة
	18.2	23.5	36.4	الفيديو والصور المتحركة
	3.0	1.5	2.3	التسجيلات المسموعة
	22.7	29.5	47.7	المجموع
كا=2.31 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	—	7.2	10.1	المواد المقروءة
	14.5	26.1	20.3	الفيديو والصور المتحركة
	5.8	7.2	8.7	التسجيلات المسموعة
	20.3	40.6	39.1	المجموع
كا=2.30 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	3.6	1.4	8.0	المواد المقروءة
	13.8	19.6	44.9	الفيديو والصور المتحركة
	2.9	2.9	2.9	التسجيلات المسموعة
	20.3	23.9	55.8	المجموع

يلاحظ من قيم الاختبارات الإحصائية ما يأتي:

- 1- يلاحظ من بيانات الجدول أن التقدم الاجتماعي بفعل البرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية في المجتمع لها دور بقناعة الفتاة السعودية بالمواد المرسله من الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي كالفيديوهات والصور المتحركة، فالقيم الإحصائية تشير إلى أن بعضهن بسبب المادة المتحركة لديهن قناعة بالاستقلالية والتحرر من العادات التقليدية بالخطبة واختيار الزوج بمعدل (20.0%)، ثم تقل كثيراً بقناعة بالتحرر من عادات الخطبة التقليدية من خلال المواد المقروءة أو التسجيلات المسموعة بمعدل (2.5%).
- 2- كذلك يلاحظ أن احتكاك الجماعات الافتراضية بثقافة المجتمعات الأخرى يكون أكثر تأثيراً على القناعة عند استخدام المادة المتحركة كالفيديو والصور المتحركة، فهي عامل مساعد على تغيير العادات التقليدية بالخطبة وعدم تواصل الخاطب مع الأسرة والاتفاق معها على قرار الزواج وذلك بمعدل (18.2%)، ويضعف أثر ثقافة المجتمعات الأخرى عند استخدام التسجيلات المسموعة إلى (3.0%) ويقل المعدل أكثر في المواد المقروءة إلى (1.5%).
- 3- من البيانات يتضح أن معدل (14.5%) من الفتيات السعوديات اتجهن للفردية بالاختيار للزواج والاتفاق مع الخاطب وهجر العادات التقليدية بالاعتماد على الأسرة وذلك بسبب قناعتهم بالمواد المرسله عبر الفيديو

والصور المتحركة مع ارتفاع الدخل الاقتصادي في المجتمع، ويقل أثر العامل الاقتصادي في تغيير عادات الخطبة كثيراً عند استخدام التسجيلات المسموعة إلى (5.8%) وتنعدم عند استخدام المواد المقروءة (0.0%).

4- كما تبين أن معدل أثر استخدام الفيديو والصور المتحركة في تغيير عادات الخطبة عند تمسك المجتمع بالمبادئ الدينية مع الأخذ ببرامج التحديث يساوي (13.8%)، ثم يقل هذا المعدل كثيراً عند المواد المقروءة إلى (3.6%) ويقل أكثر عند التسجيلات المسموعة إلى (2.9%).

5- تشير قيم اختبار العلاقة الإحصائية (كا2) وقيم مقياس ارتباط كرامير عدم وجود علاقة وارتباط بين القناعة بطبيعة المادة المرسله كأن تكون مقروءة أو مسموعة أو مرئية وبين تغير أعضاء الجماعات الافتراضية بعادات الخطبة والاختيار للزواج، مما يبرهن أن احتمال التغيير بعادات الخطبة عند أعضاء الجماعات الافتراضية قد يكون مقنعاً من جميع المواد المقروءة أو المسموعة أو المرئية، ولا يمكن أن يكون الاقناع من مصدر واحد فقط. والنتائج السابقة عن علاقة طبيعة المواد المرسله (المواد المقروءة، الفيديو والصور المتحركة، التسجيلات المسموعة) في برامج التواصل الاجتماعي بالتغيير في عادات الخطبة عند الفتاة السعودية تتفق مع نتائج دراسة وفاء عبد السلام عن طلاب جامعة القاهرة عام (2011) التي كشفت أن هناك انعكاسات اجتماعية للتكنولوجيا الرقمية على منظومة القيم والعادات الاجتماعية المرتبطة بالزواج والحياة الأسرية، وانفردت هذه الدراسة بنتيجة أهمية المواد المرسله الحركية والصور بالتغيير بعادات الخطبة عند الفتاة السعودية.

كما كشفت الدراسة الميدانية، أن نوع المادة الاجتماعية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية قد تكون مؤثرة حسب نوعها وتنوعها كأن تكون محلية أو عربية أو أجنبية، كما يتضح من بيانات الجدول الآتي:

جدول رقم (5) علاقة التغيير بعادات الخطبة وارتباطه بنوع المواد الاجتماعية المرسله

العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	التغيير بعادات الخطبة			العامل الرئيسي في التغيير
	(3) كثيراً %	(2) متوسط %	(1) لا %	
كا=2.77 كرامير= الدلالة = لا توجد علاقة وارتباط	5.0	10.0	12.5	المواد المحلية السعودية
	15.0	15.0	15.0	المواد العربية
	5.0	7.5	15.0	المواد الأجنبية
	25.0	32.5	42.5	المجموع
كا=2.57 كرامير= الدلالة = لا توجد علاقة وارتباط	4.5	9.8	14.4	المواد المحلية السعودية
	9.1	11.4	14.4	المواد العربية
	9.1	8.3	18.9	المواد الأجنبية
	22.7	29.5	47.7	المجموع
كا=2.02 كرامير=0.02 الدلالة = توجد علاقة وارتباط	1.4	13.0	17.4	المواد المحلية السعودية
	7.2	14.5	17.4	المواد العربية
	11.6	13.0	4.3	المواد الأجنبية
	20.3	40.6	39.1	المجموع
كا=2.15 كرامير= الدلالة = توجد علاقة وارتباط	3.6	8.0	15.2	المواد المحلية السعودية
	11.6	7.2	18.1	المواد العربية

العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	التغير بعادات الخطبة			العامل الرئيسي في التغير
	(3) كثيراً %	(2) متوسط %	(1) لا %	
الدلالة = لا توجد علاقة وارتباط	5.1	8.7	22.5	المواد الأجنبية
	20.3	23.9	55.8	المجموع

يلاحظ من القيم الإحصائية بالجدول ما يأتي:

- 1- تفيد بيانات الجدول أن المواد الاجتماعية العربية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية في ظل التقدم الاجتماعي والبرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية في المجتمع، كان لها دوراً أكثر بالاتجاه نحو الاستقلالية والتحرر من العادات التقليدية بالخطبة واختيار الزوج عن طريق الأسرة وذلك بمعدل (15.0%)، ثم يقل ذلك التحرر من عادات الخطبة التقليدية مع كل من المواد المحلية السعودية أو المواد الأجنبية وذلك بمعدل (5.0%).
 - 2- كما يلاحظ أن المواد العربية والأجنبية بين أعضاء الجماعات الافتراضية عند الاحتكاك بثقافة المجتمعات الأخرى كانت أكثر تأثيراً في تغيير العادات التقليدية بالخطبة بتواصل الخاطب مع الأسرة والاتفاق معها على قرار الزواج وذلك بمعدل (9.1%)، وكان أثر المواد المحلية السعودية ضعيف بمعدل يساوي (4.5%) فقط.
 - 3- بينما نجد أن المواد الأجنبية في الجماعات الافتراضية في ظل الظروف الاقتصادية الجيدة تؤثر بمعدل (11.6%) في توجه أعضاء الجماعات نحو الفردية بالاختيار للزواج والاتفاق مع الخاطب وهجر العادات التقليدية بالاعتماد على الأسرة، ويقل أثر العامل الاقتصادي في تغيير عادات الخطبة مع المواد العربية إلى (7.2%) ومع المواد المحلية السعودية إلى (1.4%).
 - 4- كما تبين أن معدل أثر المواد العربية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية في ظل التحديث مع التمسك بالمبادئ الدينية في تغير عادات الخطبة يساوي (11.6%)، ثم يقل هذا المعدل مع المواد الأجنبية إلى (5.1%) ويقل أكثر مع تبادل المواد المحلية السعودية إلى (3.6%).
 - 5- واتضح أنه توجد علاقة إحصائية دالة عند مستوى (0.05) بين المواد الاجتماعية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية والتغير في العادات الاجتماعية للخطبة في المجتمع فقد بلغ قيمة ارتباط كرامير ضعيف جداً تساوي (0.2) وبالنظر إلى معدل النسبة المئوية بالخلايا الداخلية يلاحظ أن التغير بظاهرة الخطبة وانتقالها من الوحدة الأسرية إلى الاستقلالية الفردية يكون أكثر من تأثير المواد الأجنبية ثم المواد العربية المتبادلة بين أعضاء الجماعات الافتراضية.
- وهذه النتائج السابقة عن طبيعة المواد الاجتماعية المرسله (المواد المحلية السعودية- المواد العربية- المواد الأجنبية) في برامج التواصل الاجتماعي وأثرها بالتغير في عادات الخطبة عند الفتاة السعودية تتفق مع دراسة حنان الشهرري في مجتمع طالبات جامعة الملك عبد العزيز في محافظة جدة عام (1433هـ) والتي توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت فرصة مناسبة للفتيات في التعبير عن آرائهن وتوجهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها بصراحة بالمجتمع وخاصة الاختيار للزواج، وتنفرد هذه الدراسة بنتيجة أهمية طبيعة المواد الاجتماعية الحركية والمصورة المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية بالتغير بعادات الخطبة عند الفتاة السعودية.

القسم الثاني: الجماعات الافتراضية والعادات الاقتصادية:

تناولت الدراسة الميدانية في هذا القسم أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاقتصادية للطالبات الجامعيات، والتي تشتمل على عادات الإنفاق، وعادات الادخار.

أولاً: الجماعات الافتراضية والتغير بعادات الإنفاق:

كشفت الدراسة الميدانية أن نوع الجماعات الافتراضية التي تنتمي إليها الفتاة قد تكون مؤثرة حسب الانتماء والانضمام والتفاعل إلى جماعات معينة ومحددة من الجماعات الافتراضية، كأن تكون جماعات الأقارب الافتراضية، أو جماعات الصديقات الافتراضية، أو جماعات العمل الافتراضية المتنوعة، كما يتضح من بيانات الجدول الآتي:

جدول رقم (6) علاقة التغير بعادات الإنفاق وارتباطه بالجماعات الافتراضية الرئيسية

العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	التغير بعادات الإنفاق			العامل الرئيسي في التغير
	(3) كثيراً %	(2) متوسط %	(1) لا %	
ك=2=02 كرامير=02 الدلالة= توجد علاقة وارتباط	7.5	7.5	2.5	جماعة الأقارب
	12.5	10.0	12.5	جماعة الصديقات
	5.0	5.0	37.5	جماعة عمل متنوعة
	25.0	22.5	52.5	المجموع
ك=2=16 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	9.8	3.0	6.1	جماعة الأقارب
	25.0	17.4	14.4	جماعة الصديقات
	6.1	9.8	8.3	جماعة عمل متنوعة
	40.9	30.3	28.8	المجموع
ك=2=79 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	4.3	8.7	8.7	جماعة الأقارب
	8.7	20.3	20.3	جماعة الصديقات
	5.8	7.2	15.9	جماعة عمل متنوعة
	18.8	36.2	44.9	المجموع
ك=2=77 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	8.7	8.0	7.2	جماعة الأقارب
	13.8	22.5	18.1	جماعة الصديقات
	6.5	9.4	5.8	جماعة عمل متنوعة
	29.0	39.9	31.2	المجموع

يلاحظ من قيم الاختبارات الإحصائية ما يأتي:

1- يلاحظ من بيانات الجدول أن البرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية في المجتمع ساهمت بتزويد أعضاء الجماعات الافتراضية بقيم جديدة غيرت من عادات الإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية، ويبدو من البيانات الإحصائية أن البرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية كانت مؤثرة أكثر على أعضاء جماعة الصديقات الافتراضية، فهي أكثر تحرر من العادات التقليدية للإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية بمعدل (12.5%) ثم يقل كثيراً التغير بعادات

الإنفاق من تأثير جماعة الأقارب الافتراضية إلى (7.5%) ويضعف بشكل أكثر أثر تغير عادات الإنفاق عند التواصل مع جماعة العمل الافتراضية المتنوعة إلى (5.0%).

2- واتضح أن هناك (25.0%) من الفتيات السعوديات بدأن يتجهن إلى تغيير عادات الإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية من تأثير جماعة الصديقات الافتراضية بسبب الاحتكاك بثقافة المجتمعات الأخرى، ثم يقل أثر جماعة الأقارب الافتراضية بتغير عادات الإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية إلى (9.8%) ويقل تغير هذا الأثر أكثر في جماعة العمل الافتراضية المتنوعة إلى (6.1%).

3- ويلاحظ أن هناك فئة (8.7%) فقط من الفتيات السعوديات اللاتي اتجهن لزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية بسبب التواصل مع جماعة الصديقات الافتراضية عند ارتفاع الدخل الاقتصادي في المجتمع، ويقل أثر العامل الاقتصادي في تغيير عادات الإنفاق عند التواصل مع جماعة العمل الافتراضية المتنوعة إلى (5.8%) ويقل أكثر عند التواصل مع جماعة الأقارب الافتراضية إلى (4.3%) فقط.

4- كما يتضح من الجدول السابق أن معدل (13.8%) تأثرن بجماعة الصديقات الافتراضية في تغيير عادات الإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية عند المحافظة على المبادئ الدينية مع الأخذ ببرامج التحديث، ثم يقل معدل التأثير على عادات الإنفاق والاستهلاك عند جماعة الأقارب الافتراضية إلى (8.7%) ويقل أكثر عند جماعة العمل الافتراضية المتنوعة إلى (6.5%) فقط.

5- يلاحظ من قيم اختبار العلاقة الإحصائية (كا2) وقيم مقياس الارتباط كرامير وجود علاقة دالة إحصائياً تساوي (0.05) بين التغير بعادات الإنفاق وبين الجماعات الافتراضية الرئيسية من أثر البرامج التعليمية والاجتماعية في المجتمع، وقد بلغت قيمة معامل كرامير تساوي (0.02) ضعيف جداً، وبالنظر إلى معدل النسبة المئوية بالخلايا الداخلية للجدول يلاحظ أن التغير بظاهرة عادات الإنفاق والاستهلاك يكون أكثر من تأثير جماعة الصديقات الافتراضية ثم جماعة الأقارب الافتراضية يليها جماعة العمل المتنوعة.

وهذه النتائج السابقة عن علاقة الجماعات الافتراضية (القاربة - الصديقات - العمل) في برامج التواصل الاجتماعي وأثرها بالتغير في عادات الإنفاق عند الفتاة السعودية تتفق مع دراسة وفاء عبد السلام في مجتمع طلاب جامعة القاهرة عام (2011) التي كشفت أن هناك انعكاسات اجتماعية للتكنولوجيا الرقمية على منظومة القيم والعادات الاجتماعية المرتبطة بالزواج والحياة الأسرية، لكن لا تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة إلهام العويضي في مجتمع أسر منسوبي جامعة الملك عبد العزيز وكلية التربية في مدينة جدة عام (1423هـ) والتي توصلت أن الفتيات يستخدمن الإنترنت مدة طويلة، وانفردت هذه الدراسة بنتيجة أهمية جماعة العمل الافتراضية بالتغير بعادات الإنفاق عند الفتاة السعودية.

وصوب هذا الاتجاه كشفت الدراسة الميدانية، أن قناعة المادة المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية قد تكون مؤثرة حسب جمودها وحركتها كأن تكون مسموعة أو مقروءة أو متحركة بالصور والفيديو، كما يتضح من بيانات الجدول الآتي:

جدول رقم (7) علاقة التغير بعادات الإنفاق وارتباطه بقناعة المواد المرسله

العامل الرئيسي في التغير	التغير بعادات الإنفاق			قناعة المواد المرسله
	(1) لا	(2) متوسط	(3) كثيراً	
العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	%	%	%	
الاستفادة من البرامج التعليمية	5.0	7.5	7.5	المواد المقروءة
				كا=2=0.19

العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	(3) كثيراً %	(2) متوسط %	(1) لا %	التغير بعادات الإنفاق	العامل الرئيسي في التغير
				قناة المواد المرسله	
كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	17.5	15.0	37.5	الفيديو والصور المتحركة	والاجتماعية في المجتمع ك=40 %10.6
	-	-	10.0	التسجيلات المسموعة	
	25.0	22.5	52.5		المجموع
ك=2=0.06 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	3.0	6.1	6.1	المواد المقروءة	التأثر بثقافة المجتمعات الأخرى ك=132 %34.8
	37.1	21.2	19.7	الفيديو والصور المتحركة	
	.8	3.0	3.0	التسجيلات المسموعة	
	40.9	30.3	28.8		المجموع
ك=2=0.44 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	-	8.7	8.7	المواد المقروءة	ارتفاع الدخل الاقتصادي ك=69 %18.2
	14.5	20.3	26.1	الفيديو والصور المتحركة	
	4.3	7.2	10.1	التسجيلات المسموعة	
	18.8	36.2	44.9		المجموع
ك=2=0.77 كرامير= الدلالة= لا توجد علاقة وارتباط	4.3	5.8	2.9	المواد المقروءة	التحديث مع التمسك بالمبادئ الدينية ك=138 %36.4
	23.2	29.7	25.4	الفيديو والصور المتحركة	
	1.4	4.3	2.9	التسجيلات المسموعة	
	29.0	39.9	31.2		المجموع

يلاحظ من قيم الاختبارات الإحصائية ما يأتي:

- 1- يلاحظ من بيانات الجدول أن التقدم الاجتماعي بفعل البرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية في المجتمع ساهم بقناعة بعض الفتيات السعوديات بالمواد المرسله من الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي كالفيديوهات والصور المتحركة في تغير عاداتهن في الإنفاق والاستهلاك، فالقيم الإحصائية تشير إلى أن بعضهن بسبب المادة المتحركة أصبح لديهن قناعة بالاستقلالية والتحرر من العادات التقليدية بالإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية بمعدل (17.5%)، ثم يقل أثر المواد المقروءة في هذا الجانب إلى (7.5%)، ويتضح عدم تأثير التسجيلات المسموعة في تغير عادات الإنفاق والاستهلاك عند الفتيات السعوديات.
- 2- كذلك يلاحظ أن احتكاك أعضاء الجماعات الافتراضية بثقافة المجتمعات الأخرى كان أكثر تأثيراً على القناة عند استخدام المادة المتحركة كالفيديو والصور، فهي عامل مساعد على تغيير عادات الإنفاق بمعدل (37.1%) ويقل مستوى تأثير الاحتكاك الثقافي في هذا الجانب من خلال المواد المقروءة بمعدل (3.0%)، ويقل هذا الأثر أكثر في التغير بعادات الإنفاق من خلال التسجيلات المسموعة إلى (0.8%).
- 3- واتضح من البيانات أن معدل (14.5%) من الفتيات السعوديات اتجهن لتغيير عادات الإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية بسبب قناعتهم بالمواد المرسله عبر الفيديو والصور

- المتحركة عند ارتفاع الدخل الاقتصادي في المجتمع، ويقل أثر العامل الاقتصادي في تغيير عادات الإنفاق كثيراً عند استخدام التسجيلات المسموعة إلى (4.3%)، وتندم عند استخدام المواد المقروءة.
- 4- وتبين أن معدل أثر استخدام الفيديو والصور المتحركة في تغيير عادات الإنفاق عند تمسك المجتمع بالمبادئ الدينية مع الأخذ ببرامج التحديث يساوي (23.2%)، ثم يقل هذا المعدل كثيراً عند استخدام المواد المقروءة إلى (4.3%)، ويقل أكثر عند استخدام التسجيلات المسموعة إلى (1.4%).
- 5- أكدت قيم اختبار العلاقة الإحصائية (كا2) ومقياس كرامير للارتباط عدم وجود علاقة وارتباط بين القناة بالمادة المرسله المتبادله بين أعضاء الجماعات الافتراضية المقروءة أو المسموعة أو المرئية وبين التغيير بعادات الإنفاق عند أعضاء الجماعات الافتراضية، مما يبرهن أن احتمال القناة بالتغيير بعادات الإنفاق قد يكون من جميع المواد ولا يقتصر على مادة محددة كأن تكون مسموعة أو تكون مقروءة أو تكون مرئية.
- وأيضاً كشفت الدراسة الميدانية أن نوع المادة الاجتماعية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية قد تكون مؤثرة حسب نوعها وتنوعها كأن تكون محلية أو عربية أو أجنبية، كما يتضح من بيانات الجدول الآتي:
- جدول رقم (8) يوضح علاقة التغيير بعادات الإنفاق وارتباطه بنوع المواد الاجتماعية المرسله

العلاقة والارتباط والدلالة الإحصائية	التغيير بعادات الإنفاق			العامل الرئيسي في التغيير
	(3) كثيراً %	(2) متوسط %	(1) لا %	
كا2 = 0.04 كرامير = 0.04 الدلالة = توجد علاقة وارتباط	10.0	10.0	7.5	المواد المحلية السعودية
	2.5	10.0	32.5	المواد العربية
	12.5	2.5	12.5	المواد الأجنبية
	25.0	22.5	52.5	المجموع
كا2 = 0.09 كرامير = الدلالة = لا توجد علاقة وارتباط	16.7	5.3	6.8	المواد المحلية السعودية
	9.8	12.9	12.1	المواد العربية
	14.4	12.1	9.8	المواد الأجنبية
	40.9	30.3	28.8	المجموع
كا2 = 0.63 كرامير = الدلالة = لا توجد علاقة وارتباط	5.8	13.0	13.0	المواد المحلية السعودية
	7.2	10.1	21.7	المواد العربية
	5.8	13.0	10.1	المواد الأجنبية
	18.8	36.2	44.9	المجموع
كا2 = 0.07 كرامير = الدلالة = لا توجد علاقة وارتباط	7.2	9.4	10.1	المواد المحلية السعودية
	9.4	12.3	15.2	المواد العربية
	12.3	18.1	5.8	المواد الأجنبية
	29.0	39.9	31.2	المجموع

يلاحظ من قيم الاختبارات الإحصائية ما يأتي:

- 1- تفيد بيانات الجدول أن التقدم الاجتماعي والبرامج التعليمية والثقافية في خطط التنمية في المجتمع جعل المواد الاجتماعية الأجنبية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية لها دور بالاتجاه نحو الاستقلالية والتحرر من العادات التقليدية بالإنفاق بمعدل (12.5%) ثم يقل ذلك الأثر والتحرر من عادات الإنفاق مع المواد المحلية السعودية إلى (10.0%) وعند المواد العربية إلى (2.5%) فقط.
 - 2- كما يلاحظ أن المواد المحلية السعودية بين أعضاء الجماعات الافتراضية عند الاحتكاك بثقافة المجتمعات الأخرى كانت أكثر تأثيراً في تغيير العادات التقليدية بالإنفاق وزيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية وذلك بمعدل (16.7%)، ويقل التأثير عند المواد الأجنبية إلى (14.4%) ويقل أكثر عند المواد العربية بمعدل (9.8%).
 - 3- بينما نجد أن المواد العربية في الجماعات الافتراضية في ظل الظروف الاقتصادية الجيدة مؤثرة بمعدل (7.2%)، في زيادة الاستهلاك للسلع والأشياء التكميلية غير الضرورية وهجر العادات التقليدية، ويقل أثر العامل الاقتصادي في تغيير عادات الإنفاق والاستهلاك مع كل من المواد المحلية السعودية والمواد الأجنبية وذلك بمعدل (5.8%).
 - 4- كما تبين أن معدل أثر المواد الأجنبية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية في ظل التحديث مع التمسك بالمبادئ الدينية في تغيير عادات الإنفاق يساوي (12.3%)، ثم يقل هذا الأثر مع المواد العربية إلى معدل (9.4%)، ويقل الأثر أكثر مع تبادل المواد المحلية السعودية إلى (7.2%).
 - 5- واتضح أنه توجد علاقة إحصائية دالة عند مستوى (0.04) بين المواد الاجتماعية المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية والتغير بالعادات الاجتماعية في الإنفاق والاستهلاك، من أثر البرامج التعليمية والاجتماعية فقد بلغ قيمة ارتباط كرامير تساوي (0.04)، وبالنظر إلى معدل النسبة المئوية بالخلايا الداخلية يلاحظ أن التغير بظاهرة الإنفاق والاستهلاك يكون أكثر من تأثير المواد الأجنبية ثم المواد المحلية السعودية المتبادلة بين أعضاء الجماعات الافتراضية ويلها المواد المحلية السعودية.
- هذه النتائج عن علاقة طبيعة المواد الاجتماعية المرسله (المواد المحلية السعودية - المواد العربية - المواد الأجنبية) في برامج التواصل الاجتماعي على التغير في عادات الإنفاق عند الفتاة السعودية، تتفق مع نتائج دراسة هيلة العتيبي في مدينة الرياض عام (1436هـ) والتي كشفت أن هناك تأثيراً مرتفعاً لمواقع التواصل الاجتماعي على انتشار النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية، وانفردت هذه الدراسة بنتيجة أهمية طبيعة المواد الاجتماعية المرسله بالتغير في عادات الإنفاق والاستهلاك.

مناقشة نتائج الدراسة

من خلال بيانات الدراسة الميدانية، توصلت الدراسة إلى نتيجتين أساسيتين، كل نتيجة تحقق هدف من أهداف الدراسة، وهي كما يلي:

النتيجة الأولى:

وهي إجابة على التساؤل الأول: ما أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغيير العادات الاجتماعية للزواج عند الطالبات الجامعيات خاصة عادات الخطبة وحفلات الزواج والعادات في الأشهر الأولى من الزواج؟، وقد توصلت الدراسة إلى ما يأتي:

- أ- أن المواد الاجتماعية العربية والأجنبية المتبادلة بين الفتيات أعضاء الجماعات الافتراضية سواء بين القرابة أو بين الصديقات أو بين جماعة العمل لها علاقة بالتغير بالعادات الاجتماعية بخطبة الفتاة في المجتمع السعودي، بحيث تكون مباشرة من الخاطب للفتاة بدون وسيط قبل الرجوع لولي الأمر.
- ب- أن جماعة الأصدقاء والعمل الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي لهما علاقة بالتغير بالعادات الاجتماعية لحفلات الزواج في المجتمع السعودي، بحيث تكون دعوة مفتوحة للمعارف والصديقات غير مختصرة على أفراد الأسرة والعائلة.
- ج- أن الجماعات الافتراضية ونوع المادة المتبادلة ومستوى القناعة بالمادة المرسله بين أعضاء الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي ليس لها علاقة بالتغير بعادات الأشهر الأولى من الزواج (شهر العسل)، فعادات شهر العسل تغيرت بسبب الاحتكاك الثقافي بالمجتمعات الخارجية، فالفتاة تفضل السفر مع الزوج خارج منطقة السكن على المناسبات والاحتفالات العائلية.

النتيجة الثانية:

وهي أجابه على التساؤل الثاني: ما أثر الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي على تغير العادات الاقتصادية عند الطالبات الجامعيات خاصة عادات الإنفاق والاستهلاك والادخار؟، وقد توصلت الدراسة إلى ما يأتي:

- أ- وجود علاقة بين جماعة الصديقات وجماعة الأقارب الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي والتغير في عادات الإنفاق والاستهلاك عند الفتاة الجامعية.
- ب- وجود علاقة بين نوع المادة المرسله المحلية والأجنبية، المتبادلة بين أعضاء الجماعات الافتراضية والتغير في عادات الإنفاق عند الفتاة الجامعية، والاتجاه نحو زيادة وتنوع الاستهلاك.
- ج- وجود علاقة بين جماعة العمل والصديقات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي والتغير في العادات الاقتصادية عند الفتاة الجامعية، والاتجاه لوضع ميزانية تتيح الادخار.

التوصيات والمقترحات.

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها يوصي الباحثان ويقترحان بما يلي:

أولاً: فيما يخص الأسرة:

استنتجت الدراسة أن الاحتكاك الثقافي لأعضاء الجماعات الافتراضية مع المجتمعات الأخرى كان عاملاً رئيساً بتغير عادات حفلات الزواج وعادات الإنفاق، وهذه النتيجة تؤكد على ضرورة زيادة وعي الوالدين والأسرة فيما يتعلق بتبصير المقبلات على الزواج بأهمية مراعاة الترشيد عند إقامة حفلات الزواج في المجتمع السعودي، وأن تكون إقامتها بأسلوب عصري مع مراعاة قيم وعادات المجتمع السعودي.

ثانياً: فيما يخص المؤسسات التعليمية:

استنتجت الدراسة أن احتكاك الفتيات بثقافة المجتمعات الأخرى يجعل قناعتهم بالمادة المرسله سواء أكانت مقروءة أو مسموعة أو صور متحركة عاملاً رئيساً بتغير عادات الادخار وعادات الخطبة عند الفتيات السعوديات، مما يبرهن على أهمية تضمين المنهاج الدراسية في المرحلة الثانوية والجامعية مواداً أساسية، وكذلك

موضوعات حول أسس وثقافة الادخار ومهارة التخطيط المالي السليم، وكذلك أهمية أن تتضمن المناهج الأسس الشرعية للخطبة وفقاً لمتطلبات وضرورة العصر.

ثالثاً: فيما يخص مراكز التوجيه والإرشاد الأسري والزواجي:

استنتجت الدراسة أن المزج بين القيم الدينية والمادية كان مؤثراً على أعضاء الجماعات الافتراضية في برامج التواصل الاجتماعي وساهم بقوة بتغيير عادات الإنفاق وعادات الادخار، وهذا يتطلب من مراكز التوجيه والإرشاد الأسري والزواجي تفعيل البرامج والدورات والمحاضرات التي تساهم في رفع مستوى وعي الفتيات بالعادات الاجتماعية للإنفاق والادخار ومهارة إدارة المال.

رابعاً: فيما يخص وسائل الإعلام:

استنتجت الدراسة أن العامل الاقتصادي له أثر على التغيير بالعادات الاجتماعية للخطبة في المجتمع السعودي من خلال المواد الاجتماعية المرسلة في برامج التواصل الاجتماعي، ولذلك ينبغي على وسائل الإعلام إعداد البرامج والندوات التي تركز على أهمية الاستخدام الإيجابي لبرامج التواصل الاجتماعي من خلال تعزيز وتبصير الفتيات بالعادات الاجتماعية للخطبة التي تتوافق مع المتغيرات والتحويلات التي يتعرض لها المجتمع السعودي.

خامساً: فيما يخص قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية:

استنتجت الدراسة أجماً أن هناك تأثيراً لوسائل التواصل الاجتماعي الجديد على التغيير بالعادات الاجتماعية والاقتصادية للفتيات في المرحلة الجامعية، وهذا يعزز أهمية إجراء واختبار عدد من النظريات الأخرى من خلال عمل المزيد من الدراسات والبحوث التي تبحث عن العلاقة بين إحدى برامج التواصل الاجتماعي والاستهلاك، وكذلك علاقتها بالتغيير حول مفاهيم وأدوار ومسئوليات الزواج والعلاقة الزوجية من خلال استخدام أدوات كيفية وكمية (المقابلة المركزة، تحليل المحتوى، دراسة الحالة)، لوصف وتفسير جوانب لا تستطيع الاستبانة كشفها.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع بالعربية:

- ابن منظور، محمد بن مكرم (1998) لسان العرب، تحقيق: عبد الله الكبير وآخرون، دار المعارف، مصر.
- أبو عرقوب، إبراهيم، و خليل، حمزة (2012) تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة والأصدقاء، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية مجلد 39، العدد 2.
- استيتية، دلال ملحس (2008) التغيير الاجتماعي والثقافي، دار وائل، الأردن.
- بسيوني، إبراهيم حمادة (2001) حرية الإعلام الالكتروني الدولي وسيادة الدولة، كراسات التنمية، مركز الدراسات وبحوث الدولة النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- بوعلي، نصير صلاح (2012) استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة. مجلة رؤى استراتيجية، المجلد (2)، العدد (7)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث. الإمارات.
- الجويلي، عمرو (1996) العلاقات الدولية في عصر المعلومات، مقدمة نظرية السياسة الدولية، العدد 123.
- الحامد، محمد (2007) التماسك الأسري، مكتبة الرشد، الرياض.

- حدادي، وليدة (2015) الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية. مجلة دراسات. العدد (36). جامعة الجزائر.
- الحربي، هند الحميدي (2010) أثر الاستخدام المفرط للإنترنت على وظائف الأسرة وعلاقتها الاجتماعية دراسة مطبقة على عينة من السعوديات المتزوجات العاملات في مدينة الرياض، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- الخطيب، سلوى عبد الحميد (2011) نظرة في علم الاجتماع الأسري، مكتبة الشقري، الرياض.
- الخلف، الجوهرة عبد المحسن (1434هـ) المجتمعات الافتراضية وعلاقتها بالقيم الاجتماعية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب جامعة الملك سعود، الرياض.
- الدقس، محمد عبد المولى (2005) التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار مجدلاوي، الأردن.
- الدوسري، ذيب بن محمد (2006) العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الاستهلاكي في الأسرة السعودية دراسة مطبقة على عينة من أولياء أمور طلبة المرحلة المتوسطة في مدينة الرياض، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض.
- دياب، فوزية (1980) القيم والعادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت.
- رحومة، على محمد (2008) علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، علم المعرفة، الكويت.
- الرميح، صالح الرميح (2011) مقاربات ورؤى عملية نحو اصلاح مظاهر الخلل الاقتصادي في نمط الاستهلاك لدى الأسرة السعودية. مجلة جامعة الملك سعود. الرياض.
- الرومي، علي، وعبد الله، الصائغ (2004) الزواج في المملكة العربية السعودية. الرياض: وزارة الشؤون الاجتماعية.
- ريترز، جورج (2015) العمولة: نص أساس. ترجمة: السيد إمام. المركز القومي للترجمة. القاهرة.
- زايد، احمد عبد الله (2005)، تناقضات الحداثة في مصرعين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، الطبعة الأولى، القاهرة.
- زايد، احمد، والجوهري، محمد محمود، وعبد الحميد، امال، وحبیب، عالية، والجوهري، هناء محمد، وعبد الرحمن، فوزي (2009)، علم الاجتماع الاقتصادي، دار المسيرة، الأردن، ط1.
- زايد، احمد، وعلام، اعتماد محمد (2000) التغيير الاجتماعي، مكتبة الانجلو المصرية، مصر.
- زكي، وليد رشاد (2009) المجتمع الافتراضي- نحو مقارنة للمفهوم. مجلة الديموقراطية. مجلد (9). عدد (34). مصر.
- ساري، حلمي خضر (2003) تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية، مجلة جامعة دمشق، مجلد24، عدد1.
- سليم، سلوى على (1985) الإسلام والضبط الاجتماعي، دار التوفيق النموذجية، القاهرة.
- السيف، محمد بن إبراهيم (1431هـ) المدخل إلى دراسة المجتمع السعودي، الرياض، دار الخريجي، الطبعة الثانية
- السيف، محمد بن إبراهيم (1432) معالجة تأخر زواج الفتيات في المجتمع السعودي. في سجل بحوث وأوراق العمل للملتقى الخامس لجمعيات الزواج والأسرة - الجمعية الخيرية للزواج والرعاية الأسرية بريدة.

- الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم (2015) مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء، عمان.
- الشهري، حنان شعشوع (1433هـ) أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية (الفيديس بوك وتوتر، نموذجاً)، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- الشهري، خلود عوض محمد (1436هـ) دراسة بعض المشكلات الاجتماعية للشباب الجامعي المترتبة عن المجتمعات الافتراضية، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب جامعة الملك سعود، الرياض.
- الشهري، فاطمة (1433هـ) أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية بين الطالبات الجامعيات، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القصيم.
- الضالع، منال عبد الله صالح (2012) التغيير الثقافي والاختيار للزواج في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة القصيم، كلية اللغة العربية والدراسات الاجتماعية، القصيم.
- الضحيان، سعود ضحيان (1420هـ) العينات وتطبيقاتها في الدراسات الاجتماعية، الثقافة المصرية للطباعة والنشر، القاهرة.
- عبد السلام، وفاء حافظ (2011) الانعكاسات الاجتماعية للإنترنت كأحد اشكال التكنولوجيا الرقمية، جامعة القاهرة.
- عبدالعال، وصال نجيب احمد (1416هـ) التغيرات الاجتماعية والاقتصادية في الأسرة السعودية وعلاقتها بأنماط الاستهلاك في مدينة جدة، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جدة.
- العبيدي، إبراهيم (2010) موسوعة السعودية (الجزء الأول). كرسي الأميرة صيتة بنت عبد العزيز لأبحاث الأسرة.
- العتيبي، هيلة رزاح (2015) مظاهر وأسباب النزعة الاستهلاكية عند الفتاة الجامعية السعودية، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، الرياض.
- عزيز، ريسان (2014) المجتمع الافتراضي وثقافة المجتمع التقليدي: وأثاره النفسية والاجتماعية على الفرد والمجتمع. مجلة العلوم التربوية والنفسية. عدد (105). العراق.
- العساف، صالح بن حمد (1431هـ) المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، دار الزهراء، الرياض.
- العصيمي، عبد المحسن أحمد براك (1438هـ) مدخل إلى علم اجتماع الإنترنت، دار قرطبة، الرياض.
- العازي، مداح حسين (2016) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع السعودي، ماجستير، غير منشورة، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، الرياض.
- العويضي، إلهام فريح (1423هـ) أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة السعودية في محافظة جدة، رسالة ماجستير، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية، جامعة الملك عبد العزيز.
- الغريب، عبد العزيز بن علي (2010) التغيير الاجتماعي والثقافي مع نماذج تطبيقية من المجتمع السعودي. (ط1). الرياض. مؤسسة الإمامة الصحفية.
- فهمي، مصطفى (1966) الشخصية في سوائها وانحرافها، مكتبة مصر.
- محمد، امال عبد الحميد (2009) العولمة والثقافة الاستهلاكية، الاشكال والاليات. في علم الاجتماع الاقتصادي، دار المسيرة، الأردن.

- نبيل، علي (2001) الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، القاهرة.
- نوري، محمد عثمان الأمين (2007) تصميم البحوث في العلوم الاجتماعية والسلوكية (الجزء الاول)، مكتبة خوارزم، جدة.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- **Lagzer Jonathan, and others.**(2000): Collecting user requirements, in a virtual population: A case study, USA,
- **Serge Broulx.** (2004): les communauté virtuelle construisent-elle du lien social?» Colloque international sur: l'organisation medias, dispositifs médiatiques, sémiotique et des médiations de l'organisation, LYON, Université jean moulin19-20/11/2004 ibid.
- **Judith Horman (2005):** une exploration de l'interaction Sociale en Ligne lors de la realization d'activites d'apperntissage, these de magister, univesite de Laval, Kanda.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، (2015)، تاريخ الدخول 17/ مايو/2017م. <http://www.arabsmis.ae/ar/report/#report>
- النشرة الإلكترونية لهيئة الاتصالات وتقنية المعلومات، تاريخ الدخول: 17/ مايو/ 2017م. <http://www.internet.sa/ar/internet-in-saudi-arabia/#more-98>