

تفاعلات السعوديين على هاشتاق #التخبيب

رسائل تحذيرية تعكس الوعي بالظاهرة ومخاطرها



ملخص تنفيذي..

فرض انتشار وسائل التواصل الاجتماعي واقعًا جديدًا أثر بشكل أو بآخر على الأسرة ليس في المملكة العربية السعودية فحسب، بل في العالم أجمع، حيث أسهمت هذه الوسائل في شيوع سلوكيات مستحدثة، وأتاحت نوافذ إعلامية ساعدت على انتشار مضامين اتصالية بعضها إيجابي والآخر سلبي، ومن أمثلة الأخيرة ما يمكن أن يُطلق عليه مجازًا مصطلح «التخيب الإلكتروني».

فالتخيب في حد ذاته ظاهرة قديمة حذرنا منها رسولنا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم، وتعني التحريض لإفساد العلاقة بين الزوجين، إلا أنها اتخذت شكلًا آخر في ظل البيئة الاتصالية عبر المنصات الاجتماعية، بسبب لجوء البعض إلى عرض مشاكلهم الزوجية على الفضاء الإلكتروني بهدف تلقي النصيحة والمشورة. كما انتشرت صفحات لبعض مشاهير شبكات التواصل الاجتماعي تستهدف المتابعين من خلال نشر محتويات خبيثة وتحريضية تُؤثر على استقرار الأسرة والعلاقات بين أفرادها.

وانطلاقًا من خطورة ظاهرة التخيب على الاستقرار الأسري والمجتمعي، سعى مركز القرار للدراسات الإعلامية إلى تحليل تفاعلات السعوديين على هاشتاق (#التخيب) خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2022/6/19 وحتى 2023/6/18م، وذلك من أجل استكشاف طبيعة تفاعلاتهم على الهاشتاق ومدى إدراكهم لمخاطر الظاهرة.

وقد انتهت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها:

- حظيت المملكة العربية السعودية بأعلى نسبة تفاعل على هاشتاق (#التخيب) بواقع (81.3%) من إجمالي تفاعلات المستخدمين العرب على الهاشتاق.
- جاءت أغلب التغريدات المتفاعلة على الهاشتاق من جانب الذكور بنسبة 55%، مقابل 19% للإناث، فيما حلت 26% من تفاعلات المستخدمين غير محددة للجنس.
- اعتمد الذكور في المقام الأول على الأطر «التحذيرية الأسرية» خلال تفاعلاتهم على الهاشتاق، مما يعكس حرص المغردين على تماسك الأسرة السعودية عبر تقديم مضامين تحذيرية للأسر؛ خوفاً عليها من الانسياق وراء المُخبين.
- فيما اعتمدت المغردات على أطر «النصح والإرشاد» في المرتبة الأولى، حيث اهتمن بتقديم الجانب الأكبر من رسائلهن الاتصالية لتوعية المتابعين بالأوتار الشيطانية لسعاة هدم العلاقات بين الزوجين.
- ظهر الاختلاف بين المغردين والمغردات فيما يتعلق بمسارات البرهنة التي تم الاعتماد عليها عند مناقشة ظاهرة التخيب، حيث اعتمد الذكور في المقام الأول على مسار (الأحاديث النبوية)، في حين اعتمدت المغردات السعوديات على مسار (شيطنة المخيب).

وبناءً على هذه النتائج، قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، مثل:

إطلاق مبادرة لنشر الوعي الأسري بالمملكة العربية السعودية.

تصميم حملات إعلامية توعوية حول مخاطر التخبیب على الأسرة والمجتمع، يتم نشرها في مختلف وسائل الإعلام (التقليدي، والجديد).

الاهتمام بصناعة الأعمال الدرامية وإنتاج الأشكال البرمجية الهادفة التي تُناقش القضايا والظواهر الاجتماعية وتعالجها، بما يتماشى مع رؤية المملكة 2030.

الربط الدائم بين وسائل الإعلام التقليدي ومستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بالمملكة، من خلال إنتاج برامج دورية لمناقشة مضامين المستخدمين السعوديين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وإلقاء الضوء على أهم القضايا والموضوعات التي يتناولونها، بجانب التعرض للهاشتاقات الأكثر تداولاً في المملكة.

تُولي المملكة العربية السعودية الأسرة أهمية خاصة ورعاية لا محدودة كونها هي أساس المجتمع، فوفقًا للمادة التاسعة من النظام الأساسي للحكم في المملكة تُعد «الأسرة هي نواة المجتمع السعودي»، وتؤكد المادة العاشرة على أن «الدولة تحرص على توثيق أواصر الأسرة، والحفاظ على قيمها العربية والإسلامية، ورعاية جميع أفرادها، وتوفير الظروف المناسبة لتنمية ملكاتهم وقدراتهم».

ويعكس النظام الأساسي للحكم في المملكة، مدى اهتمام ولاة الأمر - حفظهم الله - بالأسرة ككيان وأفراد، وحرصهم الدائم على توثيق أواصرها وضمن استقرارها الذي يُعد أساسًا لاستقرار المجتمع.

وفي سبيل تحقيق ذلك، تعمل الدولة على مواجهة كل ما يُهدد الأسرة السعودية، والتصدي له بكل شدة وحزم، سواء عبر سن القوانين التي تحمي الأسرة، أو اتخاذ كافة الإجراءات التنفيذية العقابية ضد كل من ينتهك هذه القوانين ويُهدد سلامة واستقرار الأسرة.

ومما لا شك فيه، أن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي قد فرض واقعًا جديدًا أثار بشكل أو بآخر على الأسرة ليس في المملكة فحسب، بل في العالم أجمع، حيث ساهمت في شيوع سلوكيات مستحدثة، وأتاحت نوافذ إعلامية ساعدت

على انتشار مضامين اتصالية بعضها إيجابي والآخر سلبي، ومن أمثلة الأخيرة ما يمكن أن تُطلق عليه مجازاً مصطلح «التخيب الإلكتروني».

والتخيب في حد ذاته ظاهرة قديمة حذرنا منها رسولنا الكريم محمد صلى الله عليه وسلم، وتعني التحريض لإفساد العلاقة بين الزوجين، إلا أنها اتخذت شكلاً آخر في ظل البيئة الاتصالية عبر المنصات الاجتماعية، بسبب لجوء البعض إلى عرض مشاكلهم الزوجية على الفضاء الإلكتروني بهدف تلقي النصيحة والمشورة. كما انتشرت صفحات لبعض مشاهير شبكات التواصل الاجتماعي تستهدف المتابعين من خلال نشر محتويات خبيثة وتحريضية تُؤثر على استقرار الأسرة والعلاقات بين أفرادها.

التخيب..

في حد ذاته ظاهرة

قديمة حذرنا منها

رسولنا الكريم صلى الله

عليه وسلم

مشكلة الدراسة

تُعد المملكة العربية السعودية من الدول الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، حيث يبلغ عدد مستخدميها ما يقرب من (30) مليون سعودي، وبمعدل استخدام يصل إلى (3) ساعات و(6) دقائق يوميًا، ويبلغ عدد مستخدمي منصة (تويتر) في المملكة ما يقرب من (16) مليون مستخدم، محتلة بذلك المرتبة الأولى عربيًا من حيث عدد المستخدمين.

وقد أدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام، و(تويتر) بشكل خاص إلى تغيير أنماط حياة الأسر والأفراد في المجتمع، فهذه الشبكات رغم آثارها الإيجابية فإن لها آثارًا سلبية قد تنعكس على منظومة القيم والعادات والتقاليد والأعراف، وتهدد التماسك الأسري من خلال استغلال البعض لها للتخيب بين الأزواج.

ويُعتبر (المخبب/المخببة) عدوًّا للمجتمع؛ فهو لا يهدم استقرار الأسرة فحسب، بل يهدد أيضًا استقرار المجتمع عن طريق سعيه الدائم للتفرقة بين الزوجين.

في المقابل، تهتم الدولة السعودية بمواجهة ظاهرة التخبیب للحفاظ على كيان الأسر السعودية، وتعمل بدأب على منع (المخببين/ المخببات) من تهديد استقرار المجتمع، إذ اعتبر المشرع السعودي التخبیب جريمة يعاقب عليها القانون. علقًا بأن المملكة العربية السعودية واحدة من ثلاث دول فقط على مستوى العالم العربي جرّمت التخبیب، مما يُعطي دلالة قوية على إدراك المملكة لخطورة التخبیب وحرصها على حماية شعبها من تبعاته، وتلقُّسها المستمر للقضايا والظواهر السلبية التي تستهدف المجتمع.

ومما لا شك فيه أن الجهود التي تقوم بها الدولة لمواجهة ظاهرة التخبیب تحتاج إلى وعي مجتمعي بهذه الظاهرة وخطورتها لتحقيق أفضل النتائج في محاصرتها عبر تضافر الجهود الرسمية والشعبية. ولذلك سعى مركز القرار للدراسات الإعلامية إلى تحليل تفاعلات السعوديين على هاشتاق (#التخبیب)، لاستكشاف طبيعة تفاعلاتهم على الهاشتاق ومدى إدراكهم لمخاطر الظاهرة.

تهتم..

الدولة السعودية
بمواجهة ظاهرة التخبیب
لحفاظ على كيان الأسر
السعودية

تساؤلات الدراسة:

- ما نوع المغردين السعوديين (ذكور- إناث) المتفاعلين على هاشتاق (#التخيب)؟
- ما الأطر التي استخدمها المغردون (الذكور/الإناث) في مضامين تغريداتهم المتعلقة بالهاشتاق؟
- ما الاستمالات الإقناعية التي اعتمد عليها المغردون (الذكور/الإناث) في مضامين تغريداتهم؟
- ما مسارات البرهنة المستخدمة في التغريدات؟
- ما عناصر الإبراز والإحالة التي وظّفها المغردون (الذكور/الإناث) في تغريداتهم؟
- ما أسباب ظاهرة التخيب من وجهة نظر المغردين (الذكور/الإناث)؟
- ما الآثار المترتبة على ظاهرة التخيب من وجهة نظر المغردين (الذكور/الإناث)؟



نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تستهدف رصد ووصف ودراسة تفاعلات المستخدمين السعوديين حول ظاهرة التخيب، وذلك باستخدام منهج المسح الشامل لتغريدات السعوديين على هاشتاق (#التخيب) خلال الفترة الزمنية الممتدة من (2022/6/19 م) إلى (2023/6/18 م).



عينه الدراسة:



338

Mentions ⓘ

257

Users ⓘ

2.33M

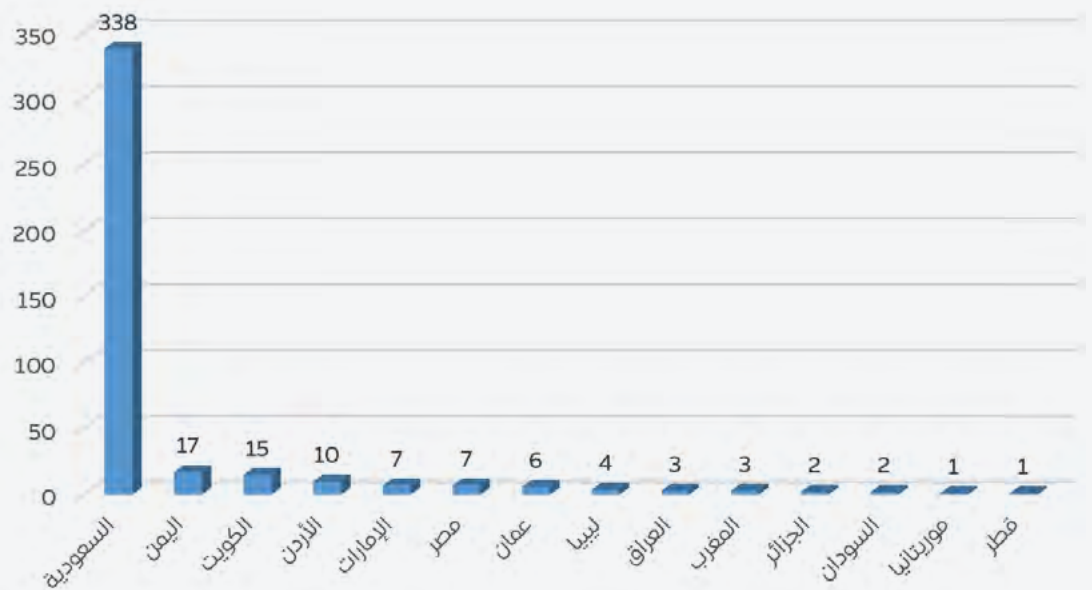
Impressions ⓘ

779k

Reach ⓘ

تمثلت عينه الدراسة في تفاعلات المستخدمين السعوديين على هاشتاق (#التخيب) في منصة تويتر خلال الفتره الزمنية من (2022/6/19 م) إلى (2023/6/18م)، حيث انتهت عملية المسح إلى وجود (1342) تغريده.

وبعد استبعاد تغريدات الحسابات غير المحدده للموقع الجغرافي، وصل عدد التغريدات إلى (416) تغريده لمستخدمين من جميع الدول العربية، منها (338) تغريده من حسابات أظهرت أنها سعوديه بنسبه (81.3%)، تم تغريدها من (257) حسابًا، بمعدلي ظهور (2,33) مليون مره، ووصول (779) ألف مره.

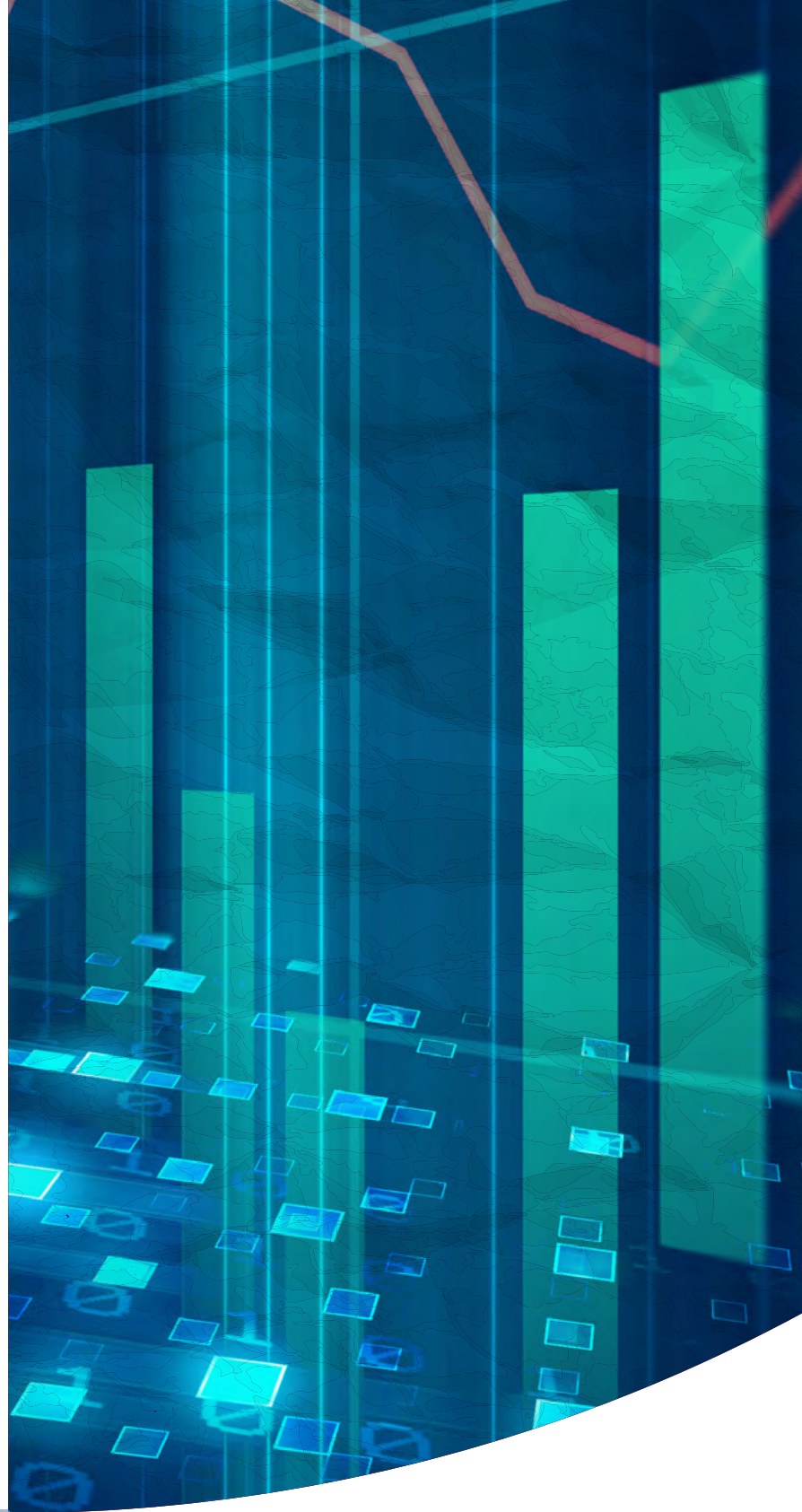


9

تفاعلات السعوديين
على #التخيب

نتائج الدراسة

- جنس المتفاعلين
- إطار التغريد
- الاستمالات الإقناعية
- مسارات البرهنة
- عناصر الإبراز والإحالة
- القوى الفاعلة المتسببة في انتشار ظاهرة التخبیب
- الآثار المترتبة على التخبیب



جنس المتفاعلين



التفاوت..

بين نسبة مشاركة الذكور والإناث تفاوت منطقي بسبب زيادة المستخدمين الذكور لتويتر عن المستخدمين الإناث

أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة **تفاعلات الذكور** على الهاشتاق بلغت (55%) من إجمالي العينة، مقابل (19%) **للإناث**، فيما جاء (26%) من إجمالي العينة **غير محدد**.

ورغم التفاوت بين نسبة مشاركة الذكور والإناث في تفاعلات المستخدمين على هاشتاق (#التخيب)، فإنه تفاوت منطقي؛ إذ إن نسبة مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي (تويتر) من الذكور في المملكة العربية السعودية تبلغ (60%) من إجمالي عدد المستخدمين، في حين تبلغ نسبة مستخدمي خدمات (تويتر) في المملكة العربية السعودية (40%).

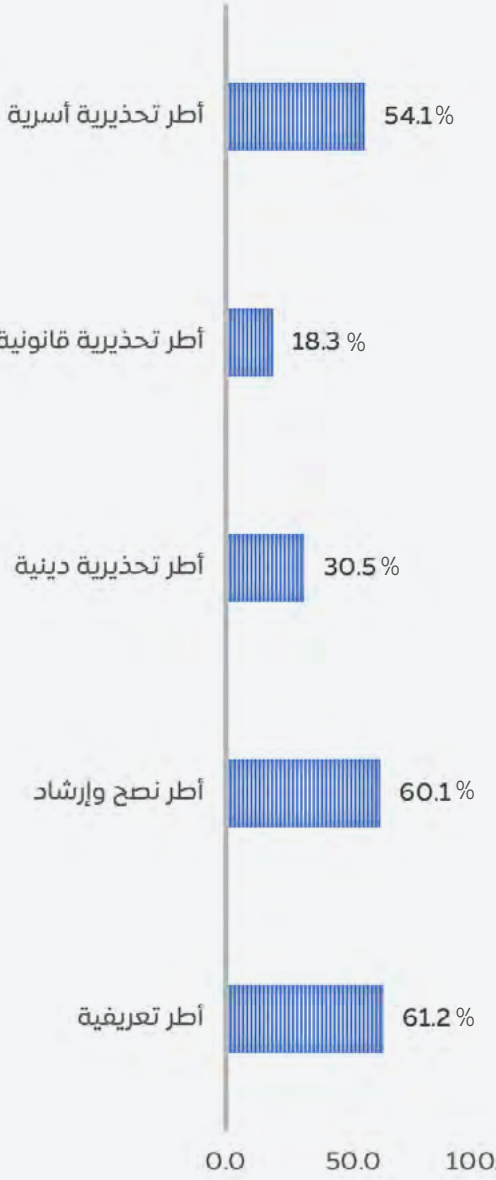


إطار التغريد

أظهرت النتائج أن الجانب الأعظم من تغريدات المستخدمين المتفاعلين على هاشتاق #التخيب تضمنت أكثر من إطار في التغريدة الواحدة. وقد جاءت الأطر التعريفية في المرتبة الأولى من حيث نسبة ظهورها في التغريدات، تلاها أطر النص والإرشاد، ثم الأطر التحذيرية الأسرية.

وفيما يتعلق بالأطر المستخدمة في التفاعلات وفقاً لنوع المستخدم، اتضح أن (الأطر التحذيرية الأسرية) جاءت في المرتبة الأولى من حيث اعتماد الذكور عليها، وفي المرتبة الثانية جاءت (الأطر التعريفية)، تلتها (الأطر التحذيرية الدينية)، ثم (أطر النص والإرشاد)، وفي المرتبة الأخيرة (الأطر التحذيرية القانونية).

وتعكس هذه النتيجة حرص المفرد السعودي بالدرجة الأولى على تماسك الأسرة السعودية من خلال تقديم مضامين تحذيرية للأسر السعودية خوفاً عليها من الانسياق وراء المخبيين، وما يسببه ذلك من تهديد للاستقرار الأسري والمجتمعي، وكذلك حرصه في المقام الثاني على التعريف بالظاهرة وإلقاء الضوء عليها في تغريداته، لتكون بمثابة رسائل اتصالية تهدف إلى تشكيل معارف المتابعين نحو هذه الظاهرة التي قد تؤثر على التماسك الأسري، وتتسبب في رفع معدلات الطلاق داخل المجتمع السعودي.

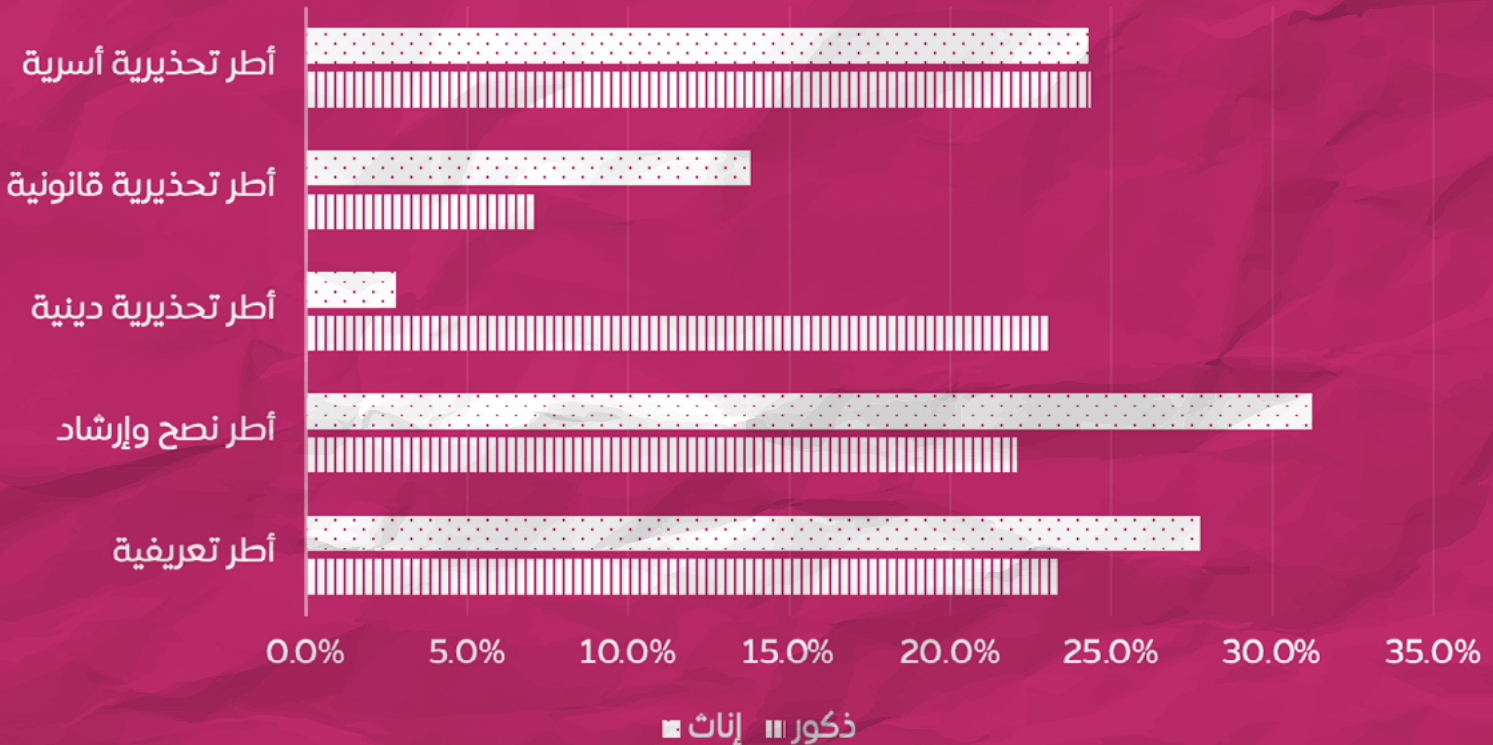


المرأة السعودية..

اهتمت بتقديم الجانب
الأكبر من رسائلها
الاتصالية باستخدام
النصح والإرشاد

أما فيما يتعلق بتفاعلات الإناث، اتضح أن (أطر النصح والإرشاد) جاءت في المرتبة الأولى من حيث اعتماد الإناث عليها، ثم (الأطر التعريفية) في المرتبة الثانية، تلتها (الأطر التحذيرية الأسرية)، ثم جاءت في المرتبة الرابعة (الأطر التحذيرية القانونية)، وفي المرتبة الخامسة (الأطر التحذيرية الدينية).

وتشير هذه النتيجة إلى أن المرأة السعودية اهتمت بتقديم الجانب الأكبر من رسائلها الاتصالية باستخدام النصح والإرشاد؛ بهدف إقناع المتابعين بضرورة الحفاظ على التماسك الأسري والحرص على الانتباه إلى المداخل الشيطانية لسُعاة هدم العلاقات بين الزوجين. واعتمدت في المقام الثاني على التعريف بالظاهرة وتوضيح أشكالها وأساليبها التي تعددت ما بين التخييب بالفعل والتخييب بالكلام والتخييب بالإيحاء.



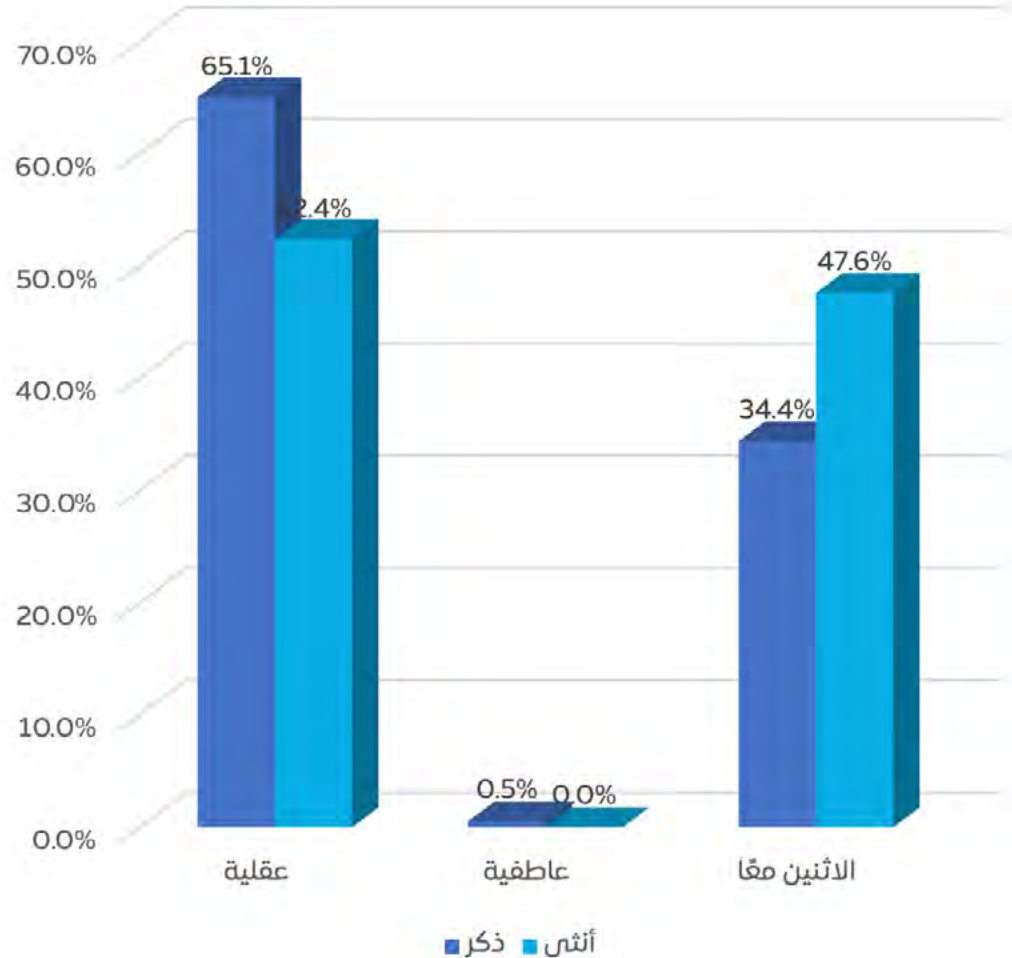
الاستمالات الإقناعية



تعكس..

نتائج الاستمالات
الإقناعية بوعي
السعوديين بقضاياهم
المجتمعية وحرصهم
على تقديمها للمتابعين
عن طريق مخاطبة العقل

تشير نتائج الدراسة إلى اتفاق الذكور والإناث في الاعتماد على (الاستمالات العقلية) في المرتبة الأولى، واعتمادهم في المرتبة الثانية على (الاستمالات العقلية والعاطفية معاً)، ولا شك أن هذه النتيجة توضح مدى وعي السعوديين بقضاياهم المجتمعية، وحرصهم على تقديمها للمتابعين عن طريق مخاطبة العقل، مما يعكس قوة طرحهم وامتلاكهم الأسانيد والبراهين المنطقية الداعمة لموقفهم.



مسارات البرهنة

تشير نتائج الدراسة إلى اعتماد الذكور في المقام الأول على (الأحاديث النبوية) كمسار رئيس من مسارات البرهنة المستخدمة لدعم مضامين تفاعلاتهم على هاشتاق (#التخيب). تلاه كل من مساري (الآيات القرآنية) و(شيطنة المخب) بالتساوي، ثم مسار (آراء مختصين معروضة على قناة تلفزيونية)، تلاه مسار (آراء مختصين معروضة على منصات التواصل الاجتماعي)، ثم مسار (تأثير المخب)، أعقبه مسار (مقالات صحفية)، ثم جاءت مسارات (أدلة إرشاد أسري)، (الحكم القانوني)، و(رسائل علمية) على الترتيب.

وتوضح النتائج السابقة حرص المغردين على إبراز التحريم الديني الناتج عن ممارسة التخيب؛ فلم يكتف المغردون بالتركيز على قُبْح فعل التخيب، ولكنهم دعموا ذلك من خلال الاستشهاد بحديث رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم: «ليس منا من حَبَّبَ امرأةً على زوجها، أو عبدًا على سيِّده». صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم، وأيضًا «أيما امرأة سألت زوجها طلاقًا من غير بأس فحرام عليها رائحة الجنة» صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم، كما اعتمدوا على مساري الآيات القرآنية وشيطنة المخب كمساري برهنة لتعظيم جرم التخيب والتحذير من الاقتراب من ممارسة هذا الجرم؛ حيث نشر بعض المغردين الآية الكريمة، بسم الله الرحمن الرحيم: (وَاتَّبِعُوا مَا تَنذَرُوا الشَّيَاطِينُ عَلَىٰ كُلِّ سُلَيْمَانَٰ وَمَا كَفَرَ سُلَيْمَانُ وَلَٰكِنَّ الشَّيَاطِينَ كَفَرُوا يُعَلِّمُونَ النَّاسَ السِّحْرَ وَمَا أُنزِلَ عَلَى الْمَلَائِكِينَ بِأَيْلِهَا وَتَوَاتُوا وَمَا يُعَلِّمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّىٰ يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ فَيَتَعَلَّمُونَ مِنْهُمَا مَا يُفَرِّقُونَ بِهِ بَيْنَ الْمَرْءِ وَزَوْجِهِ وَمَا هُمْ بِضَارِّينَ بِهِ مِنْ أَحَدٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ وَيَتَعَلَّمُونَ مَا يَضُرُّهُمْ وَلَا يَنْفَعُهُمْ وَلَقَدْ عَلِمُوا لَمَنِ اشْتَرَاهُ مَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ خَلْقٍ وَلَبِئْسَ مَا شَرَوْا بِهِ أَنفُسَهُمْ لَوْ كَانُوا يَعْلَمُونَ) صدق الله العظيم. وهذه الآية الكريمة تصف من يفرق بين الزوجين بالشيطان، ولذلك تم الاعتماد عليها بكثرة كمسار برهنة في التغريدات للنهي عن هذا الفعل الآثم، وآخرون نشروا الحديث الشريف الذي يؤكد أن المخب كالشيطان الرجيم « إِنَّ إبليس يَضَعُ عرشه على الماءِ ثمَّ يبعثُ سراياهُ فأدناهم منه منزلةً أعظفهم فتنةً يجيءُ أحدهم فيقولُ فعلتُ كذا وكذا فيقولُ ما



صنعت شيئاً، قال ثمَّ يجيءُ أحدهم فيقولُ ما تركته حتى فرقت بينه وبين امرأته قال فيدينه منه ويقولُ نعمَ أنتَ. صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم.

ولعل الاعتماد على (آراء مختصين عبر مقاطع فيديو منشورة على قناة تلفزيونية) هو دليل قوي على العلاقة التكاملية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، حيث اعتمد المفردون على ما جاء في برنامج صباح السعودية المذاع على القناة السعودية الأولى، والذي استضاف أحد المحامين للحديث عن ظاهرة التخبیب، وإلقاء الضوء على المسؤولية الجنائية التي تقع على المخبب، ولم تكتف القناة الرسمية للمملكة بالحديث عن الظاهرة مرة واحدة، ولكنها تسلط الضوء كل فترة على جانب من جوانب الظاهرة الخطيرة التي قد تهدد كيان الأسر السعودية، وهو ما يبرز دور الإعلام الرسمي الفاعل في المملكة العربية السعودية؛ فرغم الأفاويل التي تشير إلى تراجع متابعة الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية، فإن واقع التغريدات يؤكد عكس ذلك، فما زال المفردون يتابعون بل ويقتبسون ما ينشر في إعلامهم التقليدي الرسمي، ولعل هذه النتيجة تبرهن على نجاح الإعلام السعودي الرسمي في اختيار القضايا التي تهم مجتمعه، وسعيه الدائم لمعالجة تلك القضايا من خلال أشكال برامجية مختلفة، عبر استضافة متخصصين في كافة الجوانب المتعلقة بأي ظاهرة تهم أبناء المملكة العربية السعودية.

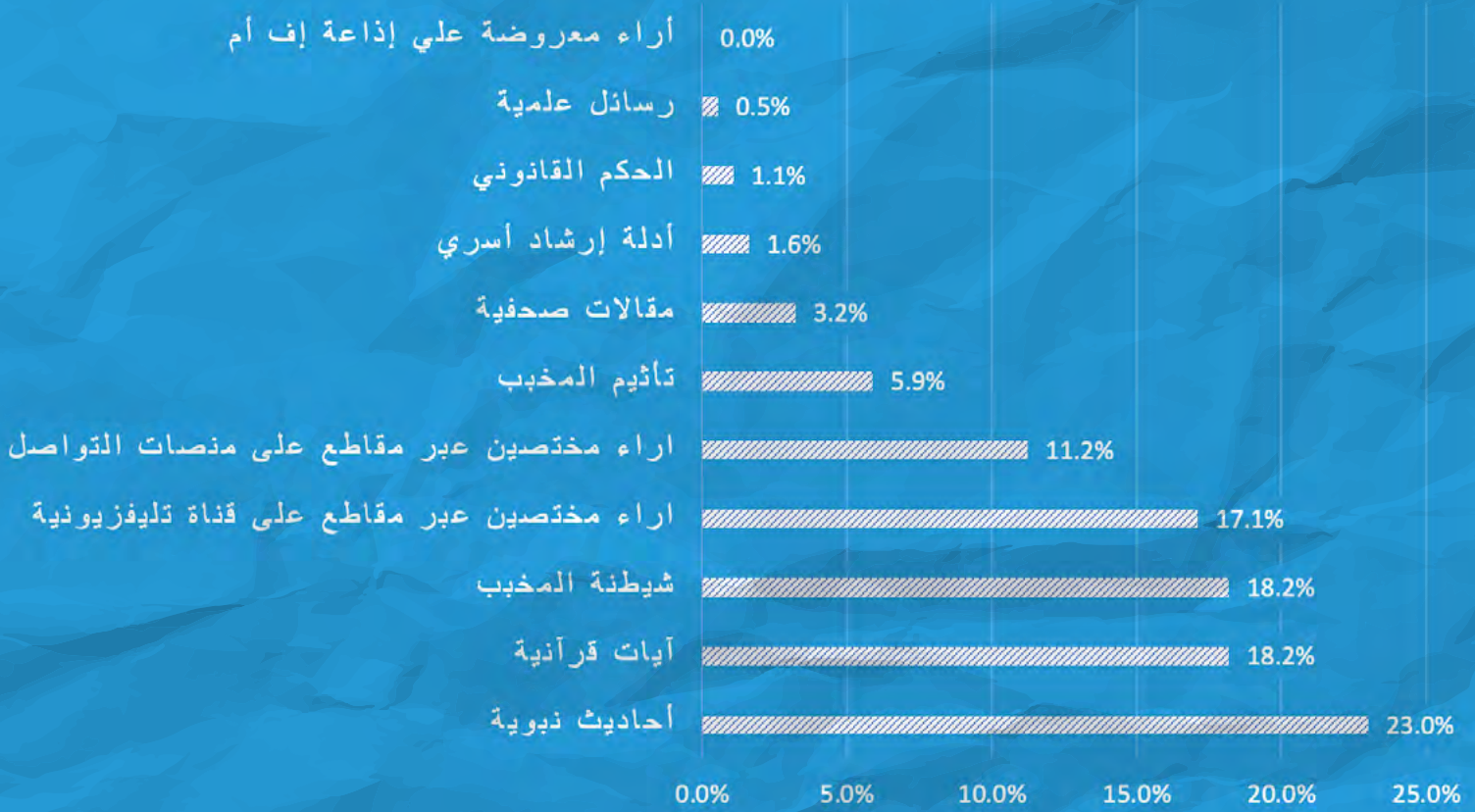
وهناك بعض التغريدات التي اعتمدت على ما أذيع في قناة روتانا خليجية في حوارها مع أحد الشيوخ عن جرم التخبیب، وغيرها من القنوات السعودية الخاصة التي اهتمت بطرح الظاهرة أمام متابعيها عبر شاشاتها الصغيرة، ليؤكد الإعلام السعودي التقليدي سواء الرسمي أو الخاص أنه ما زال قادراً على جذب المشاهدين، والاحتفاظ بمصداقيته التي تؤهله إلى اقتباس مضامينه من جانب المفردين كمسارات برهنة عند تناول القضايا والظواهر التي تهم أبناء المجتمع السعودي عبر المنصات الرقمية المختلفة.

ومن اللافت للانتباه أن الاعتماد على آراء المختصين المعروضة عبر منصات التواصل الاجتماعي كاليوتيوب والتيك توك جاءت في مرتبة لاحقة من الاعتماد على ما يذاع بالإعلام التقليدي، وبخاصة الإعلام الرسمي، ليحقق الإعلام الرسمي التقليدي بالمملكة المعادلة الصعبة وسط التنافس القوي مع منصات الإعلام الجديد. حيث اعتمد السعوديون بشكل كبير على مضامينه التي تتناول القضايا الشائكة كالتخبیب.

اعتمد..

السعوديون بشكل
كبير على المضامين
التي يقدمها الإعلام
التقليدي في القضايا
الشائكة كالتخبیب

مسارات البرهنة في تفاعلات الذكور



ومن ناحية أخرى، أوضحت النتائج أن المفردات السعودية اعتمدن في المقام الأول على مسار (شيطنة المخبب)، وفي المرتبة الثانية جاء مسار (أدلة الإرشاد الأسري)، ثم مسار (آراء مختصين معروضة عبر إذاعة FM)، وفي المرتبة الرابعة اعتمدن على مسار (أحاديث نبوية)، ثم مسار (مقالات صحفية)، وفي المرتبة السادسة (آراء مختصين معروضة على منصات التواصل الاجتماعي) و(الحكم القانوني) بالتساوي، ثم الاعتماد على مسارات (آراء مختصين معروضة على قناة تلفزيونية)، (الآيات القرآنية)، و(تأثيم المخبب) على الترتيب.

وتشير النتائج السابقة إلى اختلاف المفردات عن المفردين فيما يتعلق بمسارات البرهنة التي تم الاعتماد عليها عند تناول ظاهرة التخبيب عبر منصة (تويتر)؛ إذ تمثل اعتمادهن الأكبر على

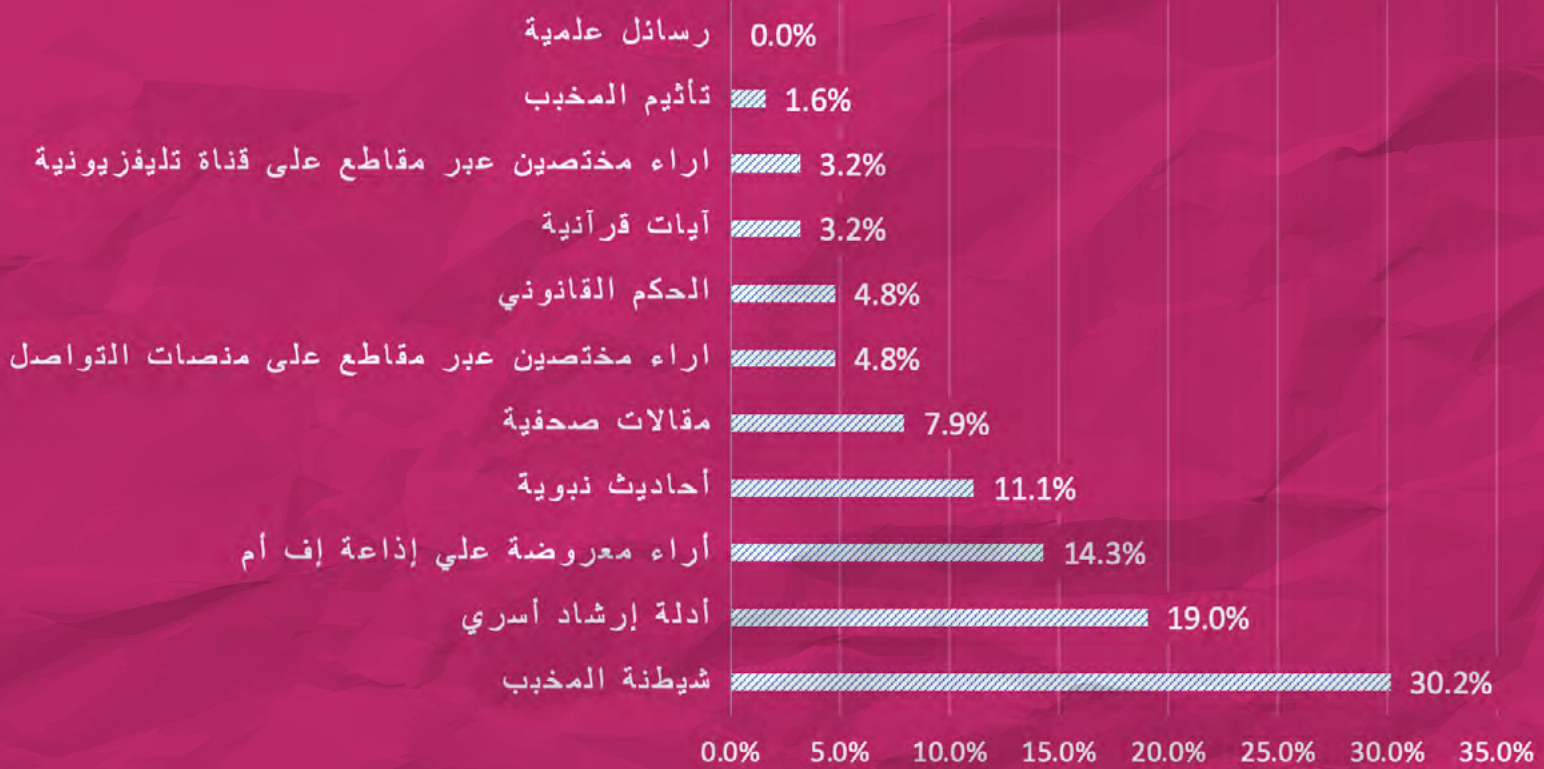
المفردات..

اعتمدت بشكل لافت
على آراء المختصين
المعروضة عبر بعض
الإذاعات

شيطنة المخيب ثم الأدلة الخاصة بالإرشاد الأسري، والتي يقوم بإعدادها مختصون لمناقشة الظاهرة وتوضيح دوافعها وأسبابها وآثارها المتوقعة، ولا شك أنها تعكس حرص المرأة السعودية على الاعتماد على التأصيل العلمي للظاهرة لتوضيح مدى خطورتها على المجتمع والتماسك الأسري.

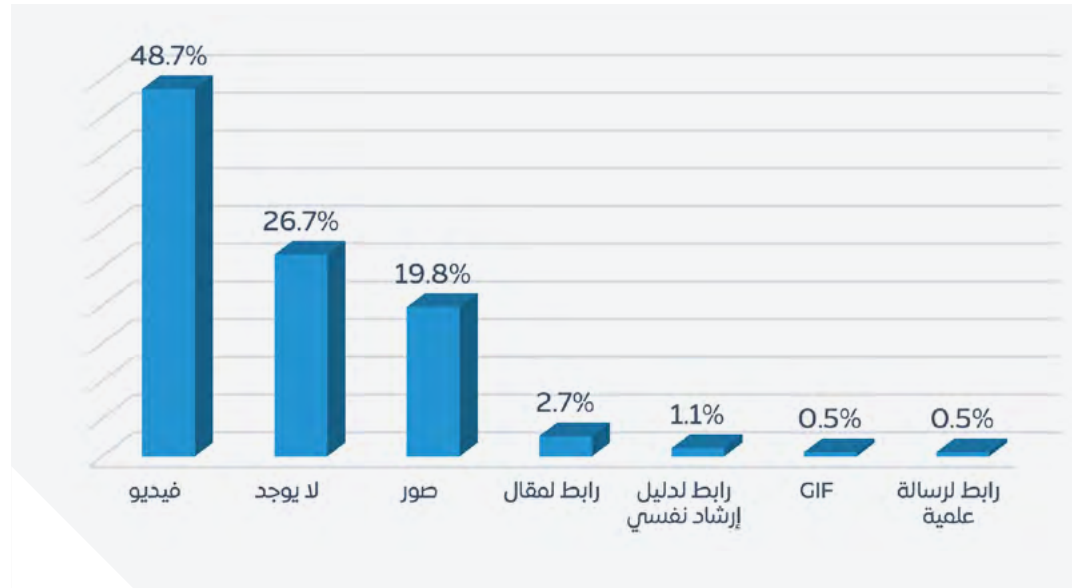
واتضح بشكل لافت اعتماد المفردات على آراء المختصين المعروضة عبر بعض الإذاعات كإذاعة جدة FM، وإذاعة روتانا FM، وهو تأكيد على نجاح الإعلام التقليدي بالمملكة على جذب المستمعين حتى الآن ونجاحه في اختيار قضاياها بما يضمن المزيد من المستمعين رغم غزو الإعلام الرقمي ومنصاته. كما أن الصحف السعودية كانت حاضرة أيضًا في تفاعلات المستخدمين، فالمفردات وكذلك المفردون اعتمدوا على العديد من المقالات المنشورة بالصحف مثل المدينة وعكاظ.

مسارات البرهنة في تفاعلات الإناث



عناصر الإبراز والإحالة

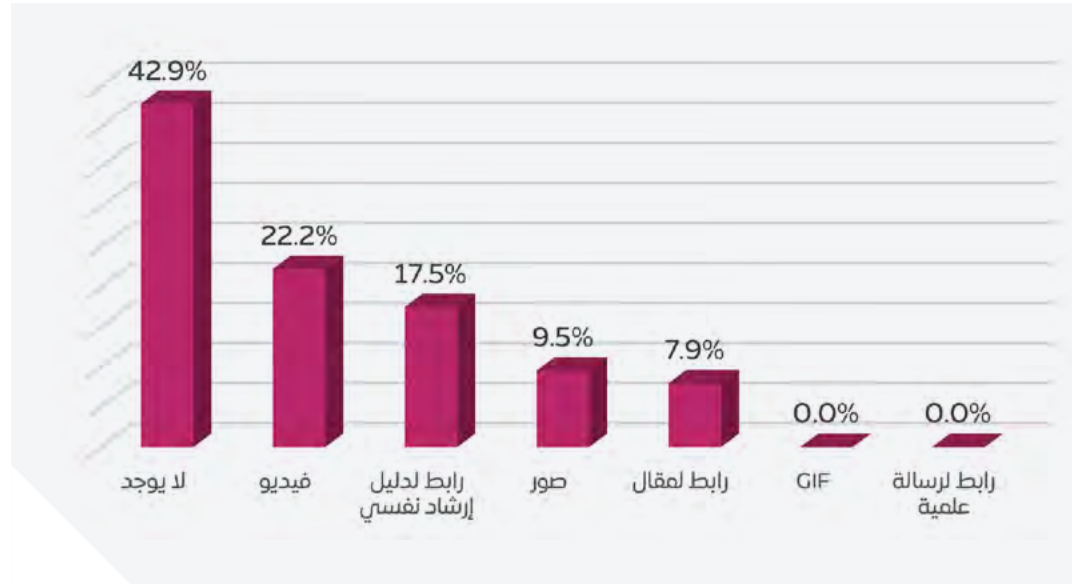
تشير النتائج إلى اعتماد الذكور في المرتبة الأولى على (الفيديو) كوسيط رقمي مصاحب للتغريدات المتعلقة بهاشتاق (#التخيب)، وفي المرتبة الثانية (لم يتم الاعتماد على وسيط رقمي)، وجاء في المرتبة الثالثة (الصور الثابتة).



النتائج..

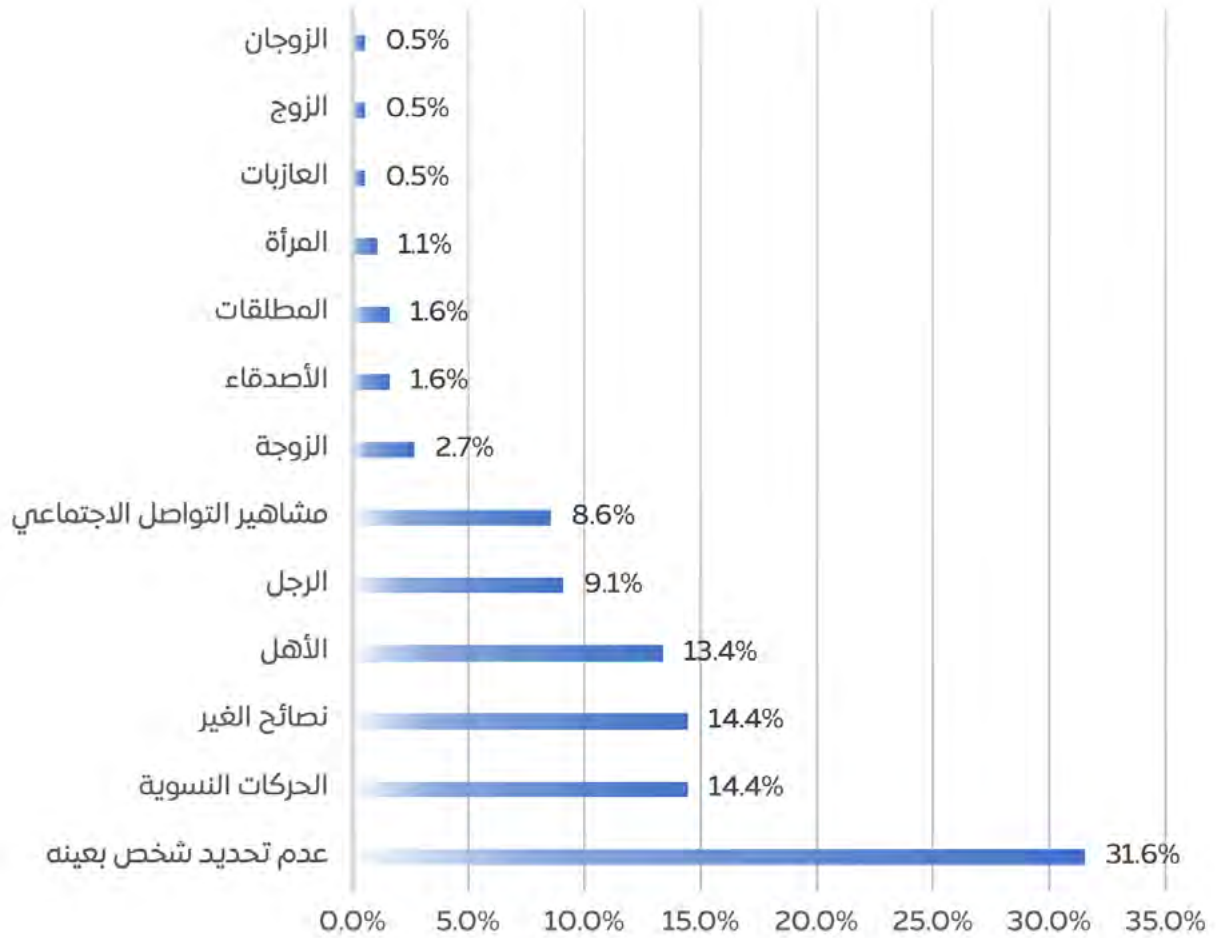
أشارت إلى اعتماد الذكور في المرتبة الأولى على (الفيديو) كوسيط رقمي مصاحب لتغريداتهم

أما بخصوص المفردات فجاء بالمرتبة الأولى (عدم اعتمادهن على وسيط رقمي)، وفي المرتبة الثانية جاء الاعتماد على (الفيديو)، وفي المرتبة الثالثة (رابط لدليل الإرشاد الأسري).

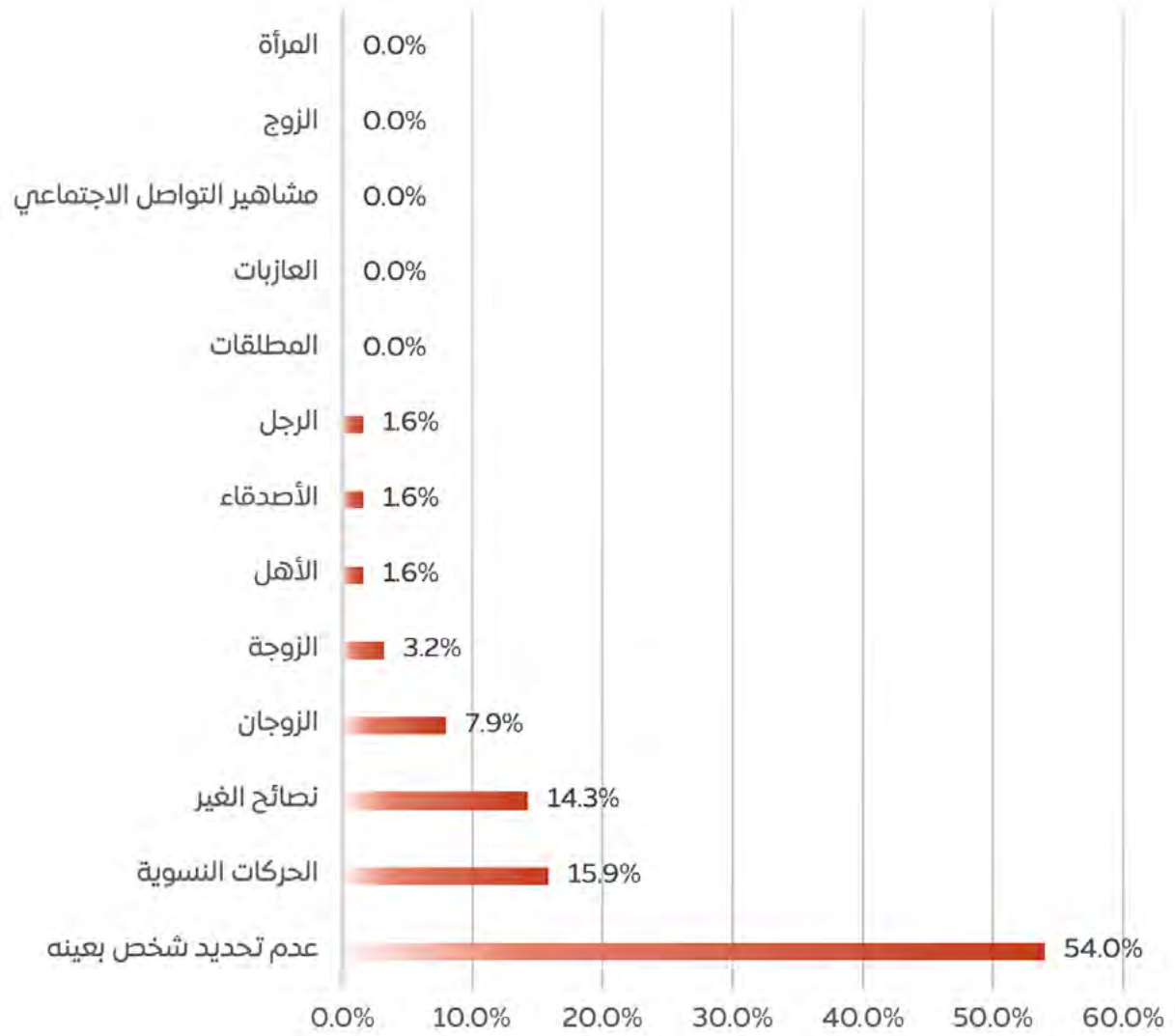


القوى الفاعلة المتسببة في انتشار ظاهرة التخبيب

تشير النتائج إلى أنه فيما يتعلق بالقوى الفاعلة الرئيسة المتسببة في انتشار ظاهرة التخبيب من وجهة نظر الذكور، جاء (عدم تحديد شخص بعينه) بالمرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية (الحركات النسوية)، وفي المرتبة الثالثة (نصائح الغير)، تلاها (الأهل)، ثم (الرجل)، وفي المرتبة السادسة (مشاهير التواصل الاجتماعي)، فيما جاءت باقي القوى الفاعلة المتسببة في انتشار الظاهرة على النحو الموضح بالشكل التالي:



أما فيما يتعلق بوجهة نظر الإناث، فجاء في المقام الأول (عدم تحديد شخص بعينه)، وفي المرتبة الثانية (الحركات النسوية)، وفي المرتبة الثالثة (نصائح الغير)، ثم جاء (الزوجان)، ثم (الزوجة)، ثم (الأهل)، فيما جاءت باقي القوس الفاعلة المتسببة في انتشار الظاهرة على النحو الموضح بالشكل التالي:



وقد اتضح اتفاق الذكور والإناث فيما يتعلق بالقوس الفاعلة الرئيسة المتسببة في الأزمة، حيث جاء في المرتبة الأولى (عدم تحديد شخص بعينه)، وفي المرتبة الثانية (الحركات النسوية)، وجاء في المرتبة الثالثة (نصائح الغير).

وإجمالاً.. كشفت نتائج التفاعلات على هاشتاق #التخيب عن وعي أفراد العينة من السعوديين، والذي ظهر من خلال حرص غالبيتهم على عدم إلقاء اللوم أو الاتهام تجاه فاعل مُحدد للتخيب؛ حيث عكست مضامين تغريداتهم قناعتهم أن لكل واقعة تخيب ظروفًا تختلف عن ظروف الوقائع الأخرى، فالتعميم عند المفرد الناضج مرفوض.

وتضمنت التفاعلات مجموعة من الأسباب التي تُساعد في انتشار ظاهرة التخيب، تمحورت حول ما يلي:

- **إلقاء اللوم على النسوية** بسبب ناصتجهن السطحية التي تستهدف تحريض الزوجة لمطالبة زوجها بما لا يحق لها، ودعاتهن المستمرة لتحرر الزوجة من قيود زوجها، واعتماد بعضهن على أسلوب ظاهره المودة وباطنه العداوة والبغضاء لإقناع الزوجة بطلب الطلاق أو دعوتها للنشوز على زوجها، لإشفاء غليلهن من تجاربهن الزوجية الفاشلة.
- **الناصح التي يقدمها الغير** (أهل أو أصدقاء) سواء بقصد أو دون قصد، وتدخلهم في الحياة الخاصة بين الزوجين بشكل يؤدي إلى إفساد العلاقة بينهما لأسباب بسيطة وتافهة.
- **إقبال المزيد من الزوجات** على طرح مشكلاتهن مع أزواجهن على منصات التواصل الاجتماعي، وإتاحة الفرصة للمتابعين لإبداء الرأي والنصيحة التي ربما تكون سلبية ومغرضة، وتُعمق الخلافات بين الزوجين.
- **استغلال بعض المُخبين** وجود خلافات بين الزوجة وزوجها للتودد إلى الزوجة بشكل منافٍ للمروعة والأخلاق - حسب وصف المغردين - والسعي إلى خداعها بتعويضها عن الفراغ العاطفي التي قد تُعانيه.



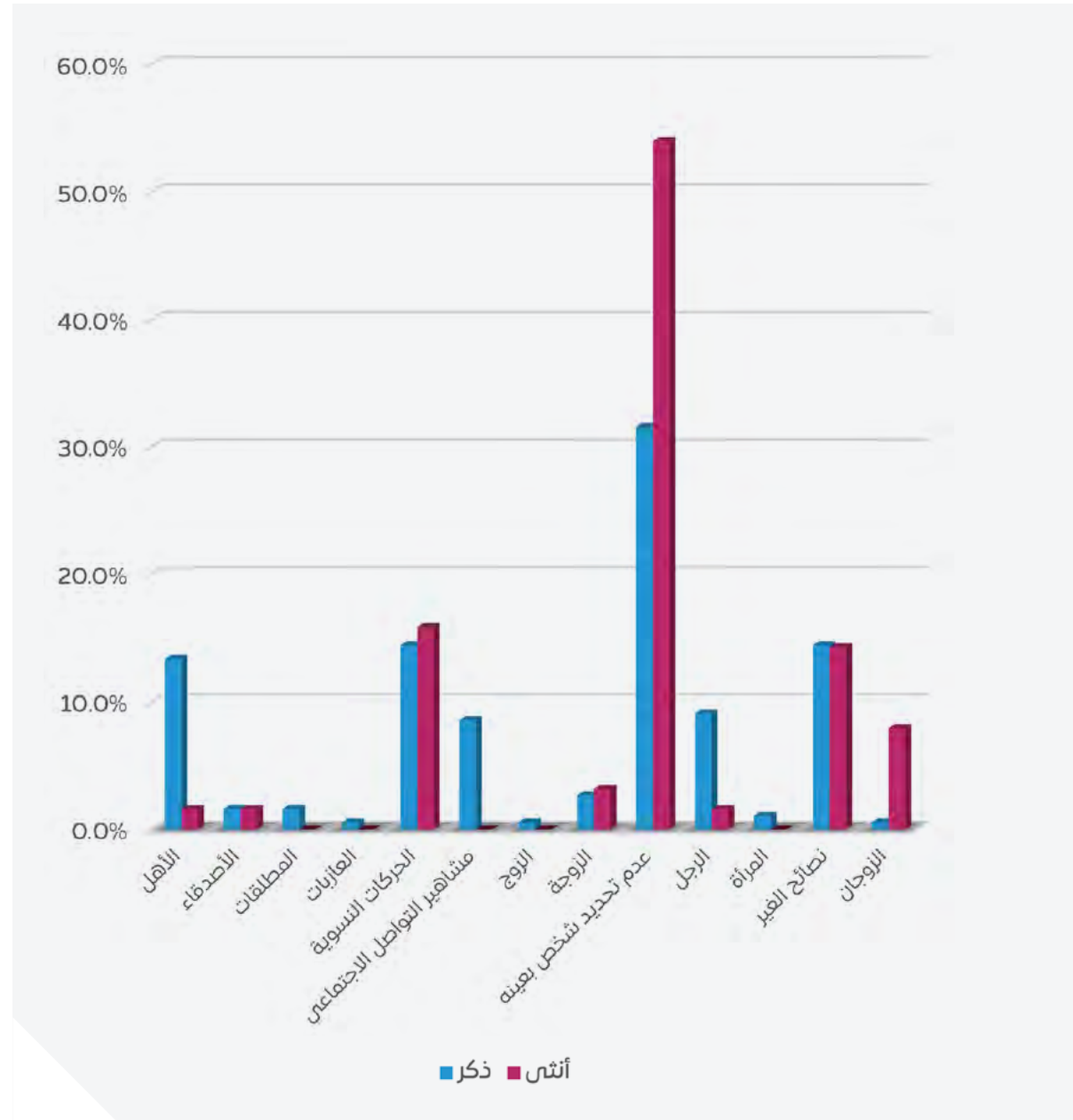
• **الإدراك الخاطئ** لبعض الزوجات لحقوقهن، وفي المقابل الفهم الخاطئ لبعض الأزواج لمفهوم القوامة.

• **متابعة بعض مشاهير** شبكات التواصل الاجتماعي الذين يُقدمون نصائح تحريضية عبر حساباتهم، أو يُصدرون صورة غير واقعية عن حياتهم الزوجية، أو يُؤطرون الزواج بصورة سلبية، أو يُضللون الأزواج بشأن حقوقهم وواجباتهم.



نتائج التفاعلات..

كشفت عن وعي السعوديين من خلال حرص غالبيتهم على عدم إلقاء اللوم أو الاتهام تجاه فاعل مُحدد للتخيب



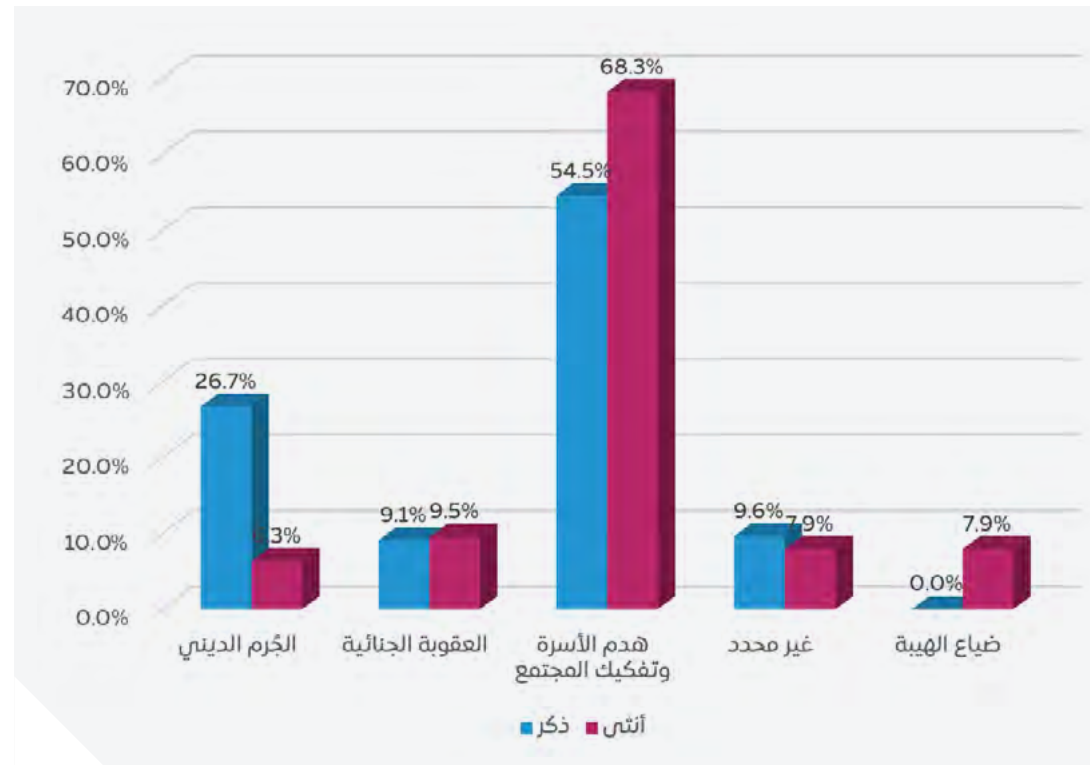
الآثار المترتبة على التخبيب

أكد المفردون (الذكور) أن (هدم الأسرة وتفكيك المجتمع) هو الخطر الأول لانتشار ظاهرة التخبيب، وفي المرتبة الثانية (الجُرم الديني)، ثم (العقوبة الجنائية)، وقد اتفقت المفردات (الإناث) مع الذكور في التركيز على أن (هدم الأسرة وتفكيك المجتمع) يُمثل الخطر الأول للتخبيب، في حين اختلفت عن المفردين من خلال اهتمامهن وتركيزهن على (العقوبة الجنائية) بشكل أكبر من (الجُرم الديني)، كما ركزت المفردات على أن حديث الرجل بشكل سلبي عن زوجته أمام الغير يقلل من هيئته، في تحذير واضح منهن أنه لا قيمة لرجل يهين زوجته.

ولعل النتيجة السابقة توضح أن الرجل والمرأة بعد تركيزهما على إشكالية هدم الأسرة وتفكيك المجتمع، اختلفا من حيث الأثر الثاني جراء التخبيب، فالرجل اهتم بالجُرم الديني لنهي المتابعين عن ممارسة ظاهرة التخبيب، أما المفردات فكان اهتمامهن بالبعد القانوني الذي يجرم المخيب، حيث ألقين الضوء على أن المشرع السعودي عدّه جريمة يعاقب عليها القانون، وأن هذا الوصف الإجرامي قد استمد من أحكام الشريعة الإسلامية، وحكمه القانوني يصل إلى الجلد أو السجن وفقاً لدرجة التخبيب.

ركزت المفردات..

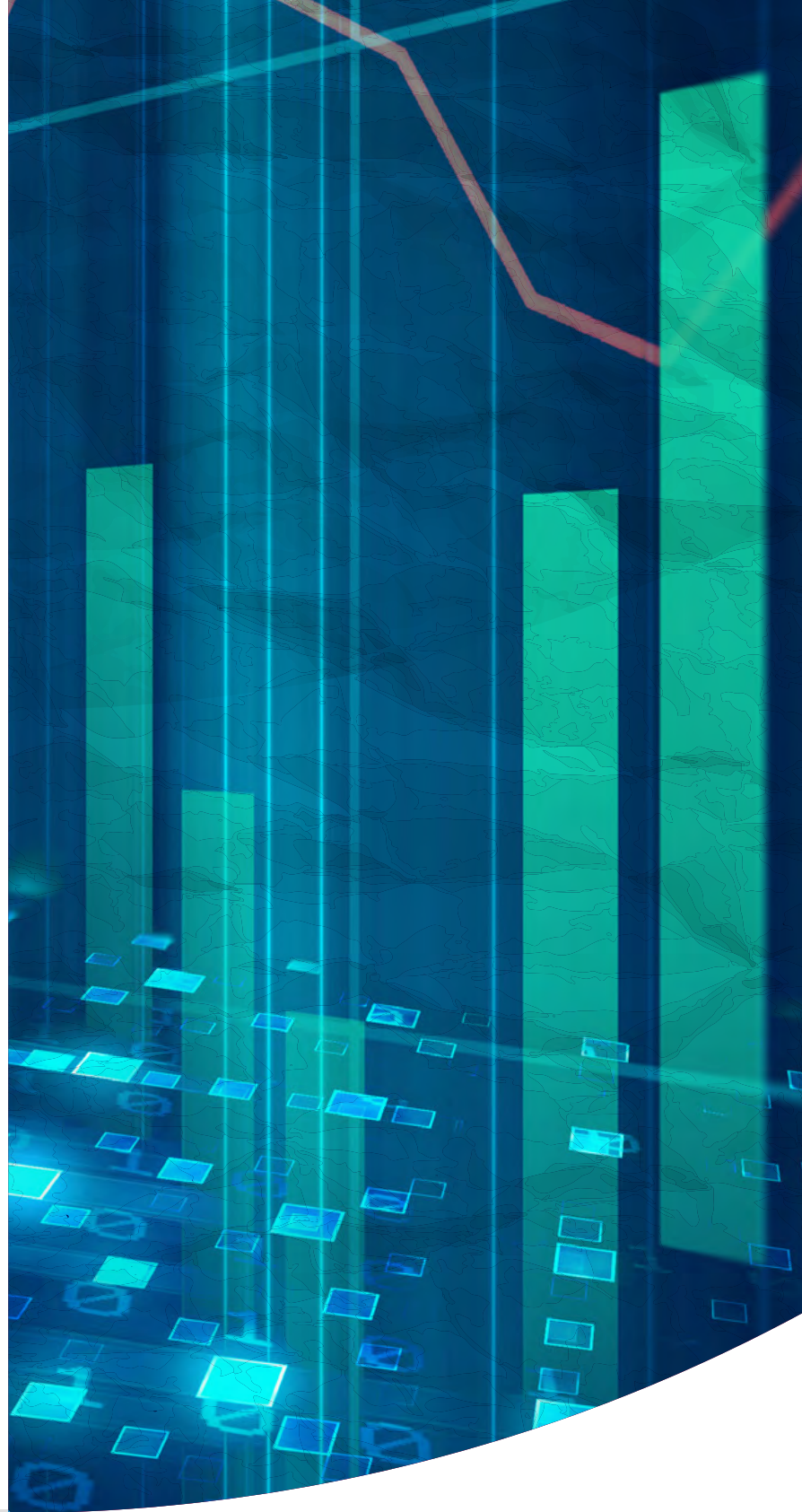
على أن حديث الرجل
بشكل سلبي عن زوجته
أمام الغير يقلل من
هيئته



النتائج العامة للدراصة

25

تفاعلات السعوديين
على #التخيب



توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج المهمة، جاءت على النحو التالي:

- ✓ تعكس نسبة تفاعلات السعوديين على هاشتاق (#التخيب) مقارنة بتفاعلات المفردين من بقية الدول العربية مدى وعي عينة الدراسة واستخدامها منصة تويتر لمناقشة القضايا الشائكة في المجتمع بشكل عقلاني، من خلال تغريدات تعريفية وإرشادية وتحذيرية تستهدف توعية المستخدمين من مخاطر التخيب على استقرار الأسرة والمجتمع، وإبراز أساليب الخداع والاستغلال التي يتبعها البعض لجذب المتابعين عبر محتويات قد تتضمن تخيبًا مباشرًا أو غير مباشر ربما يُؤثر على الرضا الأسري والتماسك المجتمعي.
- ✓ بلغت نسبة تغريدات المفردين (55%)، في حين بلغت نسبتها لدى المفردات (19%) من إجمالي التغريدات، ورغم التفاوت بين نسبة تفاعلات الذكور والإناث على هاشتاق (#التخيب)، فإنه تفاوت طبيعي؛ فنسبة مستخدمي منصة التواصل الاجتماعي (تويتر) من الذكور في المملكة العربية السعودية تبلغ (60%) من إجمالي عدد المستخدمين، في حين تبلغ نسبة المستخدمين (40%).
- ✓ جاءت (الأطر التحذيرية الأسرية) بالمرتبة الأولى في تفاعلات المستخدمين الذكور، بينما حلت (أطر النصح والإرشاد) بالمرتبة الأولى في تفاعلات الإناث.
- ✓ اتفق الذكور والإناث في الاعتماد على (الاستمالات العقلية) ثم (الاستمالات العقلية والعاطفية معًا)، وتعكس هذه النتيجة حرص غالبية المتفاعلين على هاشتاق #التخيب على مخاطبة العقل عبر الحجج والأسانيد المنطقية لإثبات صحة وجهة نظرهم.
- ✓ اختلف المفردات عن المفردين فيما يتعلق بمسارات البرهنة التي تم الاعتماد عليها عند مناقشة ظاهرة التخيب عبر منصة التواصل الاجتماعي (تويتر)، حيث اعتمد الذكور في المقام الأول على مسار (الأحاديث النبوية)، وفي المرتبة الثانية جاء مسارا (الآيات القرآنية) و(شيطنة المخيب)، ما يعكس حرص الذكور على إبراز التحريم الديني الناتج عن ممارسة التخيب.



في حين اعتمدت المغردات السعوديات في المقام الأول على مسار (شيطنة المخيب)، وفي المرتبة الثانية جاء مسار (أدلة الإرشاد الأسري)، ثم مسار (آراء لمختصين معروضة عبر إذاعة FM).

✓ جاء الاعتماد على (الفيديو) كوسيط رقمي مصاحب للتغريدات المتعلقة بهاشتاق (#التخيب) في المرتبة الأولى بالنسبة للذكور، بينما جاء في المرتبة الثانية بالنسبة للمغردات، وقد تمثل الاعتماد على الفيديو من خلال عرض آراء لمختصين من رجال الدين أو رجال القانون الذين تمت استضافتهم على شاشات القنوات الفضائية السعودية الرسمية كالقناة السعودية الأولى التي اهتمت بقياس نبض جماهيرها، وتلمس قضاياها، واستضافة المختصين لطرح هذه الإشكاليات ومناقشتها، ولم تكتفِ القناة الرسمية للمملكة بالحديث عن الظاهرة مرة واحدة، لكنها تسلط الضوء كل فترة على جانب من جوانب الظاهرة التي قد تهدد كيان الأسر السعودية، وهو ما يبرز دور الإعلام الرسمي الفاعل في المملكة العربية السعودية.

✓ اتضح اتفاق المغردين والمغردات فيما يتعلق بالقوى الفاعلة الرئيسية المُتسببة في انتشار الظاهرة، حيث جاء في المرتبة الأولى (عدم تحديد شخص بعينه)، وفي المرتبة الثانية (الحركات النسوية)، وجاء في المرتبة الثالثة (نصائح الغير). ومن المؤكد أن وعي أفراد العينة من السعوديين كان العامل الرئيس وراء رغبتهم في عدم إلقاء اللوم أو الاتهام لشخص محدد، فكل واقعة تخيب ظروف تختلف عن ظروف الوقائع الأخرى.

✓ اتفق المغردون والمغردات في التركيز على أن (هدم الأسرة وتفكيك المجتمع) هو الخطر الأول الذي قد ينتج من عملية التخيب، ما يُوضح حرص الرجل والمرأة في السعودية على أسرهم، وخوفهم من انتشار حالات الطلاق في المجتمع، الأمر الذي قد يؤدي إلى زعزعة الاستقرار الأسري والمجتمعي.





توصيات الدراسة



► **إطلاق مبادرة لنشر الوعي الأسري** بالمملكة العربية السعودية، وذلك في إطار رؤية المملكة 2030.

► **تصميم حملات إعلامية توعوية** حول مخاطر التخييب على الأسرة والمجتمع، يتم نشرها في مختلف وسائل الإعلام (التقليدي والجديد)، بالتعاون والتنسيق بين الوزارات والهيئات الحكومية والمؤسسات الخاصة والمجتمع المدني، وكذلك الاستعانة بمشاهير وسائل التواصل الاجتماعي (المعنيين بالمسؤولية الاجتماعية) ونجوم الفن والرياضة في المملكة كقوى ناعمة قادرة على توجيه الجمهور السعودي، والحرص على توصيل مضمين تلك الحملات لذوي الهمم كالضرب والأصم والأبكم، بوصفهم جزءًا لا يتجزأ من المجتمع السعودي.

► **إقامة ورش عمل وندوات**، وتنظيم فعاليات في المدارس والجامعات؛ لتثقيف الطلاب وتوعيتهم وتحذيرهم من الآثار السلبية لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.

► **ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية** (التقليدية والجديدة) في عمل الاستبانات واستطلاعات الرأي للجماهير، لاستكشاف القضايا والظواهر التي تُثير اهتمامات الرأي العام، ومن ثمّ طرحها وتناولها عبر المنصات الإعلامية المختلفة.

► **الاهتمام بصناعة الأعمال الدرامية** وإنتاج الأشكال البرمجية الهادفة التي تُناقش القضايا والظواهر الاجتماعية وتعالجها، بما يتماشى مع رؤية المملكة 2030.

► **الربط الدائم بين وسائل الإعلام التقليدي** ومستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بالمملكة، من خلال إنتاج برامج دورية لمناقشة مضمين المستخدمين السعوديين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وإلقاء الضوء على أهم القضايا والموضوعات التي يتناولونها، بجانب التعرض للهاشاقات الأكثر تداولًا في المملكة.

تابع حسابنا
على تويتر
@alqarar_sa

