

اتجاهات المغتربين المصريين في الخارج نحو التأثيرات الاجتماعية لاعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية في اطار نظريه الاعتماد على وسائل الاعلام

د هويدا محمد رضا الدر *

مقدمة :-

شهد العالم في السنوات الاخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضى قرب المسافات بين الشعوب والغى الحدود وزوج بين الثقافات الا وهو شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد ابرز انماط تكنولوجيا الاعلام الاجتماعي واعظمها انتشارا، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين ولعبت الاحداث السياسية والاجتماعية في العالم دورا بارزا في التعريف بهذه الشبكات لما لها من دور هام في اقبال الاخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الاحداث الامر الذي ساعد على شهرة وانتشار هذه الشبكات والتي من اهمها الفيس بوك، تويتر واليوتيوب.

ورغم الاتهامات المتتالية الموجهة لهذه الشبكات الاجتماعية الا ان قوتها تتزايد يوما بعد الاخر ويزداد تعلق المستخدمين بها وتظهر منها انماط مستحدثه تزيد من فاعليتها ودورها في مجال الاعلام الاجتماعي مثل تكنولوجيا الواتس آب، الانستجرام والمحادثات الالكترونية من خلال الهواتف المحمولة التي عززت من مشهد استخدام هذه الشبكات حيث تشير الاحصائيات الى زيادة عدد المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي خلال عام 2014 الى 135 مليون مستخدم جديد بالمقارنة بمستخدمي عام 2013 (1). وعلى مستوى المنطقة العربية فقد اظهرت دراسة اقليمية حديثة الى انتشار قاعدة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقه العربية الى 70 مليون مستخدم، يستخدم 88% منهم الشبكات الاجتماعية بشكل يومي (2)

* مدرس بكلية الآداب، قسم الاعلام، كلية الآداب جامعة المنوفية

وتعد فئة المصريين المغتربين فى الخارج من الفئات الاجتماعية الاشد خصوصية لانها تعاني من افتقار الاتصال الشخصى بذويهم وبمجتمعاتهم والذى يعد مصدرا هاما لتكوين المعارف وبناء الاتجاهات خاصة فى اوقات الازمات والاحداث الهامة والمناسبات الاجتماعية .

وقد وفرت لهم تكنولوجيا الاعلام الاجتماعى المتمثلة فى شبكات التواصل الاجتماعى سبلا حديثة لتحقيق هذه الرغبة والتواصل مع مجتمعاتهم لما لها من العديد من المميزات التى ابرزها السرعة ،قلة التكاليف،استخدام الصوت والصورة فى اى وقت ولاى فترة زمنية ،كما تمكنهم هذه الشبكات من التواصل فى مجتمعاتهم الجديدة سواء فى اطار العمل او العلاقات الاجتماعية لما توفره من دائرة معارف ليست موجودة فعليا فى الاطار المكانى physical space ولكن موجودة فى الواقع الافتراضى virtual space يشترك الفرد من خلالها مع افراد اخرين فى بعض الاهتمامات ويتبادلون المعلومات احيانا ويستمدون الدعم الاجتماعى (3)

ومما لاشك فيه ان هذا التواصل من خلال تكنولوجيا شبكات الاتصال الاجتماعى قد يفرز العديد من الاثار

الاجتماعية لفئة المغتربين المصريين سواء على المستوى الفردى او على مستوى العلاقات الاجتماعية وسواء تأرجحت هذه الاثار ما بين الايجابية والسلبية وفقا للتعامل او الاعتماد الرشيد او الالتصاق بهذه الشبكات والذى قد يصل الى حد الادمان فى الاعتماد عليها من جانب المستخدمين .

تحديد المشكلة البحثية :-

تتحدد مشكلة الدراسة فى محاولة التعرف على معدلات اعتماد المصريين المغتربين فى المملكة العربية السعودية على شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيرات هذا الاعتماد بالاضافة الى محاولة التعرف على اتجاهاتهم نحو الاثار الاجتماعية الناتجة عن اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعى وذلك فى اطار اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام كاطارا نظريا للبحث .

ولعل من العوامل الهامة التى جعل لشبكات التواصل الاجتماعى اهمية خاصة لدى فئة المغتربين فى الخارج تلك التحولات البنيوية فى النسق الاعلامى لهذه الشبكات الاجتماعية مثل ظاهرة الغاء المكان ونفى عامل المسافة من خلال التقريب الكلى بين مصدر الرسالة وهدفها عبر قنوات الاعلام الجديد التى شهدت خلال السنوات الماضيه تطورا مكثفا فى البث التكنولوجى فاصبحت احد المحددات الرئيسية التى تشارك فى تحديد ملامح سلوك الجمهور وحياته اليومية. (4)

كما تؤكد العديد من الدراسات الى ان شبكة الانترنت من خلال الاجهزة والهواتف الذكية قد ادت الى تقوية الروابط والتفاعلات الاجتماعية والحواريه بين اعضاء الجماعات الحقيقية التى تجمعها شبكات اتصال جماعية عبر الانترنت حيث اتاح لهم هذا التواصل فرصة جديدة للتفاعل والاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعى الى قربت بينهم على اختلاف خبراتهم واراتهم لتكون بمثابة جسر ترابط وتقارب تشجع على تاسيس حوار حضارى هادف. (6)

وينطلق هذا البحث ايضا من اهمية دراسة دور وسائل الاعلام الاجتماعى فى حياة المصريين المغتربين فى الخارج حيث انهم من الفئات المنتظمة فى التعرض للصحف الالكترونية ومواقع الانترنت بكثافة بلغت (58%) من اجمالى التعرض لوسائل الاعلام ، هذا بالاضافة الى كثافة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعى والتى بلغت (60%) للفيس بوك ، (45.9%) للتويتر و(37.2%) لليوتيوب (6).

بالاضافة الى ارتفاع معدلات فئة المصريين المغتربين فى الخارج لتصل الى اكثر من (8مليون نسمة) وفقا لاحصائيات وزارة الخارجية المصرية ، كما تشير البيانات ايضا الى ارتفاع نسبة المصريين المغتربين فى الخارج بالمملكة العربية السعودية ، يوجد منهم (70%) بدول الخليج العربى منهم (50%) فى السعودية و(20%) فى دول الخليج العربى و(30%) فى اوربا وامريكا (7).

وبالتالى فان هذه الاحصائيات تشير الى معدلات جديرة بان تنال اهتماما من جانب الدراسات الاعلامية خاصة ان الباحثة قد لاحظت من خلال مراجعة العديد من الدراسات السابقة ان الاهتمام فى هذه الدراسات حول المغتربين المصريين فى الخارج

انصب بدرجة كبيرة على تعرضهم لوسائل الاعلام الالكترونى وتأثير ذلك على المشاركة السياسية اوالمعرفة السياسية والوعى السياسى دون التطرق الى التأثيرات الاجتماعية التى تعد جانبا هاما لتأثير وسائل الاعلام الاجتماعى . كما ان هذه الدراسة تحاول ان تقدم تقييما وتصورا لواقع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى والاثار الاجتماعية الناتجة من هذا الاعتماد بدرجاته المختلفة من جانب المصريين المغتربين فى الخارج مما يساعد على تقييم الوضع الحالى والتنبؤ وطرح الرؤى المستقبلية لهذا النمط من انماط الاعلام الاجتماعى وخاصة على عينات تنتمى لفئات خاصة مثل فئة المغتربين المصريين .

- الاطار النظرى للدراسة :-

تعتمد هذه الدراسة فى بناء فروضها وتحليل نتائجها على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام Dependency Theory التى تنتمى الى نماذج التأثير المعتدل لوسائل الاعلام , وكما يوحى اسم النظرية فان العلاقة الرئيسية التى تحكمها هى علاقة الاعتماد على وسائل الاعلام والنظام الاجتماعى والجمهور ، كما تعد النظرية من المداخل الوظيفية الاجتماعية الشارحة لعملية الاتصال وتهدف الى الكشف عن الاسباب التى تجعل لوسائل الاعلام احيانا اثارا قوية ومباشرة ، وفى احيان اخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة الى نوع ما.(8)

وتفترض النظرية الى انه كلما اعتمد الفرد فى تحقيق حاجاته على استخدام وسائل الاعلام اصبح الدور الذى تؤديه هذه الوسائل اكثر اهمية فى حياة هذا الفرد , ونظرا لان العالم يصبح اكثر تعقيدا فان الناس تلجأ الى هذه الوسائل لفهم ما يحدث حولهم , وكلما اعتمد الفرد على وسائل الاعلام فى الحصول على المعلومات كلما اصبح متأثرا بها.(9)

وتعتبر نظرية الاعتماد امتدادا لنظرية الاستخدامات والاشباعات والفارق بينهما ان نظرية الاستخدامات والاشباعات تركز على الجمهور المتلقى فى حين تركز نظرية الاعتماد على الاهداف ومن هنا فان منظور الاعتماد على وسائل الاعلام يقوم على دعامتيين اساسيتين :-

-اولا :-ان هناك اهداف للافراد يريدون تحقيقها من خلال المعلومات التى توفرها المصادر المختلفة سواء كانت اهداف شخصية او اجتماعية .

ثانيا:-اعتبار وسائل الاعلام نظام معلومات يتحكم فى مصادر تحقيق الاهداف الخاصة بالافرادوتتمثل هذه المصادر فى مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الاعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة اخرى.(10) ,وقد صنف مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام على انه من المداخل المتميزة نظرا لتضمنه عناصر من علم الاجتماع وعلم النفس وهى دوافع الاعتماد هذا بالاضافة الى جمعه لمزايا مدخل الاستخدامات والاشباعات من ناحية ونظرية التأثير التقليدية من ناحية اخرى لانه يحاول فهم العلاقات المتبادلة بين الجمهور والاعلام .(11)

وتتعدد الاسباب التى تجعل الافراد يعتمدون على وسائل الاعلام حيث يزداد الاعتماد على وسائل الاعلام فى اوقات الاحتياج للمعلومات خاصة فى اوقات الخلل الاجتماعى والتغيير الذى ينتج عنه حالة من الغموض فيحتاج الفرد الى معلومات تساعده فى اعادة تقييم المواقف وبناء وجهات جديدة حيث اكدت دراسة Joy C. Gordon(2009) ان التغيير الاجتماعى يرفع من نسبة الاعتماد على وسائل الاعلام ويرفع من تأثير وسائل الاعلام على الافراد ويقلل من تأثير الاعتماد على الاتصال الشخصى وتأثير جماعات الاقران. (12),كما يعد عامل الثقة فى وسائل الاعلام احد العوامل التى تجعل الافراد يعتمدون عليها فقد توصل دنييس وزملائه (2003) الى ازدياد مستوى الاعتماد على الوسيلة الاعلامية كلما شعر الفرد بالثقة والارتياح لها.(13)

وقد تطورت نظرية الاعتماد وفقا للتطور التكنولوجى لوسائل الاعلام وذلك على يد ملفين دى فلور ,دنييس ماكويل لتتنفق مع تطور المجتمعات الحديثة فى مجال صناعة وانتاج ونقل المعلومات وخاصة بعد ظهور وسائط الاعلام المتعددة Multimedia system فاصبح التصور قائم على ان اعتماد الافراد على المعلومات فى المجتمع الحديث يهدف دائما الى التعرف على مجريات الاحداث بالاضافة الى الاهداف

الفردية التى تجعل الافرد يسعون للحصول على المعلومات من خلال الوسائل الاعلامية المتطورة . (14)

ويمكن تحديد اهم فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام والتى استفادت منها الباحثة فى مجال دراستها فيما يلى :-

1- يزداد اعتماد الجمهور على مصادر معلومات ووسائل الاعلام فى اوقات الصراع والتغير الاجتماعى لاشباع الرغبة فى المعرفة وازالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات .

2- يزداد الاعتماد على وسائل الاعلام فى حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات التى يحتاجها الفرد من خلال مصادر الاتصال الشخصى مقيدة .

3- يزداد الاعتماد على المعلومات المتاحة من وسائل الاعلام عند غياب البدائل الاخرى للحصول على المعلومات وتقل درجة الاعتماد على وسائل الاعلام فى حالة جود قنوات بديلة للمعلومات , ويختلف الجمهور فى درجة الاعتماد على وسائل الاعلام نتيجة للاختلاف فى الاهداف والمصالح والحاجات الفردية .

4- تؤثر دوافع الفرد نحو قضايا معينة فى درجة اعتماده على وسيلة معينة ففوة الدافع تعزز من عملية الاعتماد .

5- كلما كانت نوعية الاعتماد على الوسيلة الاعلامية اكبر كلما كانت الاثارة المعرفية والاثارة العاطفية للمحتوى كبيرة اثناء التعرض .

6- تزداد درجة التأثيرات الاعلامية كالاقتناع والتفاعل شبه الاجتماعى Para social interaction عندما تكون علاقات الاعتماد على وسائل الاعلام كثيفة . (15)

7- تؤثر بعض المتغيرات الديموجرافية فى احداث التأثيرات السلوكية الناتجة من الاعتماد على وسائل الاعلام , كما تتاثر درجات الاعتماد بسهولة الوصول للوسيلة حيث توصلت دراسة ماكسيان ويندى (2008) الى ان اعتماد الافراد على وسائل الاعلام التكنولوجية المحمولة وصل لدرجة الادمان وذلك لامكانية

الحصول على هذه الوسائل فى اى وقت , كما اكدت الدراسة ان هناك تغييرات
فسيولوجية تحدث للافراد عند حرمانهم من هذه الوسائل (16)

كما حدد Yoon (2004) ان اعتماد افراد الجمهور على وسائل الاعلام من اجل
تحقيق عدة اهداف اوجزها فيما يلى (17)

1-الفهم Understanding وينقسم الى :-

ا-الفهم الذاتى Self-understanding ويعنى فهم الفرد للقيم والمعايير والمعتقدات
الاجتماعية التى تساهم فى تشكيل خبرته الشخصية .

ب-الفهم الاجتماعى Social-understanding ويعنى فهم الفرد لوظائف المجتمع
الذى يعيش فيه والتعرف على مؤسساته المختلفة وطبيعتها .

2-التوجيه Orientation وينقسم الى :-

ا-التوجيه السلوكى Action orientation ويعنى اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة
بتوجيه سلوكه فى المجتمع لاتجاه السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع فى المواقف
المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية

ب -التسلية الاجتماعية Social play وتعنى رغبة الفرد فى الترفيه من خلال تفاعله
مع الاخرين اعتمادا على وسائل الاعلام (كالمشاهدة الجماعية للمواد الترفيهية فى
التلفزيون) .

ويرصد نموذج الاعتماد ثلاث انواع من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل
الاعلام وتتمثل فى :-

-مجموعة التأثيرات المعرفية Cognitive والتى تعنى حدوث تغير فى معارف
ومعلومات الافراد مثل ازالة الغموض وخاصة فى فترات الصراع والازمات
والكوارث ، وضع الاجندة وترتيب الاولويات وتوسيع نظم المعتقدات لدى الافراد . اما
مجموعة التأثيرات الوجدانية Emotional effect وتتمثل فى تقليل حالة الاغتراب
لدى الفرد او الفتور العاطفى ، الخوف والقلق والاعتراب حيث يؤكد Klapp انه فى

المجتمعات التى تلعب فيها وسائل الاعلام دورا رئيسيا فان طبيعة المعلومات يكون لها تأثيرات على معنويات الافراد. اما مجموعة التأثيرات السلوكية **Behavioral** والتى تعد المحصلة النهائية للتأثيرات المعرفية والوجدانية فتتمثل اهمها فى الفاعليه وهى قيام الفرد بافعال وسلوكيات تنتج للتعرض لوسائل الاعلام و عدم الفاعلية اى المبالاة وعدم المشاركة السياسية او الاجتماعية. (18)

تعرضت نظرية الاعتماد لدراسات خلصت الى بعض اوجه القوة فيها من حيث انها نظرية وصفية تضع نظاما قائما على توجيه العلاقة بين المستخدم والوسيلة الاعلامية بالاضافة الى دورها فى توضيح دور الاعلام فى الازمات و فترات الصراع والتغير الاجتماعى . وعلى الجانب الاخر رصدت دراسات اخرى جوانب الضعف فى النظرية من اهمها صعوبة تطبيقها فى بعض الاحيان واغفالها لدور الاتصال الشخصى فى امداد الجمهور والمبالغة فى تعظيم حجم التأثيرات المختلفة لوسائل الاعلام (19)

الدراسات السابقة:-

تعد الدراسات السابقة منطلقا رئيسيا للدراسات الحالية وقد قامت الباحثة بعمل مسح للعديد من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة واسفر ذلك عن مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة ولمزيد من التوضيح قامت الباحثة بتصنيفها الى محورين رئيسيين :-

المحور الاول :- دراسات تناولت المغتربين المصريين وشبكات التواصل الاجتماعى.

المحور الثانى :- دراسات تناولت التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعى.

وفيما يلى استعراض لاهم هذه الدراسات

المحور الاول :- دراسات تناولت استخدامات المغتربين المصريين للاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعى :-

(1) دراسة Al-sebaei, Maisoon (2013) عن " استخدام المصريون المقيمون في المملكة العربية السعودية لوسائل الاعلام الاجتماعية اثناء ثورة 25 يناير 2011 (20)

تهدف الدراسة الى محاولة التعرف على كيفية استخدام المصريون المقيمون بالمملكة العربية السعودية لوسائل الاعلام الاجتماعية اثناء ثورة 25 يناير 2011. وقد استخدمت الباحثة منهج المسح لعينة من المصريين المقيمين بالمملكة خلال فترة قيام الثورة وتوصلت الدراسة الى ان وسائل الاعلام الاجتماعية كانت مجالا هاما لجمع المعلومات السياسية خلال الحياة اليومية للمغتربين المصريين في المملكة بالاضافة الى ارتفاع نسبة استخدام المغتربين المصريين للشات chat من خلال الشبكات الاجتماعية بهدف التواصل والحفاظ على العلاقات القوية مع ذويهم بالوطن والرغبة في المشاركة السياسية في قضايا الوطن.

(2) دراسة سعدية خليف (2013) عن " دور المواقع الاخباريه في حصول شباب المغتربين المصريين على المعلومات عن احداث ثورة 25 يناير 2011 (21)

تهدف الدراسة الى التعرف على دور المواقع الاخبارية في حصول شباب المغتربين المصريين على المعلومات عن احداث 25 يناير بالتطبيق على عينة من المغتربين المصريين في دولة المانيا والنمسا بالاضافة الى تحليل مضمون موقعي العربية نت والجزيرة نت. وتوصلت الدراسة الى اهتمام المواقع الاخبارية بالقضايا السياسية وخاصة الموضوعات المرتبطة بثورة 25 يناير 2011 بالاضافة الى ازدياد درجة اعتماد المغتربين المصريين على المواقع الاخبارية كمصدر للمعلومات والاهتمام بالمشاركة في الانتخابات البرلمانية بنسبة (69.3%).

(3) دراسة رباب الجمال (2012) عن دور المواقع الالكترونيه في تشكيل معارف واتجاهات المصريين نحو الاحداث السياسية في مصر " (22)

استهدفت الدراسة التعرف على دور المواقع الاخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الاحداث السياسية في مصر بالتطبيق على عينة من المغتربين المصريين المقيمين بالمملكة العربية السعودية (900 مفردة) وتوصلت

الدراسة الدراسة الى كثافة استخدام عينة الدراسة للانترنت وخاصة الفيس بوك كمصدر لمتابعة الاحداث في مصر هذا بالاضافة الى وجود علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لمضمون المواقع الاخبارية ومستوى المعرفة بالاحداث السياسية في مصر .

(4)دراسة سيد الجعفرى (2012)عن " استخدام المصريين في الخارج لشبكات التواصل الاجتماعي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية المصرية"(23)

تهدف الدراسة الى التعرف على استخدام المصريين في الخارج لشبكات التواصل الاجتماعي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية المصرية 2012 بالتطبيق على الفيس بوك من خلال دراسة استطلاعية على عينة عشوائية بسيطة (50مفردة) من المصريين المقيمين بالمملكة العربية السعودية. وخلص الباحث الى ارتفاع نسبة تعامل المصريين في المملكة مع الفيس بوك خلال فترةانتخابات الرئاسة بهدف الحصول على الاخبار التي رفعت نسبة الوعي السياسى لديهم حيث قدم لهم الفيس بوك الخدمة الاخبارية في المقام الاول كما ارتفعت ايضا نسبة الوعي السياسى لديهم من خلال المشاركة والاطلاع على استطلاعات الراى العام الخاصة بالانتخابات من خلال شبكة الفيس بوك مما كان له اثر كبير على اختيار الناخبين للمرشحين في الانتخابات الرئاسية .

المحور الثانى :-دراسات تطرقت للتاثيرت المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

(1) دراسة فوزى الهنداوى ، زينب عباس (2014)عن " تاثير الاعلام الجديد فى العلاقات الاجتماعية "(24)

استهدف الباحثان التعرف على مدى اهتمام الشباب العراقى بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها فى منظومة العلاقات الاجتماعية بالتطبيق على عينة من الشباب العراقى(100 مفردة)من الذكور والاناث فى مدينة بغداد والذين يرتادون مراكز الانترنت . وتوصلت الدراسة الى ان شبكات التواصل الاجتماعي قد احدثت انعكاسات هامة فى العلاقات الاجتماعية من ابرزها الشعور بالعزلة عن المحيط الاجتماعي بنسبة (52%)من عينة الدراسة بالاضافة الى ارتفاع نسبة الشعور

بالانتماء لاصدقاء الفيس بوك والثقة فيهم اكثر من الاصدقاء بالواقع حيث تعد هذه العلاقات قوية وايجابية بالنسبة للشباب بنسبة (88%) من عينة الدراسة وتكوين علاقات اجتماعية من خلال الفيس بوك اكثر من الواقع وبنسبة (48%).

(2) دراسة Korkmaz, Murat, et al. (2014) عن "تأثير شبكات التواصل الاجتماعى على الشباب" (25)

استهدفت الدراسة مراجعه التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى على الاجيال الحالية من الشباب

بالتطبيق على عينة من شباب الجامعات الحكومية والخاصة بالاضافة الى طلبة المدارس الثانوية (894 مفردة) وتوصل الباحثون الى كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعى لدى عينة الدراسة (من 3 الى 4 ساعات يوميا) وتصدرتها شبكة تويتر وبنسبة (55%) تلاها الفيس بوك وتمثلت ابرز التأثيرات السلبية فى التدخين وبنسبة (63%) وتعاطى الكحوليات وبنسبة (31.8%) اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعى , ولم تتوصل الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية بين معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية والنوع فى حين وجدت علاقة ارتباطية بين معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية ومستويات الدخل والتعليم والطبقة الاجتماعية والسن .

(3) دراسة Elison, Nicole, et al. (2014) عن "غرس المصادر الاجتماعية فى مواقع شبكات التواصل الاجتماعى :علاقات الفيس بوك ودورها فى العمليات الاجتماعية" (26)

استهدف الباحثون التعرف على العلاقات الاجتماعية التى يكونها الشباب الجامعى من خلال الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك" ودورها فى العمليات الاجتماعية الرئيسية بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة من الشباب الجامعى "طلاب الجامعة الامريكىة" (قوامها 614 مفردة) باستخدام الاستبيان الالكترونى وتوصلت الدراسة الى ان شبكة الفيس بوك تعد مصدرا هاما للتعرف بين الاصدقاء والمحافظة على استمرار العلاقات الاجتماعية بين الشباب ،اما انماط التفاعل من خلال الشبكات الاجتماعية فقد تمثلت فى فى تبادل الاخبار ،تقديم النصائح والمشاركة فى المناسبات الاجتماعية .

(4)دراسة محمد سلبيم الزبون ،ضيف الله عودة (2014)عن " الاثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الاطفال في سن المراهقة في الاردن "(27)

استهدف الباحثان الكشف عن الاثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الاطفال في سن المراهقة بالتطبيق على عينة قوامها (276 مفردة) من الاطفال في سن المراهقة والمنخرطين بشبكة الفيس بوك .واظهرت النتائج ان ابرز الاثار الاجتماعية والثقافية الايجابية تمثلت في توسيع العلاقات الاجتماعية ،تعزيز العلاقات القائمة وزيادة عدد الاصدقاء. اما ابرز التأثيرات السلبية فكانت اهدار الوقت والادمان على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الشعور بالرغبة الملحة في متابعتها لاوراق طويلة .

(5)دراسة , Bourgeois, Amand&Bower,Julie et al (2014) عن " شبكات التواصل الاجتماعي والرفاهية الاجتماعية والوجدانية للمراهقين في استراليا "(28)

تهدف الدراسة الى الكشف عن تأثير ادوات و شبكات التواصل الاجتماعي على الرفاهية الاجتماعية والوجدانية للمراهقين في استراليا بالتطبيق على عينة من المراهقين قوامها(1037 مفردة) باستخدام مقياس " النفس في السياق الاجتماعي " للكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال الذاتي والاتصال العام بالآخرين. وقد كشفت الدراسة عن الدور الهام للفيس بوك في عملية بناء الاتصالات الاجتماعية للمبجوثين الذين يستخدمونه ، كما اتضح وجود فروق كافية بالنسبة للذكور والاناث من حيث كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بناء الاتصالات الاجتماعية لصالح الاناث.

(6)دراسة Nakayama,Risa, et al (2014) عن "شبكات التواصل الاجتماعي والصحة العقلية" (29)

استهدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والصحة العقلية للمبجوثين المتمثلة في الاصابه بالقلق والضغط العصبي .وقد طبقت

الدراسة على عينة من المبحوثين قوامها (993 مفردة) يعيشون فى ولاية كوسفو حيث الصراعات السياسية واستخدم الباحثون مجموعة من المقاييس النفسية والعقلية للتعرف على ارتباطها باستخدام شبكات التواصل الاجتماعى وتوصلت النتائج الى ان انخفاض نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعى ادى الى ارتفاع معدلات الضغط العصبى بنسبة (54.3%) من المبحوثين والقلق بنسبة (64.4%) حيث ان استخدام شبكات التواصل الاجتماعى فى التواصل مع الاصدقاء يقوم بدور هام فى تحسين الصحة النفسية والعقلية للسكان الذين يعيشون فى مناطق متأثرة بدرجه عالية من الصراع (ولاية كوسفو) .

(7) دراسة **Hanning, Christian, et al. (2014)** عن " التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لشبكات التواصل الاجتماعى على النواحى الباثولوجيه للأفراد" (30)

حاول الباحثون الكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعى على النواحى الباثولوجية للأفراد وذلك بالتطبيق على عينة من مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى قوامها (677 مفردة) المصابين بالبدانه ومرض السكر. وتوصلت الدراسة الى ان ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعى ساهمت بالتأثير على انتشار البدانه واعراض سيئة لمرضى السكر من خلال التأثير باتجاهات وسلوكيات جماعة الاقران حيث تتأثر مناطق المخ العليا بالمعلومات التى يتلقاها الفرد من علاقاته الاجتماعيه مع الاخرين على الشبكات الاجتماعيه مما يكشف تأثير تلك العلاقات على الصحة البدنيه للأفراد.

(8) دراسة **Baek, Yong, et al. (2013)** عن "العلاقة بين الاختلافات فى العلاقات الاجتماعيه وشبه الاجتماعيه من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعى والحالة الفسيولوجية الجيدة للمستخدمين" (31)

حاول الباحثون من خلال الدراسة الكشف عن الاختلافات بين نوعين من العلاقات الاجتماعيه وشبه الاجتماعيه التى يعتمد عليها الافراد من خلال شبكات التواصل الاجتماعى وعلاقة ذلك بالعزلة الاجتماعيه ودرجة الثقة فى هذه العلاقات الاجتماعيه

وإدماج استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وقد تم تطبيق الدراسة على عينة فرعية من الباحثين في كوريا الجنوبية. وتوصلت النتائج إلى أن الاعتماد على إقامة علاقات شبه اجتماعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ارتبط بالشعور بالعزلة وبعدم الثقة في هذه العلاقات في حين ارتبط اعتماد الباحثين على العلاقات الاجتماعية إيجابياً بالثقة بالنفس وارتبطت الاعتماد على كلا النوعين من العلاقات بإدماج استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

(9) دراسة عبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين (2013) عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية" (32)

تهدف الدراسة عن الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية بالتطبيق على عينة عشوائية من طلبة وطالبات الجامعة قوامها (300 مفردة) وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة بنسبة (64.9%) وتمثلت أهم الإيجابيات في التواصل مع الأصدقاء والأقارب وتبادل الآراء معهم، التسلية والترفيه، أما أهم السلبيات فتمثلت في إهدار الوقت والجهد، تشويه الحقائق وانتهاك الخصوصية كما توصلت الدراسة إلى مساهمة الفيس بوك في تشكيل آراء واتجاهات عينة الدراسة الفكرية والدينية بالإضافة إلى الحث على التظاهر والاعتصام .

(10) دراسة Farooqi, Hassan, et al. (2013) عن " تأثيرات الفيس بوك على الحياة الطبية لطلبة الجامعات " (33)

تهدف الدراسة إلى الكشف عن عن تأثيرات الفيس بوك على الحياة الاجتماعية العامة والصحة والسلوك لدى طلبة الجامعات في التخصصات الطبية حيث تم إجراء الدراسة على عينة من طلبة جامعة Dow للعلوم الصحية قوامها (1050) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام شبكة الفيس بوك أدى إلى ارتفاع درجة نشاطهم في الحياة العامة في حين أكد (37%) منهم أن حياتهم أصبحت أكثر سوءاً بعد استخدام الفيس بوك، كما أكد (60%) منهم أن استخدام الفيس بوك جعلهم أقل خجلاً في التعامل مع الآخرين في الحياة الواقعية في حين أكد (75%) من الطلبة أن استخدام

الفييس بوك ادى الى تأرجح الحالة المزاجية لديهم وعلى الرغم من ذلك فانهم لا يستطيعون التوقف عن استخدامه لانهم وصلوا الى مرحلة الادمان .

(11) دراسة رباب الجمال (2013) عن " اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعى فى تشكيل النسق القيمي للشباب السعودى " (34)

استهدفت الدراسة التعرف على حدود وطبيعة وتأثير المواقع الاجتماعية على النسق القيمي الاخلاقى للشباب السعودى . وقد طبقت الباحثة الدراسة على عينة قوامها (600 مفردة) من الشباب السعودى من خلال استخدام مجموعات النقاش المركزة والمسح الميدانى . وكشفت النتائج عن كثافة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعى (72%) وخاصة من خلال التليفون المحمول واحتلت شبكة تويتر المرتبة الاولى ، كما اشارت النتائج الى انخفاض معدل الثقة فى مواقع التواصل الاجتماعى لدى الشباب السعودى حيث اتسم النسق القيمي للشباب بالثبات الى حد ما .

(12) دراسة Thompson, Sharon, et al. (2012) عن "الاختلافات النوعية فى الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعى بين الذكور والاناث " (35)

استهدفت الدراسة الكشف عن الاختلافات النوعية فى الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعى بين الذكور والاناث من طلبة الجامعات بالتطبيق على عينة قوامها (268 مفردة) من طلبة الجامعات للتعرف على معدلات الاستخدام والتاثيرات المحتملة لشبكات التواصل الاجتماعى . وتوصلت الدراسة الى ان (94%) يستخدمون الفييس بوك بانتظام وافاد (80%) منهم انه جزء اساسى من أنشطة حياتهم اليومية وقد ادى هذا الانتظام الى وجود بعض الاعراض السلبية مثل قلة النوم والضغط العصبى والادمان على استخدام شبكات التواصل الاجتماعى .

(13) دراسة جيلان عبد الرازق (2011) عن مواقع شبكات التواصل الاجتماعى كوسائط لاكساب مهارات التعلم الذاتى وسلوك المشاركة المدنية " (36)

تهدف الدراسة الى التعرف على مدى مساهمة مواقع شبكات التواصل الاجتماعى من تمكين الشباب من التعلم الذاتى والمشاركة فى التفاعل مع قضايا المجتمع . وقد تم

تطبيق الدراسة على عينة قوامها (280 مفردة) من طلبة كلية الاعلام جامعة القاهرة وطلبة جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا . وتوصلت الباحثة الى ان موقع الفيس بوك من اكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعى استخداما فى مجال المشاركة المدنية والتواصل مع الاخرين وبنسبة (65%) من عينة الدراسة وذلك بشأن مختلف القضايا والاحداث الاجتماعية وللتعبير عن الراى وتبادل المعلومات , كما تمثلت اهم الاشباع التى تحققت لدى (79.1%) من عينة الدراسة فى دعم العلاقات الاجتماعية القديمة ويجاد علاقات اجتماعية جديدة .

(14) دراسة خالد صلاح الدين (2011) عن " اتجاهات الشباب المصرى نحو شبكات التواصل الاجتماعى على الشبكة العنكبوتية فى اطار نظريه الثراء الاعلامى " (37)

سعت الدراسة الى رصد قياس اتجاهات الشباب المصرى نحو شبكات التواصل الاجتماعى فى اطار نظريه الثراء الاعلامى . وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (420 مفردة) من الشباب المصرى . وتوصلت الدراسة الى ان الشباب المصرى يرون ان شبكات التواصل الاجتماعى هى عالمهم المفضل وان العلاقات الاجتماعية الالكترونية هى اهم سمات العالم المعاصر ، بالاضافة الى وجود اتجاهات ايجابية نحو مكونات الثراء الاعلامى لشبكات التواصل الاجتماعى فيما يتعلق بالمزايا الاتصالية الفريدة لهذه الشبكات .

(15) دراسة عمرو اسعد (2011) عن "العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية " (38)

اعتمدت الدراسة على تطبيق كل من مدخل الاستخدامات والاشباعات ونظريه الحضور الاجتماعى للكشف عن دوافع استخدام شباب الجامعات المصرية لموقعى يوتيوب وفيس بوك وعلاقه هذا الاستخدام بالقيم المجتمعية . وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قدرها (400) مفردة من طلبة الجامعات المصرية . وتوصلت الدراسة الى ان طلبة الجامعات يقضون فترات طويلة على موقعى الفيس بوك واليوتيوب الا انهم يرون ان هذين الموقعين يحويان العديد من السلبيات ابرزها اضاءة الوقت

وانتشار المحتويات الاباحية . وقد اتضح للباحث وجود علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين معدل استخدام الطلبة لموقعى اليوتيوب والفيس بوك وقيمهم الاجتماعية التى تاثرت ايجابيا من حيث زيادة النضج الثقافى اما السلبيات فقد تمثلت فى تقليل مستوى الانتماء الى الوطن وزيادة معدلات الاحباط وقلة الوازع الدينى .

(16)دراسة نشوى عقل (2010) عن " العلاقة بين الوجود الافتراضى لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعى ومستوى تفاعلهم الاجتماعى مع الاخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية(39)

اهتمت الدراسة بمحاولة الكشف عن العلاقة بين الوجود الافتراضى لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعى ومستوى تفاعلهم الاجتماعى مع الاخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية بالتطبيق عل عينة قوامها (370 مفردة) على طلبة الجامعات المصرية الحكومية والخاصة وتوصلت الدراسة الى عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى ومستوى تفاعلهم مع الاخرين كما لم تثبت الدراسة وجود علاقة بين مستوى استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعى ونمط استخدامهم لوسائل الاعلام التقليدية .

(17) دراسة نرمين خضر (2009) عن " الاثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية : دراسة على مستخدمى موقع Facebook"(40)

استهدفت الباحثة الكشف عن الاثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية بالتطبيق على عينة قوامها (136 مفردة) من طلاب الجامعة المصرية والجامعة البريطانية وتوصلت الدراسة الى ان اهم الانشطة التى يمارسها الشباب على شبكة الفيس بوك تتمثل فى مشاهدة البومات الصور الخاصة بالاصدقاء والمشاركة فى مجموعات مختلفة لتبادل الاراء والافكار وعلى الجانب الاخر توصلت الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث فيما يتعلق بالاثار النفسية و الاجتماعية الناتجة عن استخدامهم لموقع الفيس بوك .

(18) دراسة اشرف جلال (2009) عن "اثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للاسرة المصرية والقطرية" (41)

تهدف الدراسة الى الكشف عن اثر العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للاسرة المصرية والقطرية حيث قام الباحث بالتطبيق على عينة عشوائية متعددة المراحل (600 مفردة) موزعة بين مصر وقطر باستخدام الاستقصاء ومجموعات النقاش المركزة . وتوصلت الدراسة الى احتلال الفيس بوك ويوتيوب وماى سبيس الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لدى عينة الدراسة بالاضافة الى وجود علاقة ارتباطية بين مستوى استخدام الشبكات ومستوى العلاقات الاجتماعية التى يكونها الافراد من خلال الانترنت والتى اتسمت بالاستقرار الذى يرتبط بزيادة معدلات الاستخدام لهذه الشبكات .

(19) دراسة حلمى خضر سارى (2008) عن "تأثير الاتصال عبر الانترنت فى العلاقات الاجتماعية" (42)

استهدف الباحث من الدراسة معرفة التأثير الذى يحدثه الاتصال عبر الانترنت فى العلاقات الاجتماعية والتضامن الاسرى والاندماج الاجتماعى فى المجتمع القطرى من خلال التطبيق على عينة من الشباب القطرى (471 مفردة) . وتوصلت الدراسة الى ارتفاع نسبة تأثير الانترنت على الاتصال الشخصى بنسبة (44%)، كما ان الاتصال عبر الانترنت ادى الى تكوين علاقات قوية وحميمية بين الجنسين وخاصة الذكور . وعل الجانب الاخر اكد (54%) منهم ان استخدام الانترنت يقلل من التفاعل الاسرى ويخلق حالة من الاغتراب النفسى والاجتماعى وافاد (67%) من عينة الدراسة ان الانترنت يساعد على الاتصال بذويهم البعيدين مما جعلهم يشعرون بالقرب النفسى منهم على الرغم من البعد المكاني .

التعليق العام على الدراسات السابقة :-

من خلال المراجعة للدراسات السابقة استخلصت الباحثة مايلى :-

-اهتمام اغلب الدراسات التى تناولت علاقة المغتربين المصريين بالاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعى بالتأثيرات السياسية من حيث اكتساب معلومات ,مشاركة سياسية او معرفة سياسية ولعل هذا ارتبط بمحاولة مواكبة الاحداث السياسية التى مرت بها مصر وبذلك فان التأثير الاجتماعى لهذه الشبكات على فئة المغتربين المصريين لم ينال بقدر من الدراسة .

-اهتمت معظم الدراسات السابقة بمحاولة التوصل الى نتائج حول التأثيرات المختلفة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعى على عينات متنوعة من الجمهور مثل التأثيرات الاجتماعية والثقافية والنفسية والصحية ورصدت ايجابيات وسلبيات متنوعة لهذه لشبكات , كما اتفقت اغلب نتائجها على الاستخدام المكثف من جانب العينات المتنوعة لشبكات التواصل الاجتماعى وخاصة الفيس بوك , الا ان عينات هذه الدراسات ركزت بصفة اساسية على الشباب وندرت الدراسات التى تناولت جماهير متنوعة او فئات خاصة مثل فئة المغتربين المصريين .

-استفادت الباحثة من مراجعة هذه الدراسات فى بناء الفروض والتساؤلات الخاصة بالدراسة الحالية وتصميم الاداة البحثية بالاضافة الى تحليل النتائج العامة للدراسة والتعرف على اهم النتائج المختلفة والمتشابهة مع هذه الدراسات فالعلم دائما ما يبدا من حيث ينتهى الاخرون .

-تساؤلات الدراسة :-

1-ما هى اهم شبكات التواصل الاجتماعى التى يعتمد عليها المغتربون المصريون فى الخارج ؟

2-ما معدلات استخدام المغتربين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى ؟

3-ما درجات اعتماد المغتربين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى ؟

- 4- ما دوافع اعتماد المغتربين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى ؟
 - 5- ما التأثيرات الناتجة عن اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى فى الحياه العامة ؟
 - 6- ما درجات النشاط التفاعلى للمغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى ؟ وماهى انماط عذا التفاعل ؟
 - 7- ما اهم اتجاهات المغتربين المصريين نحو التأثيرات الاجتماعية الايجابية والسلبية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى ؟
- فروض الدراسة :-**

- 1- توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين معدلات استخدام المغتربين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد عليها فى الحياه العامة .
- 2- توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين معدلات دوافع الاعتماد لدى المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى (الفهم الذاتى - الفهم الاجتماعى - توجهه التفاعل - التسليه الانعزالية) ومعدلات الاعتماد عليها .
- 3- توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات التأثيرات الناتجة عن الاعتماد (التأثيرات المعرفيه-التأثيرات الوجدانيه-التأثيرات السلوكية .
- 4- توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى واتجاهاتهم نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامها والاعتماد عليها .
- 5- توجد علاقة ارتباطيه دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات النشاط التفاعلى من خلال هذه الشبكات .

6-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع,الدخل الشهرى,عدد سنوات الإقامة) .

7--توجد فروق ذات دلالة احصائية بين تأثيرات الاعتماد الناتجة عن شبكات التواصل الاجتماعى وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع,الدخل الشهرى,عدد سنوات الإقامة) .

8- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع الاعتماد لدى المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع,الدخل الشهرى,عدد سنوات الإقامة)

الاجراءات المنهجية للدراسة :-

ا- نوع الدراسة ومنهجها :-

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية واستخدمت الباحثة منهج المسح الوصفى لوصف وتحليل اتجاهات المغتربين المصريين فى المملكة العربية السعودية نحو التأثيرات الاجتماعية لاعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعى .

ب-عينة الدراسة :-

تم تطبيق الدراسة باسلوب العينة العشوائية المتاحة وبلغت (200 مفردة) من الافراد المغتربين المصريين فى المملكة العربية السعودية (المنطقة الشرقية نموذجا) وفيما يلى وصفا لعينة الدراسة .

جدول رقم (1)

وصف عينة الدراسة

خصائص عينة الدراسة (ن=200 مفردة)			
النوع	ك	%	
النوع	ذكر	110	55
	أنثى	90	45
العمر	من 25 الى 30 سنة	73	36.5
	من 30 الى 40 سنة	76	38
	من 40 الى 50 سنة	45	22.5
	50 سنة فأكثر	6	3
المستوى التعليمي	متوسط	32	16
	بكالوريوس	137	68.5
	دراسات عليا	31	15.5
عدد سنوات الإقامة فى الخارج	اقل من سنة	25	12.5
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	25
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	22.5
	خمس سنوات فأكثر	80	40
الدخل الشهري للفرد او الأسرة	اقل من 5000 ريال	72	36
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	44.5
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	17.5
	من 15 الف ريال فأكثر	4	2
الحالة الاجتماعية	أعزب	45	22.5
	متزوج	151	75.5
	مطلق	4	2

ج- اداة جمع البيانات :-

قامت الباحثة بتصميم صحيفة استقصاء بالمقابل (100 مفردة) واستخدام الاستبيان الالكتروني (100 مفردة) من خلال ادراج الصحيفة على صفحات الفيس بوك الخاصة بتجمع المصريين فى مدينة الدمام ومدينة الاحساء ومدينه الخبر وقد تم اعداد الصحيفة وفقا لاهداف الدراسة وتم ترجمتها لمجموعة من الاسئلة والمقاييس داخل الاستمارة كما تم مراجعتها منهجيا وعرضها على مجموعة من المتخصصين والمحكمين .

د- اختبار الصدق والثبات :-

-اختبرت الباحثة صدق الاستمارة من خلال عرضها على عدد من المحكمين وتم تعديل بعض البنود بناء على ما ابدوه من ملاحظات

تم اجراء اختبار قبلى Pre-test على عينة تمثل 10% من حجم العينة الاصلى وهى (20 مفردة) وتم تعديل بعض المقاييس والبدائل والاسئلة لتسهيل الفهم والاستجابة .

-بالنسبة لاختبار الثبات قامت الباحثة باجراء اعادة تطبيق الاستمارة على (10%) من عينة الدراسة بعد اسبوعين من التطبيق الاول , وبلغت نسبة الثبات (89%) وهى نسبة جيدة يمكن الوثوق بها .

ه-المعالجة الاحصائية للبيانات :-

بعد الانتهاء من مرحلة جمع البيانات ومراجعة المكتبية للاستمارات تم الترميز والادخال على الحاسب الالى لتحليل البيانات واستخراجها باستخدام برنامج SPSS وتم استخدام المعاملات الاحصائية الاتية :-

-النسب المئوية ,المتوسط الحسابى ,الانحراف المعياري .

-الاوزان المئوية .

-الوزن المرجح .

-معامل ارتباط بيرسون

-تحليل التباين ذو البعد الواحد ONE WAY ANOVA والاختبارات البعدية

Pot Hoc tests

- اختبار ت T.test

-ومتغيرات الدراسة والمقاييس المستخدمة :-

اعتمدت الباحثة على المقاييس الاتية :-

-مقياس معدلات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى

يتكون من الأسئلة حول عدد الايام خلال الاسبوع وعدد الساعات التى يقضيها المبحوث فى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى وجاءت درجات المقياس من (2-8) وتم تقسيمها الى ثلاث مستويات,استخدام منخفض(2-3)-استخدام متوسط (4-6)-استخدام مرتفع (7-8) .

-مقياس معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى:

يتكون من السؤال (4) من خلال تحديد مجموعة من العبارات (8 عبارات) تقيس كل عبارتين مستوى معين من مستويات الاعتماد من خلال اجابه المبحوث بالموافقه او المحايد او المعارضه (حيث يكون الاعتماد المرتفع (8- 10) للعبارات 1، 2-الاعتماد المتوسط (8- 10) للعبارات 3، 4-الاعتماد المنخفض (8- 10) للعبارات 5، 6-عدم اعتماد (8- 10) للعبارات 7، 8.

-مقياس دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى:

ويتكون من السؤال (5) من خلال تحديد مجموعة من العبارات التى تقيس دوافع الاعتماد (10 عبارات) تقيس كل عبارتين استجابة المبحوث بالاجابه على مقياس ليكرت لكل دافع من الدوافع الخاصة بالاعتماد (دافع الفهم الذاتى عبارة -دافع الفهم الاجتماعى عبارة -دافع توجيه الفعل عبارة -دافع توجيه التفاعل عبارة دافع التسلية الانعزالية عبارة . مدي المقياس (0- 2) لكل فئة حيث يكون دافع منخفض (0)-دافع متوسط (1)دافع مرتفع (2).

-مقياس تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى:

ويتكون هذا المقياس من السؤال (6) من خلال تحديد مجموعة من العبارات التى تقيس تأثيرات الاعتماد (12 عبارة) تقيس كل عبارتين استجابة المبحوث بالاجابه على مقياس ليكرت لكل فئة من فئات التأثيرات الخاصة بالاعتماد التأثيرات الادراكية عبارة والتاثيرات الوجدانية عبارة والتاثيرات السلوكية عبارة بحيث يكون مدي المقياس (6- 30) لكل فئة، تأثير منخفض (6-13)-تأثير متوسط (14-22)-تأثير مرتفع (23-30)

-مقياس تكوين الاتجاهات نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعى:

ويتكون هذا المقياس من السؤال رقم (10) واشتمل على مجموعة من العبارات التى تقيس الاتجاهات نحو الاثار الايجابية(8عبارات) والاتجاهات نحو الاثار

السلبية(8عبارات) باستخدام مقياس ليكرت ليكون مدى المقياس (8-40) معارض (8-18) -محايد (19-29) -موافق (30-40).

-مقياس درجة النشاط فى التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعى:

ويتكون هذا المقياس من السؤال رقم (7) من خلال استجابة المبحوث للاجابة على مجموعة من العبارات (6عبارات) باستخدام مقياس ليكرت بحيث تقيس كل عبارتين مستوى معين من مستويات النشاط , نشط جدا (8- 10) للعبارات 1، 2-متوسط النشاط (8- 10) للعبارات 3، 4-غير نشط (8- 10) للعبارات 5، 6.

نتائج الدراسة :-

قامت الباحثة باستعراض نتائج الدراسة من خلال محورين رئيسيين :-

اولا :-النتائج العامة للدراسة

ثانيا :-نتائج اختبارات الفروض

اولا :-النتائج العامة للدراسة

1-أهم شبكات التواصل الاجتماعى التى يعتمد عليها المغتربون المصريون فى المملكة العربية السعودية:-

جدول رقم (2)

يوضح أهم شبكات التواصل الاجتماعى التى يعتمد عليها

المغتربين المصريين فى المملكة العربية السعودية

شبكات التواصل الاجتماعى	ك	%
فيس بوك	178	89
واتس أب	153	76.5
يوتيوب	56	28
تويتر	28	14
انستجرام	18	9
لاين	12	6
ماي سبيس	3	1.5
ايمو	3	1.5
تاجو	3	1.5
شات اون	3	1.5
اخرى (1)	2	1

ن=200

-يتضح من بيانات الجدول السابق ان شبكة الفيس بوك قد احتلت الصدارة فى الاستخدام من جانب مفردات العينة حيث اشار 80% من مفردات العينة انها من افضل الشبكات بالنسبة لهم تلى ذلك تطبيق الواتس اب فى المرتبة الثانية وبنسبة 76.5%. ووردت شبكة اليوتيوب فى المرتبة الثالثة وبنسبة 28% تلتها تويتر بنسبة 14% ثم تطبيق انستجرام فى المرتبة الخامسة تلى ذلك استخدام تطبيق لاين للمكالمات واخيرا ورد استخدام بعض التطبيقات بنسب ضئيلة مثل ماى سبيس وايمو وتانجو وشات اون

2-العلاقة بين متغير الشبكات الاجتماعية التى يعتمد عليها المبحوث و المتغيرات الديموجرافية (النوع-الدخل -مدة الإقامة فى المملكة):-

جدول رقم (3)

يوضح العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعى التى يعتمد عليها المبحوث ومتغير النوع

الشبكات الاجتماعية	قيمة معامل بيرسون	مستوي المعنوية
فيس بوك	0.093	0.190
تويتر	0.041	0.569
واتس أب	0.122	0.085
يوتيوب	0.040	0.571
انستجرام	0.067	0.348
لاين	-0.017	0.812

جدول رقم (4)

يوضح العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعى التى يعتمد عليها المبحوث ومتغير الدخل

الشبكة	قيمة معامل بيرسون	مستوي المعنوية
فيس بوك	-0.066	0.352
تويتر	-0.018	0.805
واتس أب	-0.012	0.861
يوتيوب	-0.128	0.070
انستجرام	-0.054	0.446
لاين	0.102	0.150

جدول رقم (5)

يوضح العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعى التي يعتمد عليها المبحوث ومتغير عدد سنوات الإقامة

الشبكة	قيمة معامل بيرسون	مستوي المعنوية
فيس بوك	0.123-	0.083
تويتر	0.030-	0.676
واتس أب	0.019-	0.792
يوتيوب	0.038	0.598
انستجرام	0.020-	0.783
لاين	0.075-	0.292

- يتضح من خلال بيانات كل من جدول (3), (4), (5) انه من خلال استخدام معامل ارتباط بيرسون للكشف عن العلاقة بين كل من متغير النوع, الدخل و عدد سنوات اقامة المغترب فى المملكة العربية السعودية ومتغير الشبكات الاجتماعية التي يعتمد عليها المبحوثون اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بينهم مما يعنى ان تفضيل انواع معينة من الشبكات الاجتماعية لم يرتبط باى من المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة .

3- معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعى لدى المغتربين المصريين فى المملكة العربية السعودية

جدول رقم (6)

يوضح معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعى لدى المغتربين المصريين

معدلات الاستخدام	ك	%
مرتفع	152	76
متوسط	39	19.5
منخفض	9	4.5
الإجمالي	200	100

-يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع معدلات استخدام المغتربون المصريون لشبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت نسبة الاستخدام المرتفع(76 %) تلا ذلك الاستخدام المتوسط بنسبة(19.5%) واخيرا انخفضت بشدة نسبة الاستخدام المنخفض لهذه الشبكات .

-وتتنفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات التى توصلت الى كثافة استخدام المغتربين المصريين والعديد من فئات الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعى وخاصة الفيس بوك مثل دراسة Al-sebaei,Maisoon (2014) التى توصلت الى ارتفاع نسبة استخدام المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعى للحفاظ على العلاقات القوية مع ذويهم , دراسة كل من Bourgeois, Amand (2014) ودراسة Sharon, Thompson (2012) التى توصلنا الى ان (94%) يستخدمون الفيس بوك بانتظام وهو جزء اساسى من انشطة حياتهم اليومية وتوصل سيد الجعفرى (2012) الى ارتفاع نسبة تعامل المصريين فى المملكة مع الفيس بوك خلال فترة انتخابات الرئاسة, وتشير دراسة عمرو اسعد (2011) الى ان طلاب الجامعات يقضون اوقاتا طويلة على المواقع الاجتماعية وايضا توصل احمد يونس (2011) (43) الى ان شبكة الفيس بوك من اكثر الشبكات الاجتماعية استخداما وتفاعلا من جانب المبحوثين, كما اشارت دراسة كل من اشرف جلال (2009) جيلان عبد الرازق (2011) الى ان موقع الفيس بوك من افضل المواقع استخداما لدى الاسر المصرية والقطرية والشباب واكد M.Eberhard, David (2007) (44) الى ان (92%) من طلاب الجامعة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعى وخاصة الفيس بوك, وعلى الجانب الاخر اختلفت نتيجة الدراسة فى هذا الصدد مع بعض الدراسات التى تصدر فيها تويتر المرتبة الاولى من حيث الاستخدام مثل دراسة كل من Korkmaz,Murat (2014) ودراسة الجمال, رباب (2013) التى توصلنا الى كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعى لدى عينة الدراسة ولكن تصدرتها شبكة تويتر وبنسبة (55%) تلاها الفيس بوك, ودراسة عقل, نشوى (2010) والتى توصلت الى ان معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعى كان متوسطا وبنسبة (63.2%) كما توصلت دراسة سهير صالح (2001) الى ان استخدام الشباب لادوات التفاعل الاجتماعى كانت متوسطة وجاء البريد الالكترونى فى مقدمة ادوات التفاعل فى حين ورد الفيس بوك فى المرتبة الرابعة بالنسبة للمواقع التفاعلية التى يستخدمها المبحوثون .

4-درجات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى :-

جدول رقم (7)

يوضح درجات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى لدى المبحوثين

درجات الاعتماد	ك	%
مرتفع	158	79
متوسط	37	18.5
منخفض	5	2.5
الإجمالى	200	100

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع معدلات اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت نسبة الاعتماد المرتفع 79% من اجمالى عينة الدراسة تلا ذلك الاستخدام المتوسط وبنسبة 18.5% ثم الاعتماد المنخفض وبنسبة 2.5%. مما يعكس مدى اهمية هذه الشبكات الاجتماعية لدى المغتربيى المصريين المقيمين فى المملكة العربية السعودية .

-وقد اختلفت نتائج الدراسة فى هذا الصدد مع دراسة نشوى عقل (2010) والتي توصلت الى ان معدل الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى لدى الشباب الجامعى يتم بدرجة متوسطة بنسبة (65.9%) .

5-دوافع اعتمادالمغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى:-

جدول رقم (8)

يوضح دوافع اعتمادالمغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى

دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى	ك	%
الفهم الذاتى	مرتفع	24
	متوسط	59
	منخفض	117
الفهم الاجتماعى	مرتفع	27
	متوسط	109
	منخفض	64
توجيه الفعل	مرتفع	30
	متوسط	55
	منخفض	115
توجيه التفاعل	مرتفع	53
	متوسط	114
	منخفض	33
التسلية الانعزالية	مرتفع	33
	متوسط	74
	منخفض	93

يتضح من بيانات الجدول السابق مايلى :-

-جاء دافع توجيه التفاعل من اعلى معدلات دوافع الاعتماد حيث بلغت نسبته (53%) من حيث استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعى نحو الاشخاص ذوى العلاقة الوثيقة بالفرد مثل الاسرة والاصدقاء والزملاء وتمثل هذا الدافع فى تسهيل التواصل والتفاعل مع الاهل والاصدقاء من خلال المحادثات الخاصة وبلغت نسبته (80%) من دوافع استخدام هذه الشبكات لدى المغتربين المصريين باعتبارها الوسيلة المثلى لتحقيق تواصلهم مع الاهل والاصدقاء فى ارض الوطن .

-ورد دافع التسلية الانعزاليه فى المرتبة الثانية وبنسبة (33%) من اجمال الدوافع وتمثل هذا الدافع فى التسلية وقضاء وقت الفراغ والهروب من الواقع المحيط .

-جاء دافع توجيه الفعل فى المرتبة الثالثة وبنسبة (30%) مثل تكوين الاراء نحو الاحداث واتخاذ القرارات الهامه اما دافع الفهم الاجتماعى فقد ورد فى المرتبة الرابعة وبنسبة (27%) من خلال معرفة اخبار مصر واخيرا الفهم الذاتى بنسبة (24%) من خلال اكتساب المهارات الذاتية وتعبير المبحوث عن ذاته من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعى .

-وتتفق نتيجة الدراسة فى هذا الصدد مع دراسة نشوى عقل (2010) والتي توصلت الى ان اهم دوافع الشباب لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعى تمثلت فى التواصل مع الاهل والاصدقاء و دراسة احمد فاروق رضوان (2012) التي توصلت الى ان دوافع اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى تمثلت فى وجود امكانية للتفاعل مع ما ينشر ومع الاخرين سواء بالتعليق او مشاركة الاخبار والتعليقات وايضا دراسة هبه شاهين (200) (45) التي توصلت الى ارتفاع ابعاد الفهم الاجتماعى وتوجيه التفاعل لدى الشباب الجامعى المستخدم للمواقع الاذاعية والتليفزيونية فى حين اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة نها العبد (2009) والتي توصلت الى ان دوافع الاعتماد لدى المبحوثين تمثلت فى الفهم الاجتماعى بالدرجة الاولى.

6-تأثيرات الاعتماد علي شبكات التواصل الاجتماعي:-

جدول رقم (9)

تأثيرات الاعتماد علي شبكات التواصل الاجتماعي

تأثيرات الاعتماد علي شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
تأثيرات معرفية	مرتفع	123
	متوسط	74
	منخفض	3
تأثيرات وجدانية	مرتفع	86
	متوسط	104
	منخفض	10
تأثيرات سلوكية	مرتفع	74
	متوسط	115
	منخفض	11

-اسفرت نتائج الدراسة عن ارتفاع نسبة التأثيرات المعرفية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة حيث وردت في المرتبة الاولى و بلغت نسبتها (61.5%) من اجمالى تأثيرات الاعتماد والتي من ابرزها معرفة الاخبار والاحداث السياسية فى المجتمع المصرى بوزن نسبى قدره(85.9) ثم تعلم الافكار الجديدة واساليب الحياة بوزن نسب قدره (79.2) تلا ذلك ادراك ثقافات وعادات وتقاليد المجتمعات الاخرى بوزن نسبى (77.3).

-وردت التأثيرات الوجدانية للاعتماد فى المرتبة الثانية وبنسبة (43%) ومن ابرزها الشعور بالثقة بالنفس بوزن نسبى (70.8) ثم الشعور بالذات والقدره عن التعبير بوزن نسبى (69.4) ثم الشعور بالراحة والامان بوزن نسبى (65) واخيرا العزلة عن المجتمع بوزن نسبى (58.6) .

-جاءت التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على الشبكات الاجتماعية فى المرتبة الثالثة وبنسبة (37%) ومن ابرزها المشاركة فى استطلاعات الراى العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبى (68) تلا ذلك القيام بامداد اجهزة الاتصال بكل الوسائط الحديثة لتحقيق اكبر قدر من التواصل بوزن نسبى قدره(67.4) واخيرا الدخول فى مجموعات جديدة وتكوين مجموعات تواصل من خلال الشبكات الاجتماعية وبوزن نسبى قدره(65.5).

-وتتفق النتائج السابقه مع دراسة هبه شاهين (2006) والتي توصلت الى ارتفاع نسبة التأثيرات المعرفية والسلوكية لاعتماد الشباب على المواقع الاذاعية والتلفزيونية . ودراسة سهير صالح (2001) والتي توصلت الى ان التأثيرات المعرفية جاءت على رأس التأثيرات التفاعليه للشباب من خلال الانترنت , ودراسة احمد فاروق رضوان (2012) والتي توصلت الى ارتفاع قيمة المتوسطات الحسابية لعبارات قياس التأثير المعرفى لوسائل الاعلام .

7-درجات النشاط في التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي:-.

جدول رقم (10)

درجات النشاط في التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي

درجات النشاط في التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
مرتفع	145	72.5
متوسط	55	27.5
المجموع	200	100

-يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع معدلات النشاط التفاعلى لدى عينة الدراسة من خلال شبكات التواصل الاجتماعى وبنسبة(72.5%)تلا ذلك التفاعل بدرجة متوسطة وبنسبة (27.5%) ولم يرد اى استجابات لدى المبحوثين بالنسبة للتفاعل بمعدلات منخفضة او عدم التفاعل من خلال شبكات التواصل الاجتماعى .

-اتفقت نتائج الدراسة فى هذا الصدد مع دراسة نشوى عقل (2010) والتي توصلت الى ان النسبة الاكبر من المبحوثين يتمتعون بمستوى عال من التفاعل الاجتماعى من خلال شبكات التواصل الاجتماعى . ودراسة احمد فاروق رضوان (2012) التي توصلت الى ارتفاع نسبة المشاركات من خلال شبكات التواصل من خلال مشاهدة ملفات الفيديو .

8-انماط التفاعل التى يقوم بها المغتربون المصريون من خلال شبكات التواصل الاجتماعى:-

جدول رقم (11)

يوضح انماط التفاعل التى يقوم بها المغتربون المصريون من خلال شبكات التواصل الاجتماعى

انماط التفاعل	ك	%
اضافة "يعجبني"	171	85.5
المشاركة من خلال تعليق.	150	75
المشاركة بالصور	114	57
المشاركة بمقاطع الفيديو.	77	38.5
الدخول الى رابط معين	57	28.5
طرح موضوع للنقاش.	52	26
اجراء تصويت حول موضوع معين.	32	16

ن=200 مفردة

تشير النتائج من خلال بيانات الجدول السابق الى ان عينة الدراسة تستخدم كل انماط التفاعل من خلال شبكات التواصل الاجتماعى وان اختلفت النسب حيث ورد نمط اضافة يعجبني like للمحتوى من خلال شبكات التواصل الاجتماعى قد ورد فى المرتبة الاولى وبنسبة (85.5%) تلا ذلك المداخلة من خلال التعليقات وبنسبة (75%) ثم المشاركة بالصور وبنسبة (57%) ثم المشاركة بمقاطع الفيديو بنسبة (38.5%).

-ورد الدخول فى روابط من خلال شبكات التواصل الاجتماعى فى المرتبة الخامسة تلا ذلك طرح موضوعات للنقاش واخيرا اجراء تصويت حول موضوعات متنوعة من خلال شبكات التواصل الاجتماعى .

-اشار (46%) من عينة الدراسة ان تفاعلهم الاجتماعى يتم من خلال المجموعات الافتراضية المفتوحة والمغلقة مما يدل على كثافة الاستخدام والتعرض للشبكات الاجتماعية من جانب عينة الدراسة .

-وقد اختلفت نتيجة الدراسة فى هذا الصدد مع دراسة رضوان ،فاروق احمد (2010) والتي توصلت الى ان اغلب المشاركات التفاعليه لعينة الدراسة تمثلت فى مشاهدة ملفات الفيديو والمشاركة بالاخبار وتحميل الملفات والصور .

9-اتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى:-

جدول رقم (12)

اتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى

الاتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى	ك	%	
الاتجاه نحو الأثار الايجابية	موافق	67	33.5
	محايد	65	32.5
	معارض	68	34
الاتجاه نحو الأثار السلبية	موافق	67	33.5
	محايد	62	31
	معارض	71	35.5

- ارتفاع نسبة كل من اتجاهات المبحوثين الايجابية والسلبية نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى .وفيما يلى توضيح لاهم التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعى لدى المغتربين المصريين وفقا لاتجاهاتهم نحوها .

9-اتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات الاجتماعية الايجابية لشبكات التواصل الاجتماعى :-

-جاء دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تقليل الاحساس بالغربة والبعد عن الاهل والاصدقاء فى المرتبة الاولى ووبوزن نسبى (84.7)تلا ذلك توطيد العلاقات الاجتماعية القديمة فى المرتبة الثانية ووبوزن نسبى (83.9) ثم الوعى الاجتماعى فى المرتبة الثالثة ووبوزن نسبى (81.2) .

-جاء تكوين العلاقات الاجتماعية الجديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعى فى المرتبة الرابعة ووبوزن نسبى (81.1) تلا ذلك المساعدة على التكيف مع المجتمع الجديد

وبوزن نسبى (76.3) ثم المساعدة على التفاعل الاجتماعى مع الافراد اكثر من الواقع بوزن نسبى (74) ثم تحقيق القبول الاجتماعى واكتساب الافراد القيم والمهارات والسوكيات الايجابية .بوزن نسبى متقارب (72) .

-الاتجاهات نحو التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى :-

جاءت دور الشبكات الاجتماعية فى الترويج للشائعات فى المجتمع فى المرتبة الاولى وبوزن نسبى (85.5) تلا ذلك تاييد نسبة كبيرة من المبحوثين الى ان كثافة استخدام هذه الشبكات تؤدى الى ادمانها وبوزن نسبى (82.6) اما اهدار الوقت فقد ورد فى المرتبة الثالثة وبوزن نسبى (76.3) تلا ذلك اتجاهات مؤيدة من جانب عينة الدراسة بالتاثير السلبى لشبكات التواصل الاجتماعى فى تقليل الترابط بين افراد الاسرة وحدوث اضطرابات ذهنية كتشتت الانتباه والتوتر العصبى وبوزن نسبى متساوى (71.4) واخيرا جاء اكتساب السلوكيات السلبية من خلال شبكات التواصل الاجتماعى وتسببها فى اصابة الافراد بالاحباط بوزن نسبى متقارب(67.1) .

-وتتنفق نتائج الدراسة فى هذا الصدد مع العديد من الدراسات الاجتماعية والاعلامية التى تناولت الاثار الاجتماعية الايجابية لشبكات التواصل الاجتماعى مثل دراسة عبد الكريم الديبسى وزهير ياسين (2013) ,دراسة حلمى سارى (2008) والتى توصلنا الى ان شبكات التواصل الاجتماعى ساعدت الافراد على التواصل مع الاقارب والاصدقاء مما ساعد على القرب النفسى .كما اتفقت ايضا مع كل من دراسة محمد سليم الزبون (2014) ودراسة اشرف جلال (2009) , جيلان عبد الرازق (2011) ,Elison et al Nicole, (2014) من حيث دور شبكات التواصل الاجتماعى فى توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية وتعزيز العلاقات الاجتماعية القائمة .

وعلى الجانب الاخر اتفقت ايضا نتائج الدراسة فى اتجاهات المبحوثين نحو مجال التأثيرات الاجتماعية السلبية مثل دراسة Thompson, Sharon (2012) ودراسة عبد الكريم الديبسى (2013)التى توصلنا الى ان اهم التأثيرات السلبية تتمثل فى اهدار الوقت والجهد وتشويه الحقائق وقلة النوم والضغط العصبى والادمان على شبكات التواصل الاجتماعى .

ويمكن ان نلاحظ اختلاف فى الترتيب للتأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعى بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة كما ان الدراسة الحالية اتسع فيها المجال للتوصل الى العديد من التأثيرات الاجتماعية للشبكات الاجتماعية من خلال اتجاهات المبحوثين وهى بذلك تعد اضافة جديدة الى الدراسات السابقة حول التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعى فى حياة الافراد .

نتائج اختبارات فروض الدراسة

الفرض الاول :- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات استخدام المغتربين المصريين فى الخارج لشبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد عليها فى حياته العامة

جدول رقم (13)

العلاقة بين معدلات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد عليها

قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
0.369	0.029

-تشير النتائج الى انه باستخدام معامل الارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدلات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد عليها حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.29) وهى علاقة طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.369) مما يعنى أنه كلما زادت معدلات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى زادت معها معدلات اعتمادهم عليها، والعكس بالعكس، فكلما نقصت معدلات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى نقصت معها معدلات اعتمادهم عايتها. وعلي هذا يكون كثيفو الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعى أكثر اعتماداً عليها من قليلو الاستخدام مما يبرز الدور الهام لهذه الشبكات فى حياة المغتربين المصريين فى الخارج .

-وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الاول من حيث وجود علاقة ارتباطية داله احصائيا بين معدلات استخدام المغتربين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد على هذه الشبكات فى حياتهم فى الخارج .

الفرض الثانى :- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دوافع الاعتماد لدى المغتربين المصريين فى الخارج على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد عليها.

جدول رقم (14)

العلاقة بين معدلات دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد عليها

دوافع الاعتماد	قيمة معامل بيرسون	مستوي المعنوية
الفهم الذاتى	-0.087	0.219
الفهم الاجتماعى	0.472	0.000
توجيه الفعل	-0.014	0.846
توجيه التفاعل	0.480	0.000
التسلية الانعزالية	0.356	0.000

-تشير النتائج حول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع الاعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد عليها كالاتى :-

-دافع الفهم الذاتى :-

لم تتضح وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دافع الفهم الذاتى ومعدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (0.219) وقيمة معامل بيرسون (-0.087).

-دافع الفهم الاجتماعى :-

اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين دافع الفهم الاجتماعى ومعدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.000) وهى علاقة ارتباطية طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.472) مما يعنى انه كلما ارتفعت معدلات دافع الفهم الاجتماعى لدى الافراد كلما ازادت درجات اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعى فى حياتهم فى الخارج .

-دافع توجيه الفعل :-

عدم وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات دافع توجيه الفعل ومعدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (0.846) وبلغت قيمة معامل بيرسون (-0.014).

-دافع توجيه التفاعل :-

وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات دافع توجيه التفاعل ومعدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.000) وهى علاقة ارتباطية طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.480) بمعنى انه كلما زادت معدلات دافع توجيه التفاعل كلما ازادت معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى .

-دافع التسلية الانعزاليه :-

وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات دافع التسلية الانعزاليه ومعدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.000) وهى علاقة ارتباطية طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.356) فكلما زادت معدلات دافع التسلية كلما زادت معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى .

-وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الثانى من حيث وجود علاقة ارتباطية داله احصائيا بين دوافع اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات الاعتماد على هذه الشبكات بالنسبة لكل من دافع الفهم الاجتماعى , توجيه التفاعل و التسلية الانعزالية فى حين لم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطيه بين كل من دافع الفهم الذاتى وتوجيه الفعل .

الفرض الثالث :- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين فى الخارج على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات التأثيرات الناتجة من الاعتماد.

جدول رقم (15)

العلاقة بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى

ومعدلات التأثيرات الناتجة عن الاعتماد عليها

تأثيرات الاعتماد	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
تأثيرات معرفية	0.205	0.004
تأثيرات وجدانية	0.142	0.046
تأثيرات سلوكية	0.197	0.001

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات تأثيرات الاعتماد المترتبة على ذلك كما يلى :-

-التأثيرات المعرفية :-

وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى والتأثيرات المعرفية المترتبة على ذلك حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.004) وهى علاقة ارتباطية طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.205) مما يعنى انه كلما زاد الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى كلما تحققت تأثيرات معرفية بمعدلات اعلى لدى المبحوثين

-التأثيرات الوجدانية :-

وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى والتأثيرات الوجدانية المترتبة على ذلك حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.046) وهى علاقة طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.142) مما يعنى انه كلما زاد الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى كلما تحققت تأثيرات وجدانية بمعدلات اعلى لدى المبحوثين .

-التأثيرات السلوكية :-

وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى والتأثيرات الوجدانية المترتبة على ذلك حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.001) وهى علاقة طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون

(0.197) مما يعنى انه كلما زاد الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى كلما تحققت تأثيرات سلوكية بمعدلات اعلى لدى المبحوثين .

-وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الثالث من حيث وجود علاقة ارتباطية داله احصائيا بين معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى وكل من التأثيرات المعرفية ,الوجدانية والسلوكية المترتبة عليها .

الفرض الرابع :- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى واتجاهاتهم نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدامها.

جدول رقم (16)

العلاقة بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى واتجاهاتهم نحو التأثيرات الاجتماعية لها على حياتهم العامة بالمملكة

الاتجاه نحو الأثار الاجتماعية	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو الأثار الايجابية	-0.193*	0.027
الاتجاه نحو الأثار السلبية	0.135	0.122

-توصلت نتائج الدراسة الى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى و اتجاهاتهم نحو تأثيراتها الاجتماعية الايجابية حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.27) كما لم تتضح ايضا وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى و اتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات السلبية لهذه الشبكات . مما يعنى ان معدلات الاعتماد لم ترتبط بتحديد اتجاهات المغتربين المصريين نحو تأثيراتها الاجتماعية الايجابية والسلبية .

-وبالتالى فلم تثبت صحة الفرض الرابع من حيث وجود علاقة ارتباطية داله احصائيا بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى و اتجاهاتهم نحو تأثيراتها الاجتماعية الايجابية اوالتأثيرات الاجتماعية السلبية .

الفرض الخامس :- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات النشاط التفاعلى عليها .

جدول رقم (17)

العلاقة بين معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى

والنشاط التفاعلى للمغتربين المصريين

قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
0.212	0.003

-تشير نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات نشاطهم فى التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.003)وهي علاقة طردية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.212) وهذه العلاقة تزيد فى الاتجاهين معاً كما تنقصا معاً، إذ كلما زادت معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى، زادت معها درجة نشاطهم فى التفاعل فالأكثر اعتماداً هم الأكثر نشاطاً، بينما الأقل اعتماداً أقل نشاطاً وتفاعلاً.

-وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الخامس بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى ومعدلات نشاطهم التفاعلى عليها .

الفرض السادس :-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات اعتماد المغتربين المصريين على شبكات التواصل الاجتماعى وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع،الدخل الشهرى , عدد سنوات الإقامة فى الخارج) .ويتفرع من الفرض السادس ما يلى :-

ا- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى ومتغير النوع:-

جدول رقم (18)

اختبارات لدراسة الفروق بين الذكور والاناث من حيث

معدلات اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعى

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوي المعنوية
اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى	ذكر	110	2.69	0.554	2.546	187	0.012
	أنثى	90	2.86	0.352			

تشير بيانات الجدول السابق انه باستخدام اختبار T.test فقد تبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى و النوع حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.012) وهى غير دالة احصائيا عند درجة حرية (187) وبلغ المتوسط الحسابى لاعتماد الذكور على شبكات التواصل الاجتماعى (2.69) والاناث (2.86).

-تنفق الدراسة فى هذا الصدد مع كل من دراسة هبه شاهين (2006) و نها العبد (2009) اللتان توصلتا الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين درجات كثافة الاعتماد وفقا لمتغير النوع .

ب-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى و متغير الدخل الشهرى :-

جدول رقم (19)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين معدلات الاعتماد

على شبكات التواصل الاجتماعى والدخل الشهرى

المتغير	الدخل الشهرى	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجتا الحرية	قيمة ف	مستوي المعنوية
اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى	أقل من 5000 ريال	72	2.65	0.585	3 196	2.168	0.093
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	2.82	0.415			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	2.86	0.355			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	2.75	0.500			
	الإجمالي	200	2.77	0.481			

-تشير النتائج الى انه باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA تبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعى و متغير الدخل الشهري حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.93) وهى غير داله احصائيا وبلغت قيمة ف (2.168) مما يدل على ان متغير الدخل الشهري للمغتربين المصريين لا يرتبط بمعدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى . وهو ما توصلت اليه دراسة شاهين، هبة (2006) ايضا من حيث عدم وجود ارتباط بين كثافة الاعتماد على المواقع الاذاعية والتليفزيونية والمستويات الاقتصادية والاجتماعية للمبحوثين فى حين اختلفت نتيجة الدراسة مع دراسة وليد النجار (2011) (46) والتي توصلت الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مستوى دخل الفرد وزيادة الاعتماد على المواقع الالكترونية لصالح الافراد ذوى الدخل العالى .

ج-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى وعدد سنوات الإقامة بالخارج .

جدول رقم (20)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين معدلات اعتماد المبحوثين

على شبكات التواصل الاجتماعى وعدد سنوات الإقامة بالخارج

المتغير	سنوات الإقامة بالمملكة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجتا الحرية	قيمة ف المعنوية	مستوي المعنوية
اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى	اقل من سنة	25	2.76	0.436	3 196	0.109	0.955
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	2.74	0.527			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	2.76	0.484			
	خمس سنوات فاكثر	80	2.79	0.469			
	الإجمالي	200	2.77	0.481			

-تشير نتائج الدراسة الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.955) وهى غير دالة احصائيا وبلغت قيمة ف (0.109) مما يدل على عدم ارتباط معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعى بالفترة التى يقضيها المغترب المصرى فى

الخارج فمهما كانت مدة اقامته سواء قصيرة او طويلة فان معدلات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لا تختلف .

-وبالتالي فانه يمكن القول بعدم صحة الفرض السادس القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع-الدخل الشهري-عدد سنوات الإقامة في الخارج)

الفرض السابع :- توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماع بحسب المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين ويتفرع من هذا الفرض ما يلي :-

ا:- توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثيرات الاعتماد بحسب النوع :-

جدول رقم (21)

اختبارات لدراسة الفروق بين تأثيرات الاعتماد على شبكات

التواصل الاجتماعي ومتغير النوع

تأثيرات الاعتماد	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوي المعنوية
تأثيرات معرفيه	ذكر	110	2.53	0.537	2.225-	195	0.027
	أنثي	90	2.68	0.489			
تأثيرات وجدانية	ذكر	110	2.31	0.586	1.922-	198	0.055
	أنثي	90	2.47	0.565			
تأثيرات سلوكية	ذكر	110	2.19	0.550	3.475-	195	0.001
	أنثي	90	2.47	0.565			

-تشير النتائج الى انه باستخدام اختبار T.test تبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين التأثيرات المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير النوع فيما يتعلق بكل من التأثيرات الادراكية والوجدانية في حين اتضح وجود فروق ذات دلالة احصائية بين التأثيرات السلوكية للاعتماد والنوع حيث بلغت قيمة مستوى معنوية (0.001). ويتضح ان المتوسط الحسابي للاناث (2.47) اعلى من الذكور (2.19) من حيث التأثيرات السلوكية للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي .

ب:- توجد فروق ذات دلالة احصائية فى تأثيرات الاعتماد بحسب متغير الدخل الشهرى:-

جدول رقم (22)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين تأثيرات الاعتماد على

شبكات التواصل الاجتماعى ومتغير الدخل الشهرى

المتغير	الدخل الشهرى	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجتا الحرية	قيمة F	مستوي المعنوية
التأثيرات المعرفية	أقل من 5000 ريال	72	2.61	0.545	3 196	0.680	0.565
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	2.62	0.489			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	2.57	0.502			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	2.25	0.957			
	الإجمالي	200	2.60	0.521			
تأثيرات وجدانية	أقل من 5000 ريال	72	2.39	0.571	3 196	0.488	0.691
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	2.42	0.540			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	2.29	0.667			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	2.25	0.957			
	الإجمالي	200	2.38	0.581			
تأثيرات سلوكية	أقل من 5000 ريال	72	2.25	0.524	3 196	1.737	0.161
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	2.42	0.540			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	2.20	0.677			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	2.25	0.957			
	الإجمالي	200	2.32	0.572			

تشير نتائج الدراسة الى انه باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA التضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والدخل الشهري للمبحوث .

ج :- توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثيرات الاعتماد بحسب متغير عدد سنوات الإقامة بالخارج:-

جدول رقم (23)

الفروق في تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير عدد سنوات الإقامة بالمملكة

المتغير	عدد سنوات الإقامة بالمملكة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجتنا الحرية	قيمة ف	مستوي المعنوية
تأثيرات معرفية	اقل من سنة	25	2.60	0.500	3 196	0.651	0.583
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	2.68	0.471			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	2.53	0.588			
	خمس سنوات فاكثر	80	2.59	0.520			
	الإجمالي	200	2.60	0.521			
تأثيرات وجدانية	اقل من سنة	25	2.40	0.500	3 196	0.327	0.806
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	2.44	0.501			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	2.38	0.650			
	خمس سنوات فاكثر	80	2.34	0.615			
	الإجمالي	200	2.38	0.581			
تأثيرات سلوكية	اقل من سنة	25	2.28	0.458	3 196	0.272	0.846
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	2.32	0.513			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	2.38	0.614			
	خمس سنوات فاكثر	80	2.29	0.620			
	الإجمالي	200	2.32	0.572			

-اشارت نتائج التحليلات الاحصائية انه باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA التضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين كل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير عدد سنوات الاقامة بالمملكة.

-وبالتالي يمكن القول بعدم صحة الفرض الثامن القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين التأثيرات المترتبة على الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والمتغيرات الديموجرافية (الدخل الشهري - عدد سنوات الاقامة بالمملكة) في حين ثبتت صحة الفرض فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين التأثيرات السلوكية للاعتماد ومتغير النوع وذلك لصالح الاناث عن الذكور.

الفرض الثامن :- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات دوافع اعتماد المغتربين المصريين علي شبكات التواصل الاجتماعي بحسب المتغيرات الديموجرافية الاتية ويتفرع منه:-

أ-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات دوافع اعتماد المبحوثين علي شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير النوع :-

جدول رقم (24)

اختبارات لدراسة الفروق بين الذكور والاناث ومعدلات دوافع اعتماد المبحوثين

علي شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير النوع

الدوافع	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	مستوي المعنوية
الفهم الذاتي	ذكر	110	0.47	0.660	1.392-	198	0.171
	أنثي	90	0.61	0.745			
الفهم الاجتماعي	ذكر	110	0.74	0.631	1.893-	198	0.048
	أنثي	90	0.91	0.664			
توجيه الفعل	ذكر	110	0.51	0.714	1.393-	198	0.167
	أنثي	90	0.66	0.767			
توجيه التفاعل	ذكر	110	1	0.621	2.436-	198	0.017
	أنثي	90	1.22	0.667			
التسلية الانعزالية	ذكر	110	0.63	0.702	1.549-	198	0.127
	أنثي	90	0.79	0.772			

تشير نتائج الدراسة الى انه باستخدام اختبار T.test اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي و متغير النوع بالنسبة لكل معدلات الدوافع فيما عدا دافع توجيه التفاعل فقط حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.17) وهى غير داله احصائيا .

ب- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات دوافع اعتماد المبحوثين علي شبكات التواصل الاجتماعي و متغير الدخل الشهري :

جدول رقم (25)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين معدلات دوافع اعتماد المبحوثين

علي شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير الدخل

الدوافع	الدخل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجتا الحرية	قيمة F	مستوي المعنوية
الفهم الذاتي	أقل من 5000 ريال	72	0.54	0.691	3 196	0.358	0.783
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	0.57	0.721			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	0.43	0.655			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	0.50	1			
	الإجمالي	200	0.54	0.701			
الفهم الاجتماعي	أقل من 5000 ريال	72	0.82	0.635	3 196	0.209	0.890
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	0.84	0.689			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	0.74	0.561			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	0.75	0.957			
	الإجمالي	200	0.82	0.650			
توجيه الفعل	أقل من 5000 ريال	72	0.61	0.723	3 196	0.101	0.959
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	0.56	0.753			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	0.54	0.780			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	0.50	0.577			
	الإجمالي	200	0.58	0.740			
توجيه التفاعل	أقل من 5000 ريال	72	1.17	0.692	3 196	1.392	0.278
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	1.11	0.630			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	0.91	0.612			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	1.25	0.500			
	الإجمالي	200	1.10	0.650			
التسليية الانعزالية	أقل من 5000 ريال	72	0.79	0.711	3 196	0.633	0.594
	من 5000 ريال الى 10000 ريال	89	0.65	0.740			
	من 10000 ريال الى 15 الف ريال	35	0.66	0.802			
	من 15 الف ريال فاكثر	4	0.50	0.577			
	الإجمالي	200	0.70	0.737			

-يتضح من بيانات الجدول السابق انه باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي و متغير الدخل الشهري للمبحوثين.

ج- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين معدلات دوافع اعتماد المبحوثين علي شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير عدد سنوات الإقامة في الخارج.

جدول رقم (26)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين معدلات دوافع اعتماد المبحوثين

علي شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لمتغير الدخل الشهري

الدوافع	سنوات الإقامة بالمملكة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجتا الحرية	قيمة F	مستوي المعنوية
الفهم الذاتي	أقل من سنة	25	0.36	0.638	3 196	0.762	0.516
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	0.62	0.830			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	0.53	0.661			
	خمس سنوات فأكثر	80	0.54	0.655			
	الإجمالي	200	0.54	0.701			
الفهم الاجتماعي	أقل من سنة	25	0.84	0.624	3 196	0.772	0.511
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	0.88	0.718			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	0.69	0.596			
	خمس سنوات فأكثر	80	0.84	0.645			
	الإجمالي	200	0.82	0.650			
توجيه الفعل	أقل من سنة	25	0.44	0.651	3 196	1.038	0.377
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	0.72	0.784			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	0.51	0.727			
	خمس سنوات فأكثر	80	0.56	0.744			
	الإجمالي	200	0.58	0.740			
توجيه التفاعل	أقل من سنة	25	1.16	0.688	3 196	3.180	0.025
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	1.32	0.587			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	0.96	0.638			
	خمس سنوات فأكثر	80	1.03	0.656			
	الإجمالي	200	1.10	0.650			
التسلية الانعزالية	أقل من سنة	25	0.68	0.557	3 196	0.853	0.466
	من سنة الى ثلاث سنوات	50	0.82	0.774			
	من ثلاث الى خمس سنوات	45	0.73	0.780			
	خمس سنوات فأكثر	80	0.61	0.738			
	الإجمالي	200	0.70	0.737			

-تشير النتائج الى انه باستخدام اختبار تحليل التباين ANOVA اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وعدد سنوات اقامة المبحوث في الخارج فيما عدا دافع توجيه التفاعل حيث اتضح من خلال التحليل الاحصائي وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دافع توجيه التفاعل وعدد سنوات الإقامة في المملكة حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.025) وهي داله احصائيا عند درجتى حرية (3,196).

-ولاختبار مصدر التباين في دافع توجيه التفاعل ومتغير سنوات الإقامة بالمملكة لدى المبحوثين ، قامت الباحثة إجراء اختبار LSD البعدي علي النحو التالي:

جدول رقم (27)

المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوي المعنوية
اقل من سنة	من سنة الى ثلاث سنوات	0.160-	0.308
	من ثلاث الى خمس سنوات	0.204	0.201
	خمس سنوات فاكثر	0.135	0.358
من سنة الى ثلاث سنوات	من ثلاث الى خمس سنوات	*0.360	0.006
	خمس سنوات فاكثر	*0.295	0.011
من ثلاث الى خمس سنوات	خمس سنوات فاكثر	0.069-	0.561

-تشير البيانات الاحصائية الى انه باستخدام الاختبارات البعديه تبين وجود فروق داله بين المجموعتين الاتيتين :-

-مجموعة (من سنة الى ثلاث سنوات) مع مجموعة (من ثلاثة الى خمس سنوات)حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.006) وهذا الفرق لصالح المجموعة الاولى حيث بلغت قيمة متوسطها الحسابي (1.32) في حين بلغ للمجموعة الثانية (0.96).

-مجموعة (من سنة الى ثلاث سنوات)مع مجموعة (خمس سنوات فاكثر)حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.011) وهذا الفرق لصالح المجموعة الاولى حيث بلغت قيمة متوسطها الحسابي (1.32) في حين بلغ للمجموعة الثانية (1.03).

مما يعنى ان كلما كانت فترة الاقامة اقل لدى المبحوث (من سنة الى ثلاث سنوات) كلما كان دافع التوجيه التفاعل لديه نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بمعدلات اعلى من المبحوث الذى طالقت فترة اقامته (من ثلاث الى خمس سنوات –ومن خمس سنوات فاكثر) فطول فترة الاقامة يجعله اقل فى هذه الدافع لانه تكيف مع المجتمع الجديد فاصبح الدافع لتوجيه التفاعل من خلال شبكات التواصل الاجتماعى اقل .

-وبالتالى فانه لم تثبت صحة الفرض التاسع القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع الاعتماد لدى المغتربين المصريين فى الخارج على شبكات التواصل الاجتماعى والمتغيرات الديموجرافية (النوع- الدخل الشهري) وعلى الجانب الاخر ثبتت صحة الفرض فيما يتعلق بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين دوافع الاعتماد ومتغير عدد سنوات الإقامة فى الخارج فيما يتعلق بدافع توجيه التفاعل .

مناقشة النتائج:-

تهدف الدراسة الى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعى فى حياه المغتربين المصريين فى الخارج من خلال التعرف على اهم اتجاهاتهم نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن اعتمادهم عليها فى حياتهم فى الخارج وقد اسفرت الدراسة عن العديد من النتائج الهامة من ابرزها كثافة الاستخدام والاعتماد على هذه الشبكات الاجتماعية فى حياة المغترب المصرى حيث تعد اهم الانشطة اليومية التى يمارسها بهدف التفاعل مع الاخرين فى بلد الموطن مصر وخاصة شبكة الفيس بوك وتمثلت الدوافع الخاصة بتوجيه التفاعل والفهم الاجتماعى كابرز دوافع الاعتماد على الشبكات الاجتماعية اما التأثيرات المعرفية فقد تصدرت اهم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد, هذا وقد ترتب على كثافة الاعتماد وجود معدلات عالية من النشاط التفاعلى على هذه الشبكات من خلال التعليقات المستمرة على الاخرين والانضمام فى العديد من المجموعات الافتراضية المغلقة والمفتوحة لتحقيق اقصى قدر من التفاعل وبالتالي فان فئة المصريين لم تكن مختلفة فى معدلات اعتمادها على هذه الشبكات عن غيرها من الفئات الاجتماعية الاخرى فقد اصبح الاستخدام والاعتماد على هذه الشبكات امرا يتسم بالافراط الذى يصل الى حد الادمان وعدم القدرة عن التخلّى عن الاستخدام لهذه الشبكات التى اصبحت

تهدد مجتمعاتنا وقد اتضح ذلك ايضا من خلال نتائج الدراسة حول اتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات الاجتماعية لهذه الشبكات حيث اشارت نسبة كبيرة منهم الى ان الشبكات الاجتماعية لديها كل من التأثيرات الايجابية التى من ابرزها تقليل الاحساس بالغربة وتوطيد العلاقات الاجتماعية اما اهم التأثيرات السلبية فتمثلت فى الترويج للشائعات وادمان الشبكات وتقليل الروابط بين افراد الاسرة , وعلى الرغم من ادراك المغتربون المصريون لهذه التأثيرات من خلال التعبير عن اتجاهاتهم نحوها الا ان نتائج فروض الدراسة لم تثبت وجود علاقة ارتباطية بين معدلات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعى واتجاهاتهم نحو تأثيراتها الاجتماعية مما يدل ان الاعتماد على هذه الشبكات لم يرتبط باتجاهات المبحوثين فالمغترب المصرى يدرك هذه التأثيرات جيدا بصرف النظر عن ارتفاع او انخفاض معدلات الاعتماد عليها .

- اهم التوصيات :-

- 1- التوعية من مخاطر التأثيرات السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعى على المغتربين المصريين فى الخارج باعتبارهم اكثر فئات الاستخدام سواء من حيث المعدلات اليومية وعدد الساعات المكثفة خلال اليوم وفقا لما توصلت اليه الدراسة.
- 2- الاستفادة من كثافة الاستخدام والاعتماد على هذه الشبكات الاجتماعية من جانب المغتربين المصريين فى التواصل المستمر معهم فيما يتعلق بالترويج للمشروعات والحملات الاجتماعية والسياسية بهدف الاصلاح الاقتصادى والاجتماعى للمجتمع المصرى وتقديم الدعم الاجتماعى لهؤلاء الافراد المغتربين ويربطهم بالوطن الام.
- 3- توجيه صناع القرار ومؤسسات المجتمع المدنى باهمية انشاء صفحات قادرة على التفاعل وتلبية الاحتياجات المعرفيه والتوجيه نحو الاثار الاجتماعية السلبية لهذه الشبكات فقد لاحظت الباحثة من خلال الدخول على صفحات الفيس بوك الخاصة بتجمع المغتربين انهم يستخدمون هذه الشبكات فى التواصل فيما بينهم وفقا للحيز الجغرافى الذى يعيشون فيه ولا يرتبط هذا التواصل بالوطن الذى قد يضيف ابعاد هامه تتعلق بالترابط والدعم الاجتماعى .

4- اجراء المزيد من البحوث التحليلية لصفحات التواصل الاجتماعى الخاصة بتجمعات المصريين فى الخارج للتعرف على ارائهم وافكارهم وتوجهاتهم ومشكلاتهم الاجتماعية مما يساهم فى رسم معالم واضحة حول هذه الفئات التى تعيش خارج اطار الوطن ولا تنال قدرا من الاهتمام البحثى .

الهوامش والمراجع:

- (1) احصائيات وبيانات مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى www.tec.wd.com
- www.Alarabiya.net Dec 2014
- (2)نشوى سليمان عقل ،"العلاقة بين الوجود الافتراضى لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعى ومستوى تفاعلهم الاجتماعى مع الاخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية "فى "المجلة المصرية لبحوث الراى العام، العدد العاشر، المجلد الثانى ، 2010) ص ص 237-288
- (3) ميرفت الطرابيشى ،"العوامل المؤثرة فى تعرض الشباب المصرى للمواقع الالكترونية على الانترنت دراسة ميدانية فى "مجلة كلية الاداب " (جمعة حلوان ، العدد السادس، يوليو 1999) ص 481
- (4) سهير صالح ،" استخدام مواقع الانترنت التفاعلية وعلاقته بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصرى " فى "المجلة المصرية لبحوث الراى العام " (المجلد 10-العدد 2-يوليو /ديسمبر 2010) ص ص 289-354
- (5)-رباب الجمال، "دور المواقع الاخبارية الالكترونية فى تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الاحداث السياسية فى مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير . دراسة فى اطار نظرية المجال العام " من خلال الموقع الالكترونى www.dalya6848.blogspot.com
- (6) احصائيات الهيئة العامة للاستعلامات فى مصر www.sis.gov.e Dec 2014
- (7) حسن عماد مكارى ،لبنى حسين السيد "الاتصال ونظرياته المعاصرة " (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004) ص 314
- (8)Defleur ,Melvin & Rokeach,Sandra J.Ball., " *Theories of mass communication* (N.Y: Longman,1989)pp 240-243
- (9) الهام بونس ،"العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الاخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصرى واتجاهاته نحوها .دراسة مسحية" ،"رسالة دكتوراه غير منشورة" (جامعة القاهرة :كلية الاعلام ،قسم الاذاعة والتليفزيون،2010) ص 60
- (10) نهى عاطف العبد ،"اعتماد الراى العام العربى على القنوات الفضائية الاجنبية الموجهة باللغه العربية فى اوقات الازمات .ازمة العدوان الاسرائيلى على غزة نموذجاً "فى " المؤتمر العلمى الخامس للاكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الاعلام "بعنوان "اخلاقيات ممارسة العمل الاعلامى (القاهرة ، الاكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الاعلام،2009)
- (11) الهام بونس " مرجع سابق " ص ص 61
- (12) المرجع السابق ص 69
- (13) Dennis K.Davis&Stanley J.Baran." *Mass communication theories :Foundation,Ferment and Future*"3rdedition"(Australia:Wordsworth,2003)p.321
- (14) الهام بونس " مرجع سابق " ص ص 64-65

(15) احمد فاروق رضوان، " اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الاعلام التقليدية والحديثه كمصدر للمعلومات اثناء ثورة 25 يناير 2011" فى *المجلة المصرية لبحوث الاعلام*، (العدد 39) 129-127

(16) المرجع السابق ص 139

(17) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis " *Mass communication theory* "

(U.S.A:McGraw,2011)pp328-329

(18) حسن عماد مكاوى ، لىلى حسين السيد، " مرجع سابق " ص.314

(19) Bertram,s." Making frams: Testing of framing models of news production " In " *The Annual meeting of the international communication Association* " New Orleans:2004) pp1-10

(20) Maisson O.Al.Sebaci,"Egyptian Diasporas social Media and the 2011 Egyptian revolution : how Egyptians living in Saudi Arabia used social media during the revolution" (*Master of science communication*) " (Grandvalley state university ,2013)

(21) سعديه فوزى خليف ، " دور المواقع الاخباريه فى حصول شباب المغتربين المصريين على المعلومات عن احداث ثورة 25 يناير " *ماجستير غير منشورة* " (جامعة المنصورة :كلية التربية النوعية نقسم الاعلام التربوى ،2013)

(22) رباب الجمال ، " دور المواقع الالكترونية فى تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الاحداث السياسية فى مصر " . *من خلال الموقع الالكترونى* www.dalya6848.blogspot.com

Dec.2014

(23) سيد الجعفرى ، " استخدام المصريين فى الخارج لشبكات التواصل الاجتماعى فى انتخابات الرئاسة المصرية 2012. الفيس بوك نموذجاً " . *من خلال الموقع الالكترونى* www.elshaab.org

Dec.2014

(24) فوزى الهنداوى وزينب عباس ، "تأثير الاعلام الجديد فى العلاقات الاجتماعية. دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة بغداد *البحث مقدم فى المؤتمر العلمى الدولى الاول*، بعنوان " مستقبل الاعلام فى ظل التحولات المجتمعية الراهنه (الاسكندريه ،جامعة فاروس ،كلية الاعلام،2014)

(25) Korkmaz, Murat, Celebi, Nurhayat & Yucel ali , Sedar, "Practical review of the place of Social Networks in our daily life and their effect on today's youth" In "*International Journal of Academic Research*" (Vol. (6), No (1), 2014) p. p.250-261

(26) Elison.Nicole, Vitak, Jessica & Rebecca, Lamp, (2014). Cultivating social resources on Social Network sites: Face relationships maintenance behaviors and their role in social capital processes" *Journal of computer-Meditated Communication.*, 19 (4)855-870

- (27) سليم محمد الزبون و عودة ضيف الله ابو صعيديك ،"الاثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الاطفال في سن المراهقه في الاردن" في "المجلة الاردنية" ،(كلية العلوم التربويه ،العدد(7)،المجلد(2)،2014)225-251.
- (28) Bourgeois,Amand,Bower,Julie&Carroll.Annemaree(2014).Social Networking and the social and emotional wellbeing of adolescents in Australia. *Australian Journal of Guidance&Counselling*.,24 (2)167-1
- (29)Nakayama,Risa,Ai-Koyanagi,Sticklely,Andrew&Tetsuo,Kondo.Social networks and mental health in post-conflict Mitrovica Kosova .(2014) *BMA Public Health* .,14 (1)1-16
- (30)Hanning , Christian H.Zanekow, Nana, Hedtrich, Johannes.Stark, kathrine& Mathlhias .Identifications of direct and indirect social network effects in the pathophysiology of Insulin resistance in obese human subject(2014) *.Plos One*., 9 (4)1-9
- (31) Baek,Young min &Bae,young&Jang,Hyumi Social and Parasocial relationships with users psychological well-being.(2013).*Cyberpsychology Behavior&Social Networking* .,16 (7)512-517
- (32) عبد الكريم الدبيسي و زهير ياسين "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الاردنية في "مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية" ، (الجامعة الاردنية ، عمادة البحث العلمي، العدد(40)، المجلد (1) 2014)
- (33) Farooqi ,Hassan& Patel ,Hamza .Effectts of the Facebook on the life of medical university students(2013) In" *International Archives of Medicine*" Vol. 6,No. 1,2013)p.p.1-16
- (34) رباب الجمال ،"اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل النسق القيمي الاخلاقي للشباب السعودي -دراسة ميدانية " بحث مقدم الى "كرسي الامير نايف بن عبد العزيز للقيم الاخلاقية" (المملكة العربية السعودية جامعة الملك عبد العزيز 2013)
- (35)Thompson, Sharon H.,Laugheed ,Eric, .Frazzled by Facebook? An exploratory study of gender differences in social network communication among undergraduate men and women(2012). *College Student Journal*., 46 (1)88-98
- (36) عبد الرازق ,جيلان (2011). مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط لاكتساب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنيه ،*المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ،جامعة القاهرة ،كلية الاعلام (10) (1) 327-265
- (37) خالد صلاح الدين ،"اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في اطار نظريه التراء الاعلامي " في " *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* (جامعة القاهرة ،كلية الاعلام ، المجلد 10،العدد2011،1)

(38) عمرو اسعد ،العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعيه ،دراسة على موقعى اليوتيوب والفيس بوك "رسالة دكتوراه غير منشورة" (جامعة القاهرة،كلية الاعلام ،قسم الاذاعة والتليفزيون ،2010)

(39)نشوى سليمان عقل ،"العلاقة بين الوجود الافتراضى لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعى ومستوى تفاعلهم الاجتماعى مع الاخرين ومع وسائل الاعلام التقليدية فى "المجلة المصرية لبحوث الراى العام" (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ،المجلد (10)،العدد (2)،2010)ص.ص.237- 288

(40)نرمين خضر ، "الاثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية:دراسة على مستخدمى الفيس بوك" فى " مؤتمرا الأسرة والاعلام وتحديات العصر" (جامعة القاهرة ،كلية الاعلام ،2009)

(41) اشرف جلال ،"اثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعليه بالانترنت و رسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصاليه للأسرة المصرية والقطريه" فى "المؤتمر العلمى السنوى الخامس عشر بعنوان "الاعلام والأسرة وتحديات العصر" (جامعة القاهرة ،كلية الاعلام ،2009)

(42) حلمى خضر سارى ،"تأثير الاتصال عبر الانترنت فى العلاقات الاجتماعية-دراسة ميدانيه فى المجتمع القطرى" فى "مجلة جامعة دمشق" (سوريا،المجلد (24)،العدد (1)،2008)ص.ص.295- 351

(43)يونس احمدمحمد "دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطينى فى القضايا المجتمعية"، "رسالة ماجستير غير منشورة" (جامعة الدول العربية :معهد البحوث والدراسات العربية ،قسم الدراسات الاعلاميه ،2013)

(44) Eberhardt, David M. (2007).Facing up to Facebook ,about campus

www.intersciencewiley.com In Jan 2015

(45)هبه شاهين،"اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الاذاعية والتليفزيونيه الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية" فى "المجلة المصرية لبحوث الراى العام" (المجلد (7)،العدد(1) 2006)ص.ص.181- 245

(46)وليد النجار ، (2013)"مصادقيه المواقع لصحفية الالكترونيه وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الاعلامية المصريه" فى "المجلة المصرية لبحوث الاعلام" (المجلد (37)، العدد (1)،2013)ص.ص.377- 498

(*اسماء السادة المحكمين لاستمارة استبيان الدراسة الميدانية :-

أ.دصابر عسران .استاذ بقسم الاذاعة والتليفزيون بكلية الاعلام –جامعة القاهرة .

أ.د هبة شاهين .استاذ ورئيس قسم الاعلام بكلية الاداب –جامعة عين شمس .

د. احمد فاروق رضوان . استاذ قسم الاعلام بكلية الاداب جامعة حلوان

د.سناء مبروك .استاذ مساعد علم الاجتماع المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنايئة القاهرة

د.سهام عبد الخالق .مدرس الاعلام بكلية الاداب جامعة المنوفية