

مجلة بحوث
كليية الآداب

البحث (٥)

دور مواقع التواصل فى تحقيق الإنجاب

الإجتماعى مع الشباب

"دراسة ميدانية على المجتمع المصرى والسعودى"

إعداد

د / رباب صلاح السيد إبراهيم

مدرس بقسم الإعلام التربوى - جامعة المنوفية

ابريل ٢٠١٢م

العدد (٨٩)

السنة ٢٣

[http : // Arl.menofia . edu. eg](http://Arl.menofia.edu.eg) *** E- mail: rgfa2012@ Gmail.com

دور مواقع التواصل في تحقيق الإنجذاب الاجتماعي مع الشباب دراسة ميدالية على المجتمع المصري والسعودي د/رباب صلاح السيد إبراهيم

مدرس بقسم الإعلام التربوي - جامعة المنوفية

الملخص : هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل في تحقيق الإنجذاب الاجتماعي مع الشباب ، وتعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية ، المستخدمة منهج المسح بالعينة للشباب سن (١٨ — ٢١) سنة كما اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن ، و تم الاستعانة بأداة الاستبيان لجمع البيانات من المجتمع المصري والسعودي وطبقت استمارة الاستبيان على " ٢٠٠ " مفردة تم اختيارهم بطريقة عشوائية غير منتظمة ، وكان من أهم النتائج ما يلي : أن نسبة ٩٦,٩% من إجمالي مفردات العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين بنسبة بلغت ١٠٠% ، وثبت صحة الفرض الأول وهو " توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدام مواقع التواصل والدعوة إلى تكوين صداقات علي مواقع التواصل " ، كما ثبت صحة الفرض الثاني وهو " توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين كثافة التعرض لمواقع التواصل وتحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين " . وأيضاً ثبت صحة الفرض الثالث وهو " توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث علي مقياس الانجذاب الاجتماعي " . وثبت صحة الفرض الرابع وهو " توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجتمع المصري والمجتمع والسعودي علي مقياس الإنجذاب الاجتماعي " . ولكن لم يثبت صحة الفرض الخامس وهو " توجد علاقة ارتباطية بين استخدام مواقع التواصل وبين مستوى تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين " . كما تم التأكد من صحة الفرض السادس وهو " توجد علاقة ارتباطية بين الدعوة إلى تكوين صداقات علي مواقع التواصل وبين تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين " .

مقدمة : يعد الانسان اجتماعي بطبعه ، فهو يفضل أن يكون على اتصال دائم بالآخرين ويشاركهم حياتهم ونشاطهم ، ولا يميل إلى العزلة إلا لفترات قصيرة وأهداف محددة والجزء الأكبر من نشاط الفرد اليومي يتم عادة بالمشاركة مع أفراد آخرين ، وفي إطار الجماعات المختلفة وكما أن مشاركة الفرد في أنشطة الجماعة يشبع حاجات الفرد النفسية ، ومن أهمها الحاجة إلى الإنتماء والتي يعرفها عبد المنعم الحفني علي أنها الحاجة إلى إقامة علاقات طيبة مع الآخرين ، وإنشاء صدقات والانضمام إلى الجماعات(١) . ويؤكد " Meyer " علي أهمية علاقات الفرد مع الجماعة حين يوضح أن اعتمادنا مدي الحياة علي بعضها البعض ، يضع علاقاتنا مع الآخرين في قلب وجودنا ، وعندما يوجه إلي الغالبية العظمي من الأفراد سؤال عما يجعل حياتهم ذات مغزي أو عن الشيء الضروري لهم حتي يحسون بالسعادة ، سيكون الرد غالبا هو : وجود علاقات وثيقة مع الأصدقاء والأسرة (٢) . ويوضح " Johnson & Johnson " أن القوي التي تحفز أفراد الجماعة علي الإبقاء علي عضويتها تشمل : مناسبة أهداف وأنشطة هذه الجماعة لحاجات الفرد ، وانجذاب الفرد لأعضاء الجماعة بالآخرين(٣) . ويشير " جون دكت " إلي أن مفهوم التجاذب أو الإنجذاب Attraction مستمد من علم الفيزياء المغناطيسية ، ويعني هذا المفهوم ميلا من شخص نحو شخص وتفضيلا له عن الآخرين ، وهو درجة أولية من المحبة والتي أقوي درجاتها الحب (٤) . وتمثل جانبية أهداف الجماعة وأنشطة الجماعة للفرد حاجة نفسية هامة تسهم بدور فعال في تكوين الجماعات الانسانية وتماسكها . ويحدد " Johnson & Johnson " عدة عوامل مرتبطة بأهداف الجماعة تساعد علي جذب الأفراد إليها ، ومنها مدي وضوح الأهداف ، ومدي وضوح سبل تحقيقها ، ومدي احتمال تحقيق هذه الأهداف بنجاح ، والنجاحات السابقة للجماعة في تحقيق أهدافها(٥) .

وفي العصر الحديث وفي ظل التطور والتقدم التكنولوجي ظهر العديد من الاختراعات التي جذبت أنظار ملايين البشر وبخاصة الشباب وهي الشبكة العنكبوتية وما تحتويه من مواقع عديدة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي وتعد هذه

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي
المواقع عبر الإنترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية ،
حيث ساهمت هذه المواقع في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في
الاهتمام والأنشطة نفسها . وقد تلبه التربويون لأهمية هذه المواقع ودورها في
صقل شخصية الشباب وتنميتها حيث دلت الدراسات الحديثة على أن عدد
المستخدمين العرب يزداد بمعدل مليون شخص كل شهر ومن المفارقات اللافتة أن
عدد مستخدمي " الفيس بوك " يفوق عدد قراء الصحف في العالم العربي . وقد
يري بعضهم أن رعاية الشباب تكتمل في توفير ألوان من النشاط أو الخدمات أو
إقامة المؤسسات الرياضية والاجتماعية لشغل وقت الفراغ ، بيد أن هذه الرعاية لا
تمثل سوى جزء من احتياجات الشباب في ظل ما توفره التكنولوجيا الحديثة من
إمكانيات ضخمة يمارس من خلالها الشباب نشاطات مختلفة تؤثر في سلوكهم
وانماط شخصياتهم ، فالسلوك الإنساني عبارة عن العمليات التي تتم بين الفرد بكل
مكوناته العقلية والنفسية والاجتماعية والوسط أو البيئة بكل ما فيها من ظروف
ومواقف وعناصر اجتماعية وثقافية ، وهو أساس التفاعل بين الأفراد والجماعات
والمجتمعات (٦) . فالشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستفيد من الأنشطة
والبرامج المتاحة له ويتفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة المتاحة ،
وبذلك يتبادل أنواع السلوك الإنساني مع غيره فيفيد ويستفيد من غيره ، ويتعلم
أنواعاً من السلوك ويكتسب خبرات إيجابية من خلال ذلك التفاعل والأنشطة . ومن
هنا يتضح أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة في الجماعات
التي يمكن تكوينها من مواقع التواصل الاجتماعي وتتخطى الحواجز والحدود .
ومن هنا تظهر أهمية دراسة دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي
مع الشباب .

مشكلة الدراسة : يشهد العالم تطورات هائلة في مجالات العلوم المختلفة ، وقد أدت
هذه التطورات إلى النمو والاستمرار حيث لا يعرف السكون في شتى نواحي الحياة
ومن الأبواب التي طرقها هذه التطورات باب ثورة تكنولوجيا وسائل الاتصال
بحيث أصبح العالم يمثل قرية صغيرة بما أحدثته تلك التطورات من تسهيل وسائل

الاتصال ، وطرق النقل بين الدول المختلفة وهذا بطبيعة الحال اثر على شتى
قطاعات الحياة ، بالرغم من حداثة العهد بهذه الثقافة ، إلا أنها وبدون منازع
استطاعت أن تفرض وجودها في حياة الانسان جمعاء . واحد من هذه
الاختراعات الذي استقطب الملايين من البشر بسرعة هائلة هو " الانترنت " (١) .
فالانترنت عالم واسع من المعرفة متعدد الاستخدامات والأغراض متنوع ما بين
صحافة الكترونية ومدونات ومواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن من خلال
مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الأصدقاء وتبادل المعلومات والمعارف
والخبرات والآراء وغيرها مما يهم الانسان . وتعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها
مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية
من الأمور الهامة جداً لإيجاد نوع من التجاذب والانجذاب بين الشباب ومع
الآخرين وبناء علي ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للشباب فرص
للتفاعل والتواصل مع الآخرين ولكن السؤال الذي يعتري هذا البحث هو هل هذا
التفاعل والتواصل الذي يقوم به الشباب مع الآخرين يعمل علي تحقيق الانجذاب
الاجتماعي مع الآخرين أم لا ومن هذا المنطلق جاءت فكرة البحث الحالي للتعرف
علي الدور الذي يمكن أن تقوم به مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

مع الشباب ؟ وهل هي فعلا تقوم بهذا الدور أم لا؟

تساؤلات الدراسة وفروضها : أولاً : تساؤلات الدراسة :

(١) ما عادات وأنماط التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

(٢) ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب متابعتها في هذه المواقع ؟

(٣) ما مدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

(٤) ما أكثر المواقع تحقيقاً للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين ؟

(٥) ما رأي الشباب في الانجذاب الاجتماعي الذي يتم من خلال مواقع التواصل ؟

(٦) ما أسباب استخدام مواقع التواصل لدي الشباب ؟

ثانياً: فروض الدراسة:

- (١) هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدام مواقع التواصل والدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل .
- (٢) هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين كثافة التعرض لمواقع التواصل وتحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين .
- (٣) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث على مقياس الانجذاب الاجتماعي .
- (٤) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجتمع المصري والمجتمع السعودي على مقياس الانجذاب الاجتماعي .
- (٥) هناك علاقة ارتباطية بين استخدام مواقع التواصل وبين مستوي تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين .
- (٦) توجد علاقة ارتباطية بين الدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل وبين تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين .

أهمية الدراسة: وتأتي أهمية هذه الدراسة في ضوء ما يلي:

- (١) ارتفاع معدلات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي حيث يقول التقرير الذي أعدته شركة «تكنو وايرلس» المصرية المتخصصة في التسويق الإلكتروني وشبكات الهاتف المحمول إن عدد مستخدمي الإنترنت في مصر قبل ٢٥ يناير كان يبلغ ٢١,٢ مليون شخص لكنهم وصلوا إلى ٢٣,١ مليون بعد هذا التاريخ بزيادة نسبتها ٨,٩ بالمائة أو ما يعادل ١,٩ مليون مستخدم. وأشار التقرير إلى تزايد فترات استخدام شبكة الإنترنت إذ أصبح المستخدم في مصر يقضي ١٨٠٠ دقيقة شهريا على الشبكة بعد الثورة مقارنة مع ٩٠٠ دقيقة قبلها. وتناول تقرير «تكنو وايرلس» بالتفصيل حجم الزيادة في استخدام ثلاثة مواقع كان لها أثر كبير في الانتفاضة الشعبية وهي «فيس بوك» و«تويتر»، بالإضافة إلى موقع «يوتيوب» لتبادل ملفات الفيديو. وذكر أن عدد مستخدمي «فيس بوك» قبل ٢٥ يناير كان ٤,٢ مليون لكنه ارتفع ٢٣,٨ بالمائة بعد الثورة إلى ٥,٢ مليون. أما «تويتر» فكان عدد مستخدميه قبل الثورة ٢٦٨٠٠ مستخدم زاد بعدها إلى ٤٤٢٠٠. وبخصوص

«يونيو» قال التقرير إنه خلال الأسبوع الأول من الثورة تمت مشاهدة ١٧ مليون صفحة على الموقع من قبل مستخدمين مصريين (٨). كما تشير الإحصائيات إلى أن مستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية يشاهدون حوالي ٩٠ مليون فيديو يوميا ، إلى جانب نمو معدل انتشار استخدام مواقع التواصل بها بنسبة ٣ آلاف % ما بين ٢٠١١ و ٢٠١٢ (معدل النمو العالمي ٣٠٠ %) كما أن مستخدمو تويتر في المملكة يرسلو حوالي ٥٠ مليون تغريدة - المشاركة المكتوبة - شهريا ، على حين جاء موقع الفيسبوك في المقدمة كونه الأكثر استخداما في السعودية بـ ٦ ملايين مشترك نشط ، كما أن لموقع لينكد إن المهني ٨٤٠ ألف مشترك من السعودية من إجمالي ٤ مليون مشترك عربي وهو ما يجعلها في مقدمة الدول العربية في ذلك (٩) .

(٢) يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة الشباب داخل المجتمع ودوره ، فهذه الفئة تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع .

(٣) أهمية دراسة العلاقة بين مرحلة الشباب بخصائصها وسماتها ومتطلباتها وبين التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الشباب .

(٤) الزيادة الكبيرة في أعداد المشاركين علي هذه المواقع مما يثير التساؤل حول الدور الذي يمكن ان تقوم به هذه المواقع في تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الشباب .

أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلي التعرف علي دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الشباب سن (١٨ - ٢١) سنة ويتفرع من هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية وهي :

- (١) التعرف علي عادات وأنماط التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي .
- (٢) الكشف عن أهم الموضوعات التي يفضل الشباب متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي .
- (٣) التعرف علي مدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي .

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

٤ (الكشف عن أكثر المواقع تحقيقاً للإنجذاب الاجتماعي مع الآخرين .
٥ (التعرف على رأي الشباب في الانجذاب الاجتماعي الذي يتم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مع الآخرين .

٦ (التعرف على أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل .

الدراسات السابقة : تنقسم إلى محورين وهما

أولاً : دراسات تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً : دراسات تتعلق بالانجذاب الاجتماعي

أولاً : المحور الأول دراسات تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي

١ (دراسة مؤمن جبر (٢٠١١) : استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة

العلاقة بين استخدام شباب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي وبين

زيادة التأثيرات المعرفية للصحف " الالكترونية — والورقية) لدى هؤلاء الشباب

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية مستخدمه منهج المسح بالعينة ، حيث

طبقت استمارة الاستبيان على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من شباب الجامعات

المصرية " الحكومية والخاصة " ممن تتراوح أعمارهم بين " ١٨ - ٢١ " سنة

وكان من أهم نتائج الدراسة : جاءت أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل

شباب الجامعات المصرية استخدامها على الترتيب " موقع التواصل Facebook

يليه موقع التواصل Twitter ، ثم موقع YouTube ، فمواقع الصحف

الالكترونية ، ثم موقع MySpace للتواصل (١٠) .

٢ (دراسة TNS (٢٠١٠) : طرحت مجموعة TNS أضخم وأكبر دراسة

لمعرفة نشاط المستخدمين في الانترنت شملت الدراسة ٤٦ دولة و بمقابلة ٥٠ ألف

مستخدم ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها : هناك ارتفاع

كبير في استخدام الشبكات الاجتماعية عالمياً . كما كانت نسبة مستخدمي الانترنت

في السعودية تصل إلى ٣٨ % . وكان معدل الأصدقاء في الشبكات الاجتماعية

للسعوديين وصلت نسبتهم إلى ٨٦ صديق (١١) .

٣ (دراسة محمد عوني (٢٠١٠) : استهدفت هذه الدراسة التعرف على

اتجاهات طلبة الجامعة الإسلامية في تحسين الصورة الذهنية لديهم بعد استخدام

صفحة الجامعة عبر ال Facebook ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات للرصد المستخدمة منهج المسح الاعلامي ، وتم تطبيق استمارة الاستبيان على 1000 مفردة من طلاب وطالبات الجامعة ، وكان من اهم نتائج الدراسة : نسبة 27% من افراد العينة يشاهدون صفحة الجامعة عبر ال Facebook (12).

4 (دراسة هشام عطية (2009) : هدفت الدراسة إلى التعرف على أفضى القضايا التي تطرحها مدونات " الوعي المصري " و " نورا يونس " للتعرف على أولويات اهتماماتهما في مجال معالجة وتقديم الشئون العامة ودلالات ذلك ، بالإضافة إلى التعرف على أجندة القضايا الثانوية التي تتضمنها كل قضية رئيسية ، واستخدمت الدراسة منهج المسح وأسلوب تحليل الخطاب ، وكان من اهم نتائج الدراسة : عملت مدونتا الدراسة خارج حدود سرد اليوميات والتعليقات الشخصية في الشئون العامة ، وخارج حدود التعبير عن انشغالات ذاتية وقضايا فردية لتعبر في الحقيقة عن تشكيل مجال عام حقيقي يقوم بعدد من المهام تدخل ضمن حدود ما تعارفت عليه الأدبيات البحثية أنه مجال عام تشكله المدونات باعتبارها وسائط إعلامية جديدة ، وهو مجال عام تأسس على فعاليات وخصائص شبكة الإنترنت (13).

5 (دراسة أشرف جلال (2009) : استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة وحدود التأثير الذي أحدثته وسائل الاعلام الجديدة " الفضائيات والمواقع الاجتماعية والمدونات " علي طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية مقارنة بالأسرة القطرية ، بحكم أن هذه الوسائل أتاحت فرصا عديدة وغير مسبوقه للاعلام البديل . وكان من اهم نتائج الدراسة : يحتل الفيس بوك ويوتيوب وماي سبيس مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقائهم المرجع الأول لهم في حالة حدوث مشكلة لهم (14).

6 (دراسة Sonia Livingstone (2008) : استهدفت الدراسة بحث ظاهرة الانفجار للحادث في تنامي علي مواقع الشبكات الاجتماعية مثل : " فيس بوك " و " ماي سبيس " و " بيبو " و " فريندستر " والذي ينظر إليه باعتباره فرصة

شبكة وخاصة بين الشباب ، ولذلك سعت الدراسة إلى اكتشاف ممارسات المراهقين على الشبكات الاجتماعية من أجل اكتشاف كيفية إحداث التوازن بين الفرص والمخاطر على شبكة الانترنت وكان من أهم نتائج الدراسة :تكونت شخصيات المراهقين من خلال التفاعل مع الآخرين . كما يتم تحقيق الذات بالنسبة لمراهقي اليوم من خلال التوازن الواعي والدقيق بين الفرص " بالنسبة للهوية والحميمية والاجتماعية " والمخاطر " بالنسبة للخصوصية وسوء الفهم وإساءة الاستخدام " والتي تتضح من خلال الاتصال عبر الانترنت(١٥).

٧) دراسة Kanakara Navasartian (٢٠٠٨) : استهدفت الدراسة تحليل استخدام مرشحي الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ٢٠٠٨ وسائل الإعلام الجديدة في حملاتهم الانتخابية وهم : جون ماكين ، هيلاري كلينتون ، باراك أوباما ، رون بول ، كأدوات للتأثير في الناخبين والتواصل معهم ، علاوة على مناقشة الأساليب التي وظفتها المواقع الإلكترونية للمرشحين لتقديم المعلومات الكافية عن كل مرشح في أثناء الحملة الانتخابية لزوار هذه المواقع ، وأنشطتها وأهدافها والنتائج التي خرجت بها ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، أهمها : أن التواصل الإلكتروني مع الجمهور قد وفر كما كبيرا من المعلومات المتداولة بين جمهور الناخبين ، وبدأ باراك أوباما وبرنامجه أكثر وضوحا كنتاج طبيعي للتخطيط الجيد الذي يعزي لاستعانتة بفريق متميز في حملته الانتخابية قام بنشر سيرته الذاتية على مواقع الشبكات الاجتماعية كافية(١٦) .

٨) دراسة Keri Stephens & Patty Malone (٢٠٠٨) : استهدفت الدراسة التعرف على استخدام وسائل الإعلام الجديدة للتعرف على التفاصيل الفنية خلال أزمة تسجيل أطعمة الحيوانات الأليفة في الولايات المتحدة في العام ٢٠٠٧ ، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من المدونات والمواقع الإخبارية والمقالات والبيانات الصحفية تم اختيارها من خلال محرك البحث جوجل . ومن أهم نتائج الدراسة : ان البيانات الصحفية للمنظمات لا تتضمن بشكل مباشر معلومات كافية

تترجم ما يحدث علي أرض الواقع ، في حين ان المواقع الإخبارية والصحف
تضمنت تفاصيل ومعلومات أكثر حول الأزمة والمتضررين منها (١٧).

٩) دراسة **John Raacke , Jennifer Bonds - Raacke** :

استهدفت الدراسة التعرف علي أسباب استخدام مواقع " ماي سبيس " و " الفيس بوك " وصفات مستخدمي هذه الشبكات والاشباعات المتحققة . وقد استخدمت

الدراسة منهج المسح بالعينة وهي من الدراسات الوصفية ، واعتمدت علي اداء الاستبيان لعينة من طلاب الجامعات الذين يتعاملون مع " ماي سبيس " و " الفيس بوك "

وكان من أهم نتائج الدراسة : الأغلبية العظمي من طلاب الجامعات يستخدمون هذه الشبكات من أجل تكوين صدقات جديدة والاتصال بأصدقاء قدامي .

ومن أكثر الاشباعات التي تنتج من استخدام هذه الشبكات هي التفاعل الاجتماعي والاتصالي بالأصدقاء . كما أن شبكتي الماي سبيس والفيس بوك تلبي الاحتياجات

الاجتماعية والاتصالية لطلاب الجامعات (١٨) .

١٠) دراسة **حسني محمد نصر (٢٠٠٧)** : استهدفت الدراسة وصف وتحليل

ظاهرة المدونات الإلكترونية ومناخ الحرية الذي يمكن أن تشيعه المدونات الإلكترونية في الواقع الاتصالي العالمي ، وارتباط تلك الحرية الفردية والجماعية

بظاهرة التعددية بوصفها ظاهرة يندر أن يخلو منها مجتمع من المجتمعات الإنسانية ، بما فيها المجتمعات العربية . وقد اعتمدت الدراسة علي المنهج التاريخي والمسح

الإعلامي ، وذلك لدراسة نشأة المدونات وتطورها علي المستويين العالمي والعربي ، ورصد واقع التدوين الإلكتروني في المنطقة العربية وسماته والعوامل التي

تساعد علي انتشاره في السنوات الأخيرة ، وما ترسخه المدونات العربية من حريات جديدة ، أدي إلي فرض دورها كوسيلة اتصالية تدعم التعددية . ومن أهم

نتائج الدراسة : أن المدونات أصبحت ظاهرة إعلامية مهمة ، سواء علي المستوي الدولي أو العربي ، وتحولت إلي وسيلة اتصالية توفر ما يمكن اعتباره " صحافة

بديئة " أو " صحافة مولزية " للصحافة المطبوعة والإلكترونية (١٩) .

(١١) دراسة **Nicole Ellosn** (٢٠٠٧) : هدفت هذه الدراسة التعرف على مزاي الفيس بوك ودوره في تكوين مجموعات الأصدقاء واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ، واستعانت الدراسة بالاستبيان الإلكتروني في جمع البيانات بالإضافة إلى استخدام ٤ مقاييس في الدراسة وجاءت نتائج الدراسة لتؤكد صحة فروضها والتي أكدت أن هناك علاقة ارتباطية بين أنماط معينة من استخدام الفيس بوك والحفاظ على أو خلق علاقات اجتماعية (٢٠) .

(١٢) دراسة **Ogan christine** (٢٠٠٦) : تعد هذه الدراسة من الدراسات المسحية التي تمت على عينة قوامها ٤٥٣١ مستخدم لمواقع " اعتراف " . Itira . com ، ويستخدم هذا الموقع من قبل الأفراد في الإدلاء بعترافتهم الشخصية والبوح بأسرارهم الخاصة أو حكي القصص والحكايات المثيرة ، إضافة إلى إقامة علاقات عديدة مع المستخدمين الآخرين عبر الانترنت وقد أبرزت الدراسة عنصر " التفاعل الاجتماعي " كأقوي الاشباعات التي يبحث عنها القطاع الأوسع من مستخدمي المواقع ويتم تحقيقه عبر الاعترافات الخاصة ، والتعليق على اعترافات الآخرين ، ومقابلة الأصدقاء والاقربان عبر الانترنت (٢١) .

(١٣) دراسة **Zhao زهاو** (٢٠٠٦) : هدفت هذه الدراسة التعرف على ما إذا كان مستخدمي الانترنت لديهم علاقات اجتماعية أكثر من غيرهم أم لا حيث قامت الدراسة بتصنيف مستخدمي الانترنت إلى ثلاث فئات (مستخدمي الويب ، مستخدمي الانترنت للاتصال بغيرهم من الأفراد ، مستخدمي الشات) ، وتم تجميع البيانات من خلال البحث الاجتماعي العام الذي يجري كل سنتين بالولايات المتحدة على عينة حجمها ١٥٠٠ من سن ١٨ سنة فأعلى وجمعت البيانات من مسح ٢٠٠٠ على عينة قوامها ٢٨١٧ ، وقد ثبت صحة فروض الدراسة ومنها أن العلاقة بين أنماط استخدام الإنترنت وحجم العلاقات والشبكات الاجتماعية للفرد تختلف باختلاف الوقت الذي يقضيه الفرد على الانترنت بشكل تفاعلي فالنسبة للاستخدام الاجتماعي للإنترنت فإن كثيفي الاستخدام لديهم علاقات اجتماعية أكثر من الأقل استخداما ، أما بالنسبة لمستخدمي الانترنت في غير الأغراض

الاجتماعية فإن كثيفي الاستخدام لديهم علاقات اجتماعية أقل من قبلهم
الاستخدام (٢٢) .

(١٤) دراسة Hsin Wang - Nan Hou & Ming - Cheng

(٢٠٠٣) : استهدفت الدراسة استعراض ما أتاحتها وسائل الإعلام البديلة من أنواع

مختلفة للاتصال بهدف التعبير عن آراء واتجاهات الأقليات ، وما أنتجته

تكنولوجيا الاتصال من حيث تكوين مجتمع حقيقي في الفضاء التخليقي يقوم الأفراد

بتبادل الخبرات المشتركة رغم اختلاف اللغة والثقافة . ومن أهم نتائج الدراسة

يمكن أن تتعاون كل من وسائل الإعلام البديلة ووسائل الإعلام المطبوعة في

معالجة القضايا الاجتماعية نفسها (٢٣) .

ثانيا : المحور الثاني دراسات تتعلق بالانجذاب الاجتماعي :

(١٥) دراسة Christina Jaschinski and Piet Kommers

(٢٠١٢) : تهدف هذه الدراسة للتعرف على دور التجاذب بين الأصدقاء والنوع

على الانجذاب الاجتماعي وتقييمه بين الأفراد على الفيسبوك ، حيث أجريت على

٧٨ طالب وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية ، وكان من أهم نتائج الدراسة

أن الرجال هم أكثر عرضة للعثور على شخص ما اجتماعي جذاب في الفيسبوك

أكثر من النساء (٢٤) .

(١٦) دراسة Marjolijn & Alexander

(٢٠١١) : تهدف الدراسة إلى

التعرف على مدى المؤشرات التي تكونت على أساس نظام مواقع الشبكة

الاجتماعية والتي تؤثر على الشعبية والجاذبية لدى المراهقين ، وأجريت هذه

الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٩٧ طالب من طلاب المدارس الثانوية ما بين

١٢ و ١٥ سنة ومن أهم النتائج : أظهر تحليل معين آثار كبيرة من جاذبية الجسد

من الأصدقاء عبر الإنترنت على تصورات جاذبية المادية والاجتماعية ،

أظهرت النتائج أنه لا يوجد علاقة عكسية بين عدد الأصدقاء ومدى الإنجذاب

الاجتماعي بين المراهقين في وقت مبكر (٢٥) .

(١٧) دراسة Pavica Sheldon (٢٠٠٩) : هدفت هذه الدراسة التعرف على مدى تأثير الجاذبية الاجتماعية في الفيسبوك في الكشف عن الذات والقدرة على التنبؤ والثقة في شخص آخر وأظهرت نتائج مسح من ٢٤٣ طالب أن الطلاب يقولوا أسرارهم الشخصية في الفيسبوك للأشخاص الذين يحبونهم أو يعجبوا بهم (٢٦)

(١٨) دراسة Murstein , Merighi & Malloy (٢٠٠١) : أجريت هذه الدراسة على الأزواج والأصدقاء من البيض ، وجد أن هناك تناسبا في الجاذبية الجسمية بين طرفي العلاقة ، لذلك فقد رأى أنه في مجتمع يتميز بالتفرقة العنصرية مثل المجتمع الأمريكي ، عندما يتصادق السود و البيض ، فيجب أن يتطلب البيض من الطرف الأسود أن يكون أكثر جاذبية منهم كوسيلة لتعويض لون الجلد الأسود الذي يلقي تقديرا أقل في المجتمع الأمريكي . وقد تم إجراء الدراسة على ٢٠ زوجا مختلطي العرق ممن طلبة وطالبات جامعة " نيو انجلند " وكان من أهم نتائج الدراسة : أن الرجال السود كانوا أكثر جاذبية بصورة دالة من رفيقاتهن البيض ، ولكن النساء السود لم يكن أكثر جاذبية من رفيقهن البيض (٢٧) .

(١٩) دراسة Yela @ Sangrador (٢٠٠١) : أجريت هذه الدراسة على ١٩٤٩ فردا تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٦٤ عاما في أسبانيا ، وقد تم جمع البيانات من خلال مقاييس ذاتية عن الجاذبية الجسمية المدركة والجاذبية المدركة للطرف الآخر وكان من أهم النتائج أن الأفراد يميلون إلى تكوين علاقة حب مع أشخاص مدركين على أنهم مشابهين في مستوى الجاذبية لأنفسهم ، كما وضحت النتائج أن الأفراد يميلون إلى إدراك أصدقائهم بطريقة غير موضوعية على أنهم أكثر جاذبية من أنفسهم (٢٨) .

التطبيق على الدراسات السابقة :

(١) جاءت الدراسات كثيرة ومتنوعة من حيث الهدف والأهمية والنتائج المستحصلة والعينة .

(٢) أتجهت اغلب الدراسات السابقة إلى دراسة الشبكات والمواقع من نوع متعددة مثل : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة التفاعل المعرفية للصحف ، دراسة أسباب استخدام مواقع ماي سبييس ، والفيس بوك التعرف على مزايا الفيسبوك .

(٣) علي حين أغفلت الدراسات السابقة جانب الانجذاب الاجتماعي ودور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق هذا الجانب .

(٤) افتقدت أغلب الدراسات السابقة للأسلوب المقارن باستثناء دراسة واحدة سواء في عيناتها أو مجتمعاتها أو متغيرتها وهي نقاط هامة يمكن أن تكشف لنا الكثير من الأبعاد والتفاصيل وخاصة في ضوء علاقتها ببعضها البعض .

كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة :

أفادت الباحثة الدراسات السابقة من خلال :

(١) المساعدة في تحديد المشكلة البحثية تحديدا دقيقا .

(٢) وضع فروض الدراسة .

(٣) وضع أسئلة استمارة الاستبيان .

(٤) توفير خلفية معلوماتية للباحثة تمكنها من تأصيل الاطار النظري .

(٥) اختيار المنهج المناسب للدراسة وكذلك اختيار العينة .

(٦) تحديد مصطلحات الدراسة .

نوع الدراسة : تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم علي الوصف الكامل والدقيق للموقف الاجتماعي أو الظاهرة أو الحدث وتفسير هذا الموقف وتحليله واستقراء خصائصه ورصدها ، وغالبا ما يكون هذا الموقف أو الظاهرة محددا ولكن لا يتدخل الباحث في الموقف أو تغيير أحد سماته أو متغيراته (٢٩) .
منهج الدراسة : اعتمدت الدراسة علي كل من :

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

- (١) منهج المسح بالعينة : حيث انه اكثر المذاهج للملائمة لأغراض هذه الدراسة .
- (٢) المنهج المقارن : حيث تم استخدامه لإجراء مقارنات كمية وكيفية بين المجتمع المصري والمجتمع السعودي ، وبين الذكور والإناث .

اسباب اختيار الموضوع :

- (١) كثرة مواقع التواصل الاجتماعي حيث تحولت إلى ظاهرة يرغب كل الباحثين في التعرف لها ودراستها والتعرف على كل ما يتعلق بها .
- (٢) الأقبال المتزايد من الشباب على استخدام هذه المواقع مما دفع الباحثة لدراسة هذه المواقع والتعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به في تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الشباب .

- (٣) موضوع الانجذاب الاجتماعي من الموضوعات النادر دراستها من ناحية وسائل الاعلام بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي او وسائل الاعلام البديلة بشكل خاص لهذا يعد أرض خصبة لدراستها ومعرفة المزيد عنها .

أدوات الدراسة : تم الاستعانة بأداة الاستبيان لجمع البيانات من المجتمع المصري والسعودي وذلك من خلال المقابلة الجماعية والفردية مع أفراد العينة .

مجتمع الدراسة : تم تطبيق الاستمارة بداية من شهر إبريل حتى نهاية شهر يوليو ٢٠١٢ وقد تم التطبيق على عينة من الشباب في جمهورية مصر العربية و المملكة العربية السعودية وقد استغرق تطبيق الاستمارة ميدانيا أربعة أشهر .

عينة الدراسة : اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية غير منتظمة قوامها (٢٠٠) مفردة من الشباب المصري والسعودية موزعة بالتساوي (١٠٠) على المجتمع المصري موزعة (٥٠) ذكور و (٥٠) إناث ، و المجتمع السعودي (١٠٠) مفردة موزعة (٥٠) ذكور و (٥٠) إناث .

اجراءات الصدق والثبات : تم قياس الصدق من خلال :

(١) تصميم الاستمارة في ضوء أهداف وفروض الدراسة .
(٢) تم عرض الاستمارة علي مجموعة من المحكمين (٥) في ميادين الحاسبات والاعلام وعلم النفس .

(٣) تم إجراء اختبار قبلي علي عينة من ٣٠ مفردة في مصر و ٣٠ مفردة في السعودية وذلك بهدف التعرف علي مدي وضوح أسئلة الاستبيان ، وبناء علي آراء المحكمين و نتيجة الاختبار القبلي تم تعديل بعض الأسئلة وبلغ عددها سزالت ، وإعادة صياغة أسئلة بطريقة أخرى وبلغ عددها ثلاث أسئلة ، حتى تكون الاستمارة واضحة تماما عند التطبيق علي عينة الدراسة .

تم قياس الثبات من خلال : تم قياس الثبات بالتطبيق علي ٢٠ مفردة في مصر و ٢٠ مفردة في السعودية ووصل معامل الثبات في مصر ٠،٩٠ ، وفي السعودية ٠،٩٤ وهي معاملات ثبات عالية مما يدل علي صلاحية الأداة للدراسة .
مصطلحات الدراسة :

١ - مواقع التواصل : هي مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع مع عدد من الناس . فهي مواقع لا تعطي معلومات فقط ، بل تتزامن وتتفاعل أثناء الإمداد بتلك المعلومات مع من في نطاق الشبكة . وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات وتكوين علاقات علي اختلاف أنواعها وبشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت مثل (الفيسبوك ، تويتر ، جوجل بلاس ، اليوتيوب) .

(٥) أ.د/ محمود حسن إسماعيل ، أستاذ ورئيس قسم الاعلام وثقافة الأطفال ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس .
- أ.د/ عفاف محمد محمود عجلان ، أستاذ مشارك بقسم التربية وعلم النفس ، جامعة جازان .
- أ.د/ هناء السيد ، أستاذ الاعلام المساعد بكلية التربية النوعية / جامعة المنوفية .
- د/ مؤمن جبر عبد الشافي ، مدرس الاعلام وثقافة الأطفال ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس .
- د/ أيمن الهادي ، أستاذ تقنيات التعليم المساعد ، كلية التربية ، جامعة جازان .
- د/ حماده محمد مسعود ، أستاذ تقنيات التعليم المساعد ، كلية التربية ، جامعة جازان .

٢ - الانجذاب الاجتماعي : هو الشعور الايجابي الذي يشعر به شخص ما نحو شخص آخرى أو مجموعة ما نحو الأخرى ونؤدي هذا الشعور الايجابي إلى تحقيق الميل إلى الاقتراب من الشخص أو الجماعة موضوع هذا الشعور وقد يحدث هذا التقارب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فيؤدي ذلك إلى الانجذاب بين الأشخاص من أجل تكوين صداقات ما ، أو حل مشكلة ما ، أو مشاركة الآخرين اهتماماتهم ، أو الحصول على فرصة زواج أو إنشاء علاقات اجتماعية جديدة بعيداً عن أماكن العمل والأسرة والدراسة....) .

٣ - الشباب : يقصد بهم جميع فئات المجتمع التي تقع في المرحلة العمرية من سن (١٨ — ٢١) ذكور وإناث .

اسلوب تفريغ البيانات والمعاملات الإحصائية : قامت الباحثة بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال الكمبيوتر وذلك باستخدام برنامج SPSS for windows ، والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) : Statistical Package for social science . وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية :

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .

٢- معامل ارتباط بيرسون .

٣- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .

٤- اختبار "ت" T.Test .

الاطار النظري للدراسة : تعتبر خدمات الشبكات الاجتماعية هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات أول للبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين. معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة و**البريد الإلكتروني** و**الفديو** و**التدوين** ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات

الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة للشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً فيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وفايف أوركت وجوجل بلس (٣٠). حيث تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية امتداداً طبيعياً للعلاقات الاجتماعية الحقيقية، حيث إنها تربط شبكات الأفراد الذين لا يشتركون المكان نفسه وبذلك يمكن تعريف الشبكات الاجتماعية على أنها "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام" (٣١). فالإعلام الجديد يوفر وسائل جديدة وقنوات جديدة للاتصال والتواصل وبتيح منابر جديدة للنقاش والحوار، مما فتح المجال أمام أفراد المجتمع لممارسة مختلف أنواع الاتصالات بواسطة الانترنت للخروج من وضعية عدم الاتصال وعدم الحوار، إلى التواصل والحوار ومن الإعلام الذي يتم في اتجاه واحد إلى الاعلام الأفقي والاتصال في جميع الاتجاهات (٣٢) وكانت بداية ظاهرة المواقع الاجتماعية في عام ١٩٩٧، وكان موقع "SixDegrees.com" أول هذه المواقع من خلال إتاحة الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، وإذا كان موقع "SixDegrees.com" هو رائد مواقع التواصل الاجتماعي، فيما فتح موقع "MySpace.com" آفاقاً واسعة لهذا النوع من المواقع وقد حقق نجاحاً هائلاً منذ إنشائه عام ٢٠٠٣، بعد ذلك توالى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي (٣٣). حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها تستقطب فريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثيراً في أي مجتمع بما يمثلونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير. وتشير الإحصاءات الصادرة عن تقرير دبي للإدارة الحكومية في

٢٠١١ أن هناك ٣٢ مليون مستخدم عربي لموقع الفيسبوك بمعدل نمو قدره ٥٠% منذ بداية ٢٠١١، وأن حوالي مليون ومائة ألف مستخدم عربي يستخدمون "تويتر" للتدوين عليه، ما بين مدون نشط ومدون صامت^(٣٤). ويلجأ الأفراد للتواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء من خلال ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية التي تعد وسيلة جديدة لتبادل الآراء والأفكار وحشد المناصرة والتأييد لقضية من القضايا، وتكوين الوعي حول القضايا المختلفة، أو تدعيم آرائهم عليها سقفاً، من خلال المواد المنتجة باستخدام الوسائط المتعددة^(٣٥) وذلك عوضاً عن المنتديات الإلكترونية التي يقوم على إدارتها أشخاص يقومون بالدور التقليدي لـ "حارس البوابة"، والمجموعات البريدية محدودة الفاعلية، أو المواقع المجانية المتخمة بالإعلانات، التي تعرضها المواقع الموفرة لهذه الخدمة، حيث وجدت المدونات طريقها إلى شبكة الإنترنت، ومواقع الفيديو، ومجموعات التواصل الاجتماعي. فمرتادو الشبكات الاجتماعية ينتمون إلى مشارب مختلفة، ولهم اهتمامات واحتياجات مختلفة، وبعضهم يرى أن هذه الاهتمامات والاحتياجات لا تجد من وسائل الإعلام والاتصال الاهتمام اللائق لتلبيتها بصورة كافية، فضلاً عن عدم تغطية هذه الوسائل لجميع الأنشطة التي يقومون بها، مما دفع هؤلاء الأفراد لتقديم محتوى يخصهم وجددهم، وبما يمكنهم من نقله لغيرهم، معبرين من خلاله عن اهتماماتهم وآرائهم ومواقفهم المتفاوتة، وعلى نحو يفي بكافة احتياجاتهم الاتصالية، ويشبع رغباتهم بوجه عام^(٣٦). وعلى الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعية تعتبر هي الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحها الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصاً موقع (الفيس بوك)، والتي تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة في انفراط عقده وانهياده، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم

والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والتميز كوسيلة اتصال ناجحة (٢٧). وبين مؤيد ومعارض للمواقع التواصل الاجتماعي حيث يوجد العديد من الأبحاث التي تناولت التأثيرات السلبية لهذه المواقع والبعض تناول الإيجابيات لهذه المواقع ولكن لم يتعرض أحد من الباحثين لدور هذه المواقع في تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الشباب وهو يعد من الأبحاث الإيجابية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب ومن هذا المنطلق تمحورت فكرة البحث الحالي في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الشباب ومدى مساعده هذه المواقع على تحقيق الانجذاب وهذا ما سوف نتعرف عليه من خلال هذا البحث.

نتائج الدراسة

جدول رقم (١) يوضح مدى التعامل مع شبكة الانترنت في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر		السعودية		الاجمالي	
	ذكور		اناث		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مدى التعامل						
نعم	٥٠	١٠٠	٤٥	٩٠	١٩٤	٩٧
لا	-	-	٥	١٠	٦	٣
الاجمالي	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة ٩٧ % من أفراد العينة تتعامل مع شبكة الانترنت في مقابل ٣ % لا تتعامل مع الشبكة كما يتضح أن نسبة التعامل مع شبكة الانترنت في المجتمع المصري بلغت نسبة ١٠٠ % من أفراد العينة في المجتمع المصري ، أما المجتمع السعودي فكانت نسبة التعامل مع الشبكة من أفراد العينة ٩٤ % ، وكانت الاناث أكثر تعامل مع الشبكة من الذكور بنسبة بلغت ٤٩ % من إجمالي مفردات العينة في المجتمع السعودي في مقابل ٤٥ % من الذكور . ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن : الانترنت أصبح جزء لا يتجزأ من حياة الإنسان فهو وسيلة للتفاعل وتبادل المعلومات والأفكار والصور والمواقع بين الأفراد

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

وخاصة الشباب وساحة مفتوحة وبعيدة عن الرقابة ، للحوار والاتصال والاطلاع على الآراء والتعليقات حول القضايا والأحداث ، حيث تحول استخدام الانترنت إلى نشاط يومي يقوم به الشباب للتواصل والتفاعل مع الآخرين .

جدول رقم (٢) يوضح مدى استخدام مواقع التواصل في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر		السعودية		الاجمالي	
	ذكور	اناث	ذكور	اناث	ك	%
مدى الاستخدام	%	ك	%	ك	%	ك
نعم	٨٤	٤٤	٦٢,٢	٢٨	٩٦,٩	١٣٥
أحيانا	١٦	٦	٣٧,٨	١٧	٣,١	٥٣
لا	-	-	-	-	١٢,٢	٦
الاجمالي	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٩٤

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة ٩٦,٩% من اجمالي مفردات العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في مقابل ٣,١% لا تستخدم هذه المواقع ، كما يتبين أن الشباب في المجتمع المصري أكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي من الشباب في المجتمع السعودي بنسبة بلغت ١٠٠% من اجمالي مفردات العينة في المجتمع المصري حيث ذكرت نسبة ٨٦% " نعم " تستخدم مواقع التواصل و نسبة ١٤% " أحيانا " تستخدم هذه المواقع وكانت الاناث أكثر مداومة علي الاستخدام من الذكور حيث ذكرت نسبة ٨٨% من الاناث " نعم " تستخدم مواقع التواصل في مقابل ٨٤% من الذكور أجابوا ب " نعم " تستخدم هذه المواقع . و في المجتمع السعودي بلغت نسبة الشباب مستخدمي مواقع التواصل ٩٣,٦% من اجمالي مفردات العينة في المجتمع السعودي في مقابل ٦,٤% لا يستخدموا مواقع التواصل وكانوا من الاناث ، وعلى العكس من المجتمع المصري كان الذكور أكثر مداومة علي الاستخدام من الاناث حيث ذكرت نسبة ٦٢,٢% من الذكور " نعم " تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في مقابل ٤٢,٩% من الاناث " نعم " تستخدم مواقع التواصل .

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن : مواقع التواصل الإجتماعية تعتبر من الأداة انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها وتجعل الشباب الذكور والاناث يقبلون على استخدامها والتواصل والتفاعل مع الآخرين من خلال في مختلف المجالات والأنشطة .

جدول رقم (٣) يوضح أسماء مواقع التواصل التي يستخدمها الشباب في المجتمع السعودي

النوع	مصر							
	ذكور				اناث			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أصحاب مكتوب	٩	٦	٨	٥٤٤	٩	٧٤٩	٢	١٤٩
لينكد إن	١	٠٠٧	١	٠٠٧	٤	٣٠٥	-	-
هاي فايف	٧	٤٤٧	٣	٢	١	٠٠٩	١	٠٠٩
ملتي بلاي	١	٠٠٧	-	-	٢	١٤٨	١	٠٠٩
نينج ماي	١	٠٠٧	-	-	٤	٣٠٥	-	-
سبيس	٣	٢	-	-	١	٠٠٩	١	٠٠٩
جوجل بلس	٢٣	١٥٤٤	٢٨	١٨٤٨	١١	٩٤٤	٢٠	١٨٤٧
الفيس بوك	٤٦	٣٠٠٩	٤٩	٣٢٠٩	٣٧	٣٢٠٥	٢٨	٢٦٤٢
التويتر	١٨	١٢٠١	٢٠	١٣٠٤	٢٢	١٩٠٣	١٨	١٦٤٨
اليوتيوب	٤٠	٢٦٠٨	٤٠	٢٦٠٨	٢٣	٢٠٠٢	٣٦	٣٣٠٦
جملة من سنلوا	١٤٩	١٠٠	١٤٩	١٠٠	١١٤	١٠٠	١٠٧	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن " الفيس بوك " جاء في مقدمة مواقع التواصل التي يستخدمها الشباب بنسبة بلغت ٣٠,٨% من جملة من سنلوا من مفردات العينة وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها كل من دراسة مؤمن جبر (٢٠١١) ، ودراسة أجرتها جامعة تكساس الأمريكية (٢٠٠٩) (٣٨) حيث جاء

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل، يليها في الترتيب الثاني "اليوتيوب" بنسبة ٢٦,٧% من جملة من سئلوا وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أشرف جلال (٢٠٠٩) حيث احتل الفيس بوك واليوتيوب مكان الصدارة، ثم "جوجل بلس" في الترتيب الثالث بنسبة ١٥,٨%، يليها "التويتر" في الترتيب الرابع بنسبة ١٥%، على حين جاء "أصحاب مكتوب" في الترتيب الخامس، ثم "هاي فايف" في الترتيب السادس، ثم "لينكد إن" في الترتيب السابع، ثم "تينج" و"ماي سبيس" في الترتيب الثامن على حين جاء "ملتي بلاي" في الترتيب التاسع والأخير. كما يتضح من الجدول أيضا أن الإناث أكثر استخداما "للفيس بوك" من الذكور في المجتمع المصري حيث كان في مقدمة مواقع التواصل التي يستخدمها الشباب في مصر بنسبة بلغت ٣١,٩% من جملة من سئلوا موزعة بنسبة ٣٠,٩% للذكور وبنسبة ٣٢,٩% للإناث. وأيضا جاء "الفيس بوك" في مقدمة مواقع التواصل التي يستخدمها الشباب السعودي بنسبة بلغت ٢٩,٤% من جملة من سئلوا موزعة بنسبة ٣٢,٥% للذكور و٢٦,٢% للإناث وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جراح العتيبي (٢٠٠٨) حيث بلغت نسبة استخدام طلاب الجامعات السعودية وطالباتها لـ"فيس بوك" ٧٧% (٣٩)، وكان الذكور أكثر استخداما "للفيس بوك" من الإناث في المجتمع السعودي. كما تبين من الجدول أيضا أن استخدام الشباب "لليوتيوب" في المجتمع المصري كان بنسب متساوية لدى كل من الذكور والإناث حيث كانت النسبة لدى كل منهما ٢٦,٨% أما في المجتمع السعودي فكان يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في استخدام "اليوتيوب" حيث كان الإناث أكثر استخداما "لليوتيوب" بنسبة ٣٣,٦% في مقابل ٢٦,٨% للذكور. وجاء "جوجل بلاس" ليحتل المركز الثالث في استخدام الشباب لمواقع التواصل في المجتمع المصري بنسبة بلغت ١٧,١% من جملة من سئلوا أما في المجتمع السعودي فكان "التويتر" في المركز الثالث بنسبة بلغت ١٨,١% من جملة من سئلوا. وجاء "التويتر" ليحتل المركز الرابع في استخدام الشباب لمواقع التواصل في المجتمع المصري و في المجتمع السعودي جاء "جوجل بلس"، يليه في المركز الخامس في المجتمع المصري و المجتمع

السعودي " أصحاب مكتوب " وكان الذكور في المجتمعين أكثر استخداما للموقع من الإناث وكان الإناث في المجتمع المصري أكثر استخداما للموقع من الإناث في المجتمع السعودي بنسبة بلغت ٥,٤% في مقابل ١,٩% من جملة من ستلوا. ثم جاء " الهاي فايف " ليحتل المركز السادس في المجتمع المصري على حين جاء في نفس المركز موقع " لينكد إن " و موقع " نينج " ، وفي المركز السابع " ماي سبيس " في المجتمع المصري و " ملتي بلاي " في المجتمع السعودي ، ثم في المركز الثامن " لينكد إن " في المجتمع المصري و " هاي فايف " و " ماي سبيس " في المجتمع السعودي ، وجاء في المركز التاسع والآخر " ملتي بلاي " و " نينج " في المجتمع المصري .

جدول رقم (٤) يوضح بداية استخدام الشباب لمواقع التواصل في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر				السعودية				الاجمالي	
	ذكور		إناث		ذكور		إناث			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
أقل من عامين	١٣	٢٦	٣٠	١٥	٤٤,٤	٢٠	٤٨,٨	٢١	٦٩	٣٦,٧
من عامين إلى أربعة أعوام	٢٠	٤٠	٣٤	١٧	٤٤,٤	٢٠	٣٧,٢	١٦	٧٣	٣٨,٨
من أربعة إلى ستة أعوام	١٢	٢٤	١١	١١	٢,٢	١	٧	٣	٢٧	١٤,٤
من ستة أعوام فأكثر	٥	١٠	٧	٧	٨,٩	٤	٧	٣	١٩	١٠,١
الاجمالي	٥٠	١٠٠	٥٠	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٣	١٨٨	١٠٠

يتبين من الجدول السابق أن بداية استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كان كالتالي : جاء في المقدمة " من عامين إلى أربعة أعوام " بنسبة بلغت ٣٨,٨% من إجمالي سفردات العينة ، يليها في الترتيب الثاني " أقل من عامين " بنسبة بلغت ٣٦,٧% ، علي حين جاء " من أربعة إلى ستة أعوام " في الترتيب الثالث بنسبة

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

١٤،٤% ، وكان " من ستة أعوام فأكثر " في الترتيب الرابع والأخير . لا يوجد اختلافات في بداية الاستخدام بين الذكور والإناث في المجتمع المصري فكانت بداية الاستخدام واحدة حيث جاء " من عامين إلى أربعة أعوام " في الترتيب الأول بنسبة ٤٠% للذكور و ٣٤% للإناث يليها في الترتيب الثاني " أقل من عامين " بنسبة ٢٦% للذكور و ٣٠% للإناث ، علي حين جاء " من أربعة إلى ستة أعوام " في الترتيب الثالث ، وكان " من ستة أعوام فأكثر " في الترتيب الرابع والأخير . أما في المجتمع السعودي فكان " من عامين إلى أربعة أعوام " و " أقل من عامين " في الترتيب الأول بنسبة ٤٤،٤% للذكور ، علي حين جاء " أقل من عامين " في الترتيب الأول للإناث بنسبة ٤٨،٨% يليها في الترتيب الثاني " من عامين إلى أربعة أعوام " بنسبة ٣٧،٢% للإناث ، وكان في الترتيب الثاني للذكور " من ستة أعوام فأكثر " يليها في الترتيب الثالث والأخير للذكور " من أربعة إلى ستة أعوام " ، أما الإناث فجاء في الترتيب الثالث والأخير " من أربعة إلى ستة أعوام " و " من ستة أعوام فأكثر " .

جدول رقم (٥) يوضح معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر		السعودية		الاجمالي	
	ذكور	اناث	ذكور	اناث	ك	%
معدل الاستخدام	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	١٧	٣٤	٢٣	٥١،١	٩٦	٥١،١
أحيانا	٣٣	٦٦	١٩	٤٢،٢	٨٤	٤٤،٧
نادرا	-	-	٣	٦،٧	٨	٤،٢
الاجمالي	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٨٨	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بلغت ٩٥،٧% من إجمالي مفردات العينة موزعة بنسبة ٥١،١% أجابوا " نعم " ونسبة ٤٤،٧% أجابوا " أحيانا " وكانت نسبة الشباب الذي يستخدم مواقع التواصل " نادرا " ٤،٢% وكانت هذه النسبة قاصرة علي المجتمع السعودي موزعة بنسبة ٦،٧% للذكور و بنسبة ١١،٦% للإناث .

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن : المجتمع المصري كان الأكثر استخداماً للتواصل الاجتماعي من المجتمع السعودي وقد يرجع ذلك لما شهده المجتمع المصري من أحداث نتيجة ثورة ٢٥ يناير حيث كان لهذه المواقع وخاصة فيس بوك دور كبير في تحريك شباب الثورة ومن العوامل المساعدة على قيام ثورة ٢٥ يناير حيث عندما تشدد الأزمات يحتاج الإنسان إلى الأخر ليشاركه صوره وآماله وأماله وطموحاته يحتاج إلى من يتبادل ويتجانب معه أطراف الحدث لكي يدعم موقفه أو يجعله يتنازل عنه .

جدول رقم (٦) يوضح مرات استخدام الشباب لمواقع التواصل في الأسبوع

النوع	مصر		السعودية		الاجمالي
	ذكور		اناث		
	ك	%	ك	%	
مرات الاستخدام	ك	%	ك	%	ك
كل يوم	٢٣	٤٦	٢٤	٤٨	٧٨
كل يومين	٨	١٦	٤	٨	٢٢
كل ثلاثة	٢	٤	٢	٤	١٣
كل أربعة	١	٢	١	٢	٩
كل خمسة	-	-	-	-	-
كل اسبوع	٣	٦	٢	٤	٨
حسب الظروف	١٣	٢٦	١٧	٣٤	٥٨
الاجمالي	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٨٨

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه جاء في مقدمة مرات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع " كل يوم " بنسبة بلغت ٤١,٤% من إجمالي مفردات العينة ، وقد احتلت المركز الأول في المجتمع المصري بنسبة بلغت ٤٦% للذكور والاناث بنسبة ٤٨% ولكن في المجتمع السعودي احتلت المركز الأول عند الذكور بنسبة ٤٦,٦% ، والمركز الثاني لدي الاناث بنسبة ٢٣,٢% ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن : نتيجة التطور والتقدم الذي تشهده ثورة المعلومات والاتصالات ففي كل لحظة بل أقل من اللحظة يتعرض الشباب للتحديد في شتى مجالات الحياة ولأن الشباب من طباعهم حب البحث والاستطلاع عن كل

مزيد في جميع المجالات
بوصية حتى يكونوا
الآخرين ، وكان " ح
السعودي بنسبة بلغت
بلغت ٣٠,٨% من
بليها في المركز الأو
على حين جاء ٤٠

جدول رقم (٧)
المصري والسعودي
النوع
مكان الاستخدام
المنزل
مقاهي
تلاترنت
عند
الزملاء
والاصدقاء
في أماكن
الدراسة أو
العمل
جملة من
سنلوا

يتضح من
الشباب
العينة ،
دراسة ز
طلبة أن

بور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

جديد في جميع المحاولات والأنشطة مما يستلزم الدخول والتعامل مع المواقع بصفة يومية حتى يكونوا على معرفة بكل ما هو جديد في مجال التفاعل و التواصل مع الآخرين ، وكان " حسب الظروف " في المركز الأول بالنسبة للإناث في المجتمع السعودي بنسبة بلغت ٤٨,٨% . يليها في الترتيب الثاني " حسب الظروف بنسبة بلغت ٣٠,٨% من إجمالي مفردات العينة ، ثم " كل يومين " بنسبة ١١,٧% ، يليها في المركز الثالث " كل ثلاثة أيام " ثم " كل أربعة أيام " في المركز الرابع ، على حين جاء " كل اسبوع " في الترتيب الخامس والأخير

جدول رقم (٧) يوضح مكان استخدام الشباب لمواقع التواصل في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر		السعودية		جملة من سنلوا	
	ذكور	اناث	ذكور	اناث	ك	%
مكان الاستخدام	ك	%	ك	%	ك	%
المنزل	٤٣	٦٥,٢	٤٤	٨٨	١٧٩	٧٩,٢
مقاهي	١٢	١٨,٢	-	-	١٥	٦,٦
ثلاثتنت	٦	٩,١	٥	١٠	٢١	٩,٣
عند الزملاء والاصدقاء	٥	٧,٥	١	٢	١١	٤,٩
في أماكن الدراسة أو العمل	٥	٧,٥	١	٢	١١	٤,٩
جملة من سنلوا	٦٦	١٠٠	٥٩	١٠٠	٢٢٦	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه جاء " المنزل " في مقدمة أماكن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت ٧٩,٢% من إجمالي مفردات العينة ، يليها في الترتيب الثاني " عند الزملاء والاصدقاء " تتفق هذه النتيجة مع دراسة زهير عابد (٢٠١٢) حيث توصلت إلي ان اكثر الأماكن التي يستخدم فيها طلبة الجامعة شبكات التواصل الاجتماعي هي " المنزل " بنسبة ٨٩,٦% يليها في

الترتيب الثاني " منزل صديق " بنسبة ٢٠,٨% (٤٠) ، ثم " مقاهي الانترنت " واخيرا " في أماكن الدراسة أو العمل " .
جدول رقم (٨) يوضح الوقت الذي يقضيه الشباب في استخدام مواقع التواصل

النوع	السعودية				مصر			
	اناث		ذكور		اناث		ذكور	
الوقت	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة	٢٧	١٤	٦	٢٤,٤	١١	٨	٤	١٢
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	٨٣	٣٧,٢	١٦	٤٦,٧	٢١	٤٨	٢٤	٤٤
ثلاث ساعات فأكثر	٧٨	٤٨,٨	٢١	٢٨,٩	١٣	٤٤	٢٢	٤٤
الاجمالي	١٨٨	١٠٠	٤٣	١٠٠	٤٥	١٠٠	٥٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى الوقت الذي يقضيه الشباب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث احتل المركز الأول " من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات " بنسبة بلغت ٤٤,١% من إجمالي مفردات العينة وتتفق هذه الدراسة مع دراسة زهير عابد (٢٠١٢) حيث أشارت النتائج أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من " ساعة إلى أقل من ٣ ساعات " بنسبة ٤٠,٤% (٤١) ، كما تتفق هذه النتيجة مع الدراسة التي أجريت علي ٩ دول عربية تحت عنوان " نظرة علي جيل الرقمية العربي " حيث أظهرت أن ٦١% من الشباب يقضون أكثر من ساعتين يوميا علي مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر ، والفيسبوك " في نسبة تشير إلى تزايد هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي واقترب تفوقها علي المواقع الأخرى (٤٢) ، يليها في المركز الثاني " ثلاث ساعات فأكثر " بنسبة ٤١,٥% ، ثم " أقل من ساعة " في المركز الثالث والأخير بنسبة ١٤,٤% . كما يتفق الذكور والإناث في المجتمع المصري وكذلك الذكور في المجتمع السعودي من حيث الوقت الذي يقضي في استخدام مواقع التواصل

دور مواقع التواصل في تحفيز الانجاب الاجتماعي

وتنوع مختلف الإنث في المجتمع السعودي حيث جاء في المركز الأول للوقت الذي يقضي ثلاث ساعات وأكثر بنسبة ٤٨,٨% يليها في المركز الثاني من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة بلغت ٣٧,٢% ثم أقل من ساعة في المركز الثالث والأخير بنسبة ١٤% بمعنى أن الإنث في المجتمع السعودي أكثر تمضية للوقت في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
جدول رقم (٩) يوضح الفترات الزمنية التي يفضلها الشباب لاستخدام مواقع التواصل

النوع	مصر		السعودية		الإجمالي	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ك	%
الفترة الزمنية	%	ك	%	ك	%	ك
الصباح	-	-	٢,٢	١	١,١	٢
الظهيرة	٢	١	١١,١	٥	٣,٢	٦
المساء	٥٤	٢٤	٤٤,٤	٢٠	٤٥,٧	٨٦
لا يوجد وقت محدد	٤٤	٢٦	٤٢,٢	١٩	٥٠	٩٤
الإجمالي	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	١٨٨

يتبين من بيانات الجدول السابق الفترات الزمنية التي يفضلها الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث احتلت " لا يوجد وقت محدد " المركز الأول بنسبة بلغت ٥٠% من إجمالي مفردات العينة ، يليها في المركز الثاني " المساء " بنسبة بلغت ٤٥,٧% من إجمالي مفردات العينة ، ثم فترة " الظهيرة " في المركز الثالث ، وأخيراً فترة " الصباح " في المركز الرابع ، وقد اتفق الإنث في المجتمع المصري وكذلك الإنث في المجتمع السعودي علي " أنه لا يوجد وقت محدد " حيث احتلت المركز الأول في المجتمعين عند الإنث بنسبة ٥٢% للإنث مصر و ٦٢% للإنث السعودية ، أما الذكور في المجتمعين كانت فترة " المساء " في المركز الأول بنسبة ٥٤% لذكور مصر وبنسبة ٤٤% لذكور السعودية .

جدول رقم (١٠) يوضح المجالات التي يفضل الشباب متابعتها في مواقع التواصل

النوع	مصر				السعودية			
	ذكور		اناث		ذكور		اناث	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسية	٣٠	١٩,٥	٣٣	٢٢,٣	٨	٧,٥	٥	٥,٩
اجتماعية	٢٣	١٤,٩	٣٤	٢٢,٩	٢١	١٩,٨	٢٤	٢٨,٦
ثقافية	٢١	١٣,٦	١٧	١١,٥	٢٤	٢٢,٦	١٣	١٥,٥
ترفيهية	٢٩	١٨,٨	٣٦	٢٤,٣	٢٠	١٨,٩	٢٦	٣٠,٩
دينية	٢٥	١٦,٢	٢٢	١٤,٩	١١	١٠,٤	١٢	١٤,٣
رياضية	٢٦	١٦,٩	٦	٤,١	٢٢	٢٠,٨	٤	٤,٨
جملة من سنلوا	١٥٤	١٠٠	١٤٨	١٠٠	١٠٦	١٠٠	٨٤	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى المجالات التي يفضل الشباب متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي فجاء في المقدمة " ترفيهية " بنسبة بلغت ٢٢,٦% من جملة من سنلوا ، يليها في المركز الثاني " اجتماعية بنسبة ٢٠,٧% ، ثم " سياسية " في المركز الثالث بنسبة ١٥,٤% ، يليها في المركز الرابع " ثقافية " بنسبة ١٥,٢% ، علي حين جاء " دينية " في المركز الخامس بنسبة ١٤,٢% ، ثم " رياضية " في المركز السادس والأخير .

جدول رقم (١١) يوضح تقييم الشباب لمواقع التواصل في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر				السعودية			
	ذكور		اناث		ذكور		اناث	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ممتاز	١١	٢٢	٩	١٨	١٨	٤٠	١٤	٣٢,٦
جيد جدا	١٨	٣٦	٢٥	٥٠	٢٤	٥٣,٣	١٩	٤٤,٢
جيد	١٧	٣٤	١٣	٢٦	٢	٤,٤	٣	٦,٩
متوسط	٤	٨	٣	٦	١	٢,٢	٧	١٦,٣
ردئ	-	-	-	-	-	-	-	-
الاجملي	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٣	١٠٠

يتبين من الجدول السابق تقييم الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي حيث احتل " جيد جدا " المركز الأول بنسبة بلغت ٤٥,٧% من اجمالي مفردات العينة ، يليها في

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

المركز الثاني " ممتاز " بنسبة ٢٧,٧%، ثم " جيد " في المركز الثالث بنسبة ١٨,٦%، وجماء فسي المركز الرابع والأخير " متوسط ". ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة تنال رضا الشباب وتعوز على إعجابهم وهذا يدل على أنها تظفي حاجاتهم ومطالبهم ورغبتهم في التواصل والتفاعل مع الآخرين وتشبع رغباتهم على اختلافها وتنوعها جدول رقم (١٢) يوضح مدي دعوة الشباب للأفراد لتكوين علاقات على اختلاف أنواعها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	مصر				السعودية				الاجمالي	
	ذكور		اناث		ذكور		اناث		ك	%
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
الدعوة لتكوين علاقات	٢٣	٤٦	٢٣	٤٦	١٧	٣٩,٥	٩٠	٤٧,٩		
نعم	٢٢	٤٤	٢٠	٤٠	١٦	٣٥,٦	٨	١٨,٦	٦٦	٣٥,١
أحيانا	٥	١٠	٧	١٤	٢	٤,٤	١٨	٤١,٩	٣٢	١٧
نادرا	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٣	١٠٠	١٨٨	١٠٠
الاجمالي										

تشير بيانات الجدول السابق إلي مدي دعوة الشباب للأفراد لتكوين علاقات على اختلاف أنواعها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حيث ذكر الشباب أنهم يقومون بهذه الدعوة بنسبة بلغت ٨٣% من اجمالي مفردات العينة، في مقابل ١٧% " نادرا " ما يقومون بهذه الدعوة، كما يتفق الذكور في المجتمع المصري والسعودي والانات في المجتمع المصري على هذه الدعوة حيث كانت في المجتمع المصري كالتالي: جاء في المركز الأول للذكور " نعم " بنسبة ٤٦% يليها في المركز الثاني " أحيانا " بنسبة ٤٤%، في مقابل ٤٦% للإناث أجابوا " نعم " ونسبة ٤٠% أجابوا " أحيانا ". أما في المجتمع السعودي فجاء في المركز الأول للذكور " نعم " بنسبة ٦٠% يليها في المركز الثاني " أحيانا " بنسبة ٣٥,٦%، علي حين جاء الاختلاف في إناث السعودية حيث جاء في المركز الأول " نادرا " ما تقوم بهذه الدعوة بنسبة بلغت ٤١,٩%، يليها في المركز الثاني " نعم " بنسبة بلغت ٣٩,٥%، ثم " أحيانا " في المركز الثالث والأخير بنسبة ١٨,٦% وقد

يرجع ذلك إلى عادة وتقاليد المجتمع السعودي . ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن مواقع التواصل تقوم بدور لا يستهان به في تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الشباب من خلال دعوة الآخرين لتكوين علاقات معهم على اختلاف أنواعها وهذا يسهم إلى نجاح هذه المواقع في القيام بهذا الدور .

جدول رقم (١٣) يوضح مدى دخول الشباب في مجموعات مع الزملاء أو من تم التعرف عليهم علي هذه المواقع والتحدث معهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

النوع	مصدر		السعودية				الدخول في مجموعات	
	ذكور		اناث		نعم	أحيانا		
	ك	%	ك	%				
نعم	٢٧	٦٨	٢٤	٥٣,٣	١٤	٣٢,٦	٩٩	٥٢,٧
أحيانا	١٦	٢٠	١٢	٢٦,٧	١٤	٣٢,٦	٥٢	٢٧,٧
نادرًا	٧	١٢	٩	٢٠	١٥	٣٤,٨	٣٧	١٩,٦
الاجمالي	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٣	١٠٠	١٨٨	١٠٠

يتبين من بيانات الجدول السابق مدى دخول الشباب في مجموعات مع الزملاء أو مع من تم التعرف عليهم علي هذه المواقع والتحدث معهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المركز الأول " نعم " سيدخل بنسبة بلغت ٥٢,٧% من اجمالي مفردات العينة ، يليها في المركز الثاني " أحيانا " بنسبة بلغت ٢٧,٧% ، علي حين جاء " نادرًا " في المركز الثالث والأخير . يمكن تفسير ذلك في ضوء أن : نتيجة هذا الجدول تدعم النتيجة السابقة في جدول رقم (١٢) بمعنى ان الشباب لا يكتفون بالدعوة لتكوين علاقات فقط ولكن يقومون بتكوين مجموعات من الزملاء وغيرهم من خلال هذه المواقع من أجل التواصل والتفاعل وكل ذلك يعمل علي تحقيق الانجذاب الاجتماعي .

جدول رقم (١٤) يوضح الموضوعات التي يتحدث فيها الشباب مع الزملاء أو مع من تم التعرف عليهم علي هذه المواقع في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر				السعودية				جملة من سنلوا
	ذكور		انث		ذكور		انث		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الموضوعات عن الأصدقاء	١٦.٣	١٧	٢٢.٧	٨	١١.٦	٨	١١.٦	٥٦	١٩.٤
مشكلة تواجهك	١٥.٦	١٧	٩.١	٦	١١.٦	٨	١١.٦	٤٤	١٢.٩
موضوعات خاصة	١٢.٧	١٧	١٣.٦	٩	١٤.٥	١٠	١٤.٥	٤٨	١٤.١
موضوعات عامة	١٦.٦	١٧	٣٦.٤	٢٤	٣٧.٧	٢٦	٣٧.٧	١١٧	٣٤.٣
اهتمامات مشتركة	٣٢.٧	٣٤	١٨.٢	١٢	٢٤.٦	١٧	٢٤.٦	٧٦	٢٢.٣
جملة من سنلوا	١٠.٢	١٠.٤	١٠.٠	٦٦	١٠.٠	٦٩	١٠.٠	٣٤١	١٠.٠

تشير بيانات الجدول السابق إلي الموضوعات التي يتحدث فيها الشباب مع الزملاء أو مع من تم التعرف عليهم علي هذه المواقع حيث جاء في مقدمة هذه الموضوعات " موضوعات عامة " بنسبة ٣٤.٣% من جملة من سنلوا ، يليها في الترتيب الثاني " اهتمامات مشتركة " بنسبة بلغت ٢٢.٣% ، ثم " عن الأصدقاء " بنسبة ١٦.٤% ، يليها " موضوعات خاصة " ، ثم " مشكلة تواجهك " .

جدول رقم (١٥) يوضح مدى تلبية مواقع التواصل الاجتماعي للاحتياجات المختلفة للشباب

النوع	مصر				السعودية				الاجمالي
	ذكور		انث		ذكور		انث		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
تلبية الاحتياجات	٣٤	١٧	٤٨	١٩	٤٤.٢	١٩	٤٤.٢	٦٧	٣٥.٦
نعم	٣٤	١٧	٤٨	١٩	٤٦.٥	٢٠	٤٦.٥	١٠٤	٥٥.٣
أحيانا	٥٦	٢٨	٥٤	٢٩	٩.٣	٤	٩.٣	١٧	٩
نادرا	١٠	٥	٨	٤	٨.٩	٤	٨.٩	١٨٨	١٠.٠
الاجمالي	١٠٠	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٣	١٠٠	١٨٨	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبية احتياجات الشباب بنسبة ٣٥.٦% من اجمالي مفردات العينة حيث ذكرت نسبة ٣٥.٦% أن هذه المواقع " نعم " تلبية الاحتياجات ، على حين ذكرت نسبة ٥٥.٣% أن هذه المواقع " أحيانا " ما تلبية الاحتياجات ، بينما ذكرت نسبة ٩% من اجمالي مفردات العينة أن هذه المواقع " نادرا " ما تلبية الاحتياجات .

جدول رقم (١٦) يوضح أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

الأنشطة	النوع		مصر		السعودية	
	نكود	النسبة %	نكود	النسبة %	نكود	النسبة %
وسيلة للتواصل بين الأهل والأصدقاء	٢٩	٢١.٨	٢٣	٢٢.٩	٢٤	٢٣.٨
مشاركة الآخرين اهتماماتهم	١٤	١٠.٥	١٦	١١.١	٨	٧.٩
للإلتقاء بالأصدقاء القدامى	١٥	١١.٣	١٩	١٤.٢	١٩	١٨.٨
اكتساب صدقات جديدة	١٧	١٢.٨	١١	٧.٦	١١	١٠.٩
عادة يومية	٨	٦	٩	٦.٣	٦	٥.٩
للتسلية والترفيه	٢٣	١٧.٣	٢٣	١٦	١٢	١١.٩
تساعدني علي معرفة نفسي ومعرفة الآخرين	١٢	٩	٩	٦.٣	٥	٥
لتقضية وقت الفراغ	٨	٦	١٢	٨.٣	١٦	١٥.٨
للتخلص من التوتر ونسيان المتاعب اليومية	٧	٥.٣	١٢	٨.٣	-	-
جملة من سنلوا	١٣٣	١٠٠	١٤٤	١٠٠	١٠١	١٠٠
					٨٦	١٠٠
					٤٦٤	١٠٠

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه جاء في مقدمة أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي " وسيلة للتواصل بين الأهل والأصدقاء " بنسبة ٢٢,٤% من جملة من سنلوا إليها في الترتيب الثاني " للتسلية والترفيه " بنسبة ١٧,٧% ، ثم " للبقاء بالأصدقاء القديمي " في المركز الثالث بنسبة ١٢,٥% ، على حين جاء " اقتساب صدقات جديدة " في المركز الرابع بنسبة ١٠,٣% ، يليها في المركز الخامس " مشاركة الآخرين اهتماماتهم " بنسبة ٩,٧% ، ثم " لتفضية وقت الفراغ " في المركز السادس بنسبة ٩,٥% ، يليها " تساعدني على معرفة نفسي ومعرفة الآخرين " في المركز السابع ، ثم " عادة يومية " في المركز الثامن ، على حين جاء " للتخلص من التوتر ونسيان المتاعب اليومية " في المركز التاسع والأخير .

جدول رقم (١٧) يوضح مدى مساعدة مواقع التواصل علي تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر				السعودية				الاجمالي	
	ذكور		اناث		ذكور		اناث		ك	%
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
مدي المساعدة										
نعم	٣٣	٦٦	٢٠	٤٠	٢٦	٥٧,٨	٢٣	٥٣,٥	١٠٢	٥٤,٣
أحيانا	١٧	٣٤	٢٦	٥٢	١٩	٤٢,٢	١٦	٣٧,٢	٧٨	٤١,٤
لا	-	-	٤	٨	-	-	٤	٩,٣	٨	٤,٣
الاجمالي	٥٠	١٠٠	٥٠	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٣	١٠٠	١٨٨	١٠٠

يتبين من الجدول السابق أن مواقع التواصل تساعد علي تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين بنسبة بلغت ٩٥,٧% من إجمالي مفردات العينة موزعة بنسبة ٥٤,٣% أجابوا " نعم " ونسبة ٤١,٤% أجابوا " أحيانا " ، وذكرت نسبة ٤,٣% " لا " تساعد هذه المواقع علي تحقيق الانجذاب الاجتماعي وتعد هذه النسبة ضئيلة مقارنة بنسبة الموافقة علي ان هذه المواقع تساعد علي تحقيق الانجذاب الاجتماعي . ونجد أن الذكور في المجتمع المصري والمجتمع السعودي علي عكس الإناث في المجتمعين من حيث أن نسبة من الإناث أجابوا " لا " تساعد هذه المواقع علي تحقيق الانجذاب الاجتماعي بنسبة بلغت ٨% الإناث في المجتمع المصري

وربما نسبة ٩,٣% للإناث في المجتمع السعودي أما الذكور في المجتمع السعودي
 هذه المواقع تساعد على تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين .
 جدول رقم (١٨) يوضح الأسباب التي تجعل مواقع التواصل الاجتماعي
 تساعد على تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين في المجتمع السعودي
 والسعودي

الأسباب	معارض		محايد		موافق		الاستجابات العمارة
	ك	%	ك	%	ك	%	
١٨٠	١٢	٦,٧	٢٤	١٣,٥	١٤٤	٨٠	تكوين صداقات مع المراد من نفس الجنس
١٨٠	٣٦	٢٠,١	٥٣	٢٩,٥	٩١	٥٠	تكوين صداقات مع أفراد من الجنس الأخر
١٨٠	٤	٢,٢	٢١	١١,٦	١٥٥	٨٦	التواصل مع الأقرباء والأصدقاء في الداخل والخارج
١٨٠	١٢	٦,٧	٥٠	٢٧,٢	١١٨	٦٤	التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك
١٨٠	١٢٧	٧٠,٥	٢١	١١,٦	٣٢	١٧	الحصول على زوج مناسب أو زوجة مناسبة
١٨٠	٣٢	١٧,٢	٦٦	٣٦,٦	٨٢	٤٥	تحقيق الذات
١٨٠	-	٠	١٦٥	٩١,٦	٢٢	١٢	اكتساب معلومات وثقافات جديدة
١٨٠	٦	٣,٣	٣٤	١٩,٤	١٤٠	٧٦	توسيع دائرة علاقاتي الاجتماعية
١٨٠	٢١	١١,٦	٥٧	٣١,٦	١٠٢	٥٦	الحصول على الرفقة والتغلب على الشعور بالعزلة
١٨٠	٠	٠	٣٢	١٧,٨	١٤٣	٧٨	التفاعل الاجتماعي مع الآخرين
١٨٠	٠	٠	٣٣	١٨,٣	١٤٧	٨١	

٥,٥	١٨٠	٢,٥	١١	٤,٥	٤٢	٦,٩	١٢٦	يساعد على إنشاء علاقات اجتماعية جديدة بعيدا عن أماكن العمل والأسرة والدراسة
٥,٥	١٨٠	٢	٩	٤,٤	٤٢	٧	١٢٩	اكتساب مهارات جديدة نتيجة التفاعل مع الآخرين
٥,٥	١٨٠	٤	١٨	٨,٤	٨١	٤,٤	٨١	ساهمت في رفع روعي المعنوية وإحساسي بالمسئولية الاجتماعية
٥,٥	١٨٠	٦,٥	٢٩	٦,٦	٦٣	٤,٨	٨٨	قللت من إحساسي بالعزلة وزادت من اندماجي مع المجتمع
٥,٥	١٨٠	٥,٨	٢٦	٦,٢	٥٩	٥,٢	٩٥	تجدد نشاطي وتشعرتني بالحيوية
٥,٥	١٨٠	٢,٧	١٢	٥,٩	٥٧	٦,١	١١١	تحفزني على المشاركة في الأعمال الاجتماعية
٥,٥	١٨٠	١٦,٦	٧٤	٤,٩	٤٧	٣,٢	٥٩	قللت من شعوري بالخوف والقلق
٥,٥	١٨٠	٢,٧	١٢	٥,٣	٥١	٦,٤	١١٧	توطيد العلاقات مع بعض الأشخاص
١٠٠	٣٢٤٠	١٠٠	٤٤٦	١٠٠	٩٥٩	١٠٠	١٨٣٥	جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي : جاءت نسبة الموافقين على العبارات كما يلي : احتل " التواصل مع الأقرباء والأصدقاء في الداخل والخارج " المركز الأول بنسبة بلغت ٨,٤% من جملة من سنلوا ، يليها في المركز الثاني " تكوين صداقات مع أفراد من نفس الجنس " و " التفاعل الاجتماعي مع الآخرين " بنسبة ٧,٨% لكل منهما ، ثم " تزيد من علاقتي الاجتماعية " في المركز الثالث بنسبة

٧,٦% يليها في المركز الرابع " اكتساب مهارات جديدة نتيجة للتفاعل مع الآخرين " بنسبة ٧% ، يليها في المركز الخامس " يساعد على إنشاء علاقات اجتماعية جديدة ... " ، ثم " التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك " و " توطيد العلاقات الاجتماعية مع بعض الأشخاص " في المركز السادس ، يليها في المركز السابع " تكوين صداقات مع بعض الأشخاص " في المركز الثامن ، ثم " تحديد الشعور بالرفقة والتغلب على الشعور بالعزلة " في المركز التاسع ، يليها " قللت من شعوري بالحيوية " في المركز العاشر ، يليها " قللت من شعوري بالقلق " ، ثم " الحصول على زوج مناسب أو زوجة مناسبة " ، على حين جاء في المركز السادس عشر والأخير " اكتساب معلومات وثقافات جديدة " وجاءت نسبة المحايدين على العبارات كما يلي : جاء في المركز الأول " اكتساب معلومات وثقافات جديدة " بنسبة ١٦,٥% ، يليها في المركز الثاني " ساهمت في رفع روعي المعنوية وإحساسي بالمسئولية الاجتماعية " بنسبة ٨,٤% ، يليها في المركز الثالث " تحقيق الذات " ، ثم " قللت من إحساسي بالعزلة وزادت من اندماجي مع المجتمع " في المركز الرابع ، يليها " تجدد نشاطي وتشعرت بالحيوية " في المركز الخامس ، ثم " الحصول على الرفقة والتغلب على الشعور بالعزلة " و " تحفرتني على المشاركة في الأعمال الاجتماعية " في المركز السادس ، على حين جاء " تكوين صداقات مع أفراد من الجنس الآخر " في المركز السابع ، ثم " توطيد العلاقات الاجتماعية مع بعض الأشخاص " في المركز الثامن ، ثم " التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك " في المركز التاسع ، ، يليها " قللت من شعوري بالقلق والقلق " ، ثم " يساعد على إنشاء علاقات اجتماعية جديدة ... " ، ثم " اكتساب مهارات جديدة نتيجة التفاعل مع الآخرين " ، يليها " تزيد من علاقات الاجتماعية " ، ثم " التفاعل الاجتماعي مع الآخرين " في المركز الرابع عشر ، ثم

تكوين صداقات
عشر والأخير
الحصول على
وجاءت نسبة
على زوج منا
قللت من شعوري
من الجنس الآخر
الذات ، ثم
المركز الثالث
الرفقة والتغلب
وإحساسي
أفراد من
على المتأثرين
الأشخاص
مهارات
من عا
جاء في
والخارج

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

تكوين صداقات مع أفراد من نفس الجنس " ، علي حين جاء في الترتيب السادس عشر والأخير " التواصل مع الأقرباء والأصدقاء في الداخل والخارج " و الحصول علي زوج مناسب أو زوجة مناسبة " .

وجاءت نسبة المعارضين علي العبارات كما يلي :احتل المركز الأول " الحصول علي زوج مناسب أو زوجة مناسبة " بنسبة ٢٨,٥% ، يليها في المركز الثاني " قلت من شعوري بالخوف والقلق " بنسبة ١٦,٦% ، ثم " تكوين صداقات مع أفراد من الجنس الآخر " في المركز الثالث ، علي حين جاء في المركز الرابع " تحقيق الذات " ، ثم " قلت من إحساسي بالعزلة وزادت من اندماجي مع المجتمع " في المركز الخامس ، يليها " تجدد نشاطي وتشعرتني بالحياة " ، ثم " الحصول علي الرفقة والتغلب علي الشعور بالعزلة " ، يليها " ساهمت في رفع روعي المعنوية وإحساسي بالمسئولية الاجتماعية " ، يليها في المركز التاسع " تكوين صداقات مع أفراد من نفس الجنس " و " التواصل مع جماعات ذات اهتمام مشترك " و " تحفزني علي المشاركة في الأعمال الاجتماعية " و " توطيد العلاقات الاجتماعية مع بعض الأشخاص " ثم " يساعد علي إنشاء علاقات اجتماعية جديدة ... " ، ثم " اكتساب مهارات جديدة نتيجة التفاعل مع الآخرين " ، يليها في المركز الثاني عشر " تزيد من علاقتي الاجتماعية " ، يليها " التفاعل الاجتماعي مع الآخرين " ، علي حين جاء في المركز الرابع عشر والأخير " التواصل مع الأقرباء والأصدقاء في الداخل والخارج " .

جدول رقم (١٩) يوضح الأسباب التي لم تجعل مواقع التواصل تساعد على تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين في المجتمع المصري والسعودي على

النوع	مصر								الأسباب
	السعودية				مصر				
	اناث		ذكور		اناث		ذكور		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
جملة من سئلتها	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
لا أجد أي فائدة من العلاقات التي تتم من خلال هذه المواقع	٤	٢٥	٢	-	١٦,٧	٢	-	-	
غير موثوق في العلاقات التي يتم تكوينها من خلالها	٦	٢٥	٢	-	٣٣,٣	٤	-	-	
تشجع على الانطوائية	٢	٢٥	٢	-	-	-	-	-	
مضیعة للوقت	٤	-	-	-	٣٣,٣	٤	-	-	
الاختلاط بقرناء السوء	٤	-	١	-	٨,٣	١	-	-	
عدم التوافق مع الآخرين	٢	١٢,٥	١	-	٨,٣	١	-	-	
جملة من سئلتها	٢٠	١٠٠	٨	-	١٠٠	١٢	-	-	

يتبين من بيانات الجدول السابق أنه جاء على رأس الأسباب التي لم تجعل مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين أنها " غير موثوق في العلاقات التي يتم تكوينها من خلال هذه المواقع " بنسبة ٣٠% من جملة من سئلتها ، يليها في الترتيب الثاني " لا أجد أي فائدة من العلاقات التي تتم من خلال هذه المواقع " و " مضیعة للوقت " بنسبة ٢٠% لكل منهما ، يليها في الترتيب الثالث " تشجع على الانطوائية " و " الاختلاط بقرناء السوء " و " عدم التوافق مع الآخرين " بنسبة ١٠% لكل منهما .

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

جدول رقم (٢٠) يوضح مدى تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري والسعودي

النوع	مصر				السعودية				الاجمالي
	ذكور		إناث		ذكور		إناث		
تحقق الانجذاب	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
تحقق الانجذاب	٨	١٦	١٠	٢١،٧	٧٤	٥٣،٣	٨	٢٠،٥	٧٧،٨
حققت إلى حد كبير	٤٧	٨٤	٣٦	٧٨،٣	٧١	٤٦،٧	٣١	٧٩،٥	٧٧،٢
حققت إلى حد ما	-	-	-	-	-	-	-	-	-
لم تحقق	٥٠	١٠٠	٤٦	١٠٠	٤٥	١٠٠	٣٩	١٠٠	١٨٠
الاجمالي									

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين بنسبة بلغت ١٠٠% حيث جاء في المقدمة " حققت إلى حد ما " بنسبة ٧٧،٢% من إجمالي مفردات العينة ويليهما في المركز الثاني " حققت إلى حد كبير " بنسبة ٢٧،٨% . وجاء في المجتمع المصري " حققت إلى حد ما " في المركز الأول يليها " حققت إلى حد كبير " في المركز الثاني ، علي حين في المجتمع السعودي جاء في المركز الأول " حققت إلى حد كبير " للذكور بنسبة ٥٣،٣% واحتلت المركز الثاني للإناث بنسبة ٢٠،٥% وجاء " حققت إلى حد ما " في المركز الأول للإناث بنسبة ٧٩،٥% وفي المركز الثاني للذكور بنسبة ٤٦،٧%

جدول رقم (٢١) يوضح أكثر مواقع التواصل تحقيقا للإنجذاب الاجتماعي مع الآخرين في المجتمع المصري والسعودي

النوع أكثر المواقع	مصر							
	السعودية				مصر			
	اناث		ذكور		اناث		ذكور	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أصحاب مكتوب	١٤	٢٠,٦	١	١١,٠١	٤	٨,٧	٤	٨
لينكد إن	١٤	٢٠,٦	١	١١,٠١	١	٢,٢	٤	٢
هاي فايف	٦	٥,١	٢	٤,٤	٢	٤,٣	٨	٤
ملتي بلاي	١٠	٥,١	٢	٨,٩	١	٢,٢	٤	٢
نينج	١٠	٧,٧	٢	٦,٧	٣	٢,٢	٦	٣
ماي سبيس	٩	٥,١	٢	٦,٧	٣	٦,٥	١٠	٥
جوجل بلس	١٤	٧,٧	٣	٦,٧	٥	١٠,٨	١٢	٦
الفيس بوك	٣٧	٢٠,٥	٨	١٥,٦	٧	٢٨,٣	١٣	١٨
التويتر	٣١	١٥,٤	٦	٢,٠	٩	١٩,٦	١٤	٧
اليوتيوب	٢٨	١٧,٩	٧	١٣,٣	٦	١٥,٢	١٦	٨
الاجمالي	١٨٠	١٠٠	٣٩	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٦	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن أكثر مواقع التواصل تحقيقا للإنجذاب الاجتماعي مع الآخرين " الفيس بوك " بنسبة بلغت ٢٠,٦% من إجمالي مفردات العينة ، يليها في المركز الثاني " التويتر " بنسبة بلغت ١٧,٢% ، ثم " اليوتيوب " في المركز الثالث بنسبة ١٥,٦% ، يليها في المركز الرابع " جوجل بلس " بنسبة بلغت ١١,٧% ، ثم " ماي سبيس " و " أصحاب مكتوب " في المركز الخامس بنسبة ٧,٨% لكل منهما ، يليها " هاي فايف " و " ملتي بلاي " في المركز السادس ، ثم " نينج " في المركز السابع ، وجاء " لينكد إن " في المركز الثامن والأخير .

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

جدول رقم (٢٢) يوضح رأي الشباب في الانجذاب الاجتماعي الذي يتم من خلال مواقع التواصل في المجتمع المصري والسعودي

النوع	السعودية				مصر				رأي الشباب	
	اناث		ذكور		اناث		ذكور			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
الشباب	٤١,١	٧٤	٥٦,٤	٢٢	٤٨,٩	٢٢	٢٨,٣	١٣	٣٤	١٧
مفيد	٥٣,٣	٩٦	٣٠,٨	١٢	٤٢,٢	١٩	٦٩,٥	٣٢	٦٦	٣٣
عادي	٥,٦	١٠	١٢,٨	٥	٨,٩	٤	٢,٢	١	-	-
غير مهم	١٠٠	١٨٠	١٠٠	٣٩	١٠٠	٤٥	١٠٠	٤٦	١٠٠	٥٠
الاجمالي										

يتبين من الجدول السابق رأي الشباب في الانجذاب الاجتماعي الذي يتحقق من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فجاء " عادي " في المركز الأول بنسبة بلغت ٥٣,٣% من إجمالي مفردات العينة ، يليها في المركز الثاني " مفيد " بنسبة ٤١,١% ، ثم " غير مهم " بنسبة ٥,٦% في المركز الثالث والأخير . ونجد أن رأي الشباب في المجتمع المصري يختلف عن رأي الشباب في المجتمع السعودي من حيث جاء في المركز الأول " عادي " لدى كل من الذكور والاثان في المجتمع المصري بنسبة ٦٦% للذكور و بنسبة ٦٩,٥% للإناث وفي المركز الثاني في المجتمع السعودي بنسبة ٤٢,٢% للذكور وبنسبة ٣٠,٨% للإناث ، علي حين جاء " مفيد " في المركز الأول في المجتمع السعودي لدى كل من الذكور والاثان بنسبة ٤٨,٩% للذكور و بنسبة ٥٦,٤% للإناث وفي المجتمع المصري احتلت المركز الثاني بنسبة ٣٤% للذكور وبنسبة ٢٨,٣% للإناث ، ثم جاء " غير مهم " لتحتل المركز الثالث في كل من المجتمعين .

جدول رقم (٢٤) يوضح أسباب عدم استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	مصدر		النوع
	النسبة	العدد	
أسباب عدم الاستخدام			
استخدم مواقع أخرى	٤	١١	
لا أثق فيما تقدمه من معلومات	٤	١١	
لا أثق في العلاقات الاجتماعية التي تتم مع الآخرين من خلاله	١	٣	
لا أجد فيها جديد	٣	١١	
لا يوجد فيها ما يجذبني	٣	١١	
لا تحقق طموحاتي	٢	٦	
لا أشعر بذاتي ووجودي	٢	٦	
زادت من شعوري بالعزلة والوحدة	٢	٦	
جملة من سنلوا	١٨	٥٠	

يتبين من الجدول السابق أن نسبة من الإناث في المجتمع السعودي لا تتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لعدد من الأسباب وجاء في مقدمة هذه الأسباب " لا أثق فيما تقدمه من معلومات " و " لا أجد فيها جديد " و " لا يوجد فيها ما يجذبني " بنسبة بلغت ١٦,٧% لكل منهما ، يليها في المركز الثاني " استخدم مواقع أخرى " و " لا تحقق طموحاتي " و " لا أشعر بذاتي ووجودي " و " زادت من شعوري بالعزلة والوحدة " بنسبة ١٨%.

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

نتائج اختبار صحة الفروض

الفرض الأول: " توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدام مواقع التواصل والدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل ". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين استخدام مواقع التواصل والدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل، وذلك كما يلي: جدول رقم (٢٤) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين استخدام مواقع التواصل

والدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل

البيان	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل بيرسون	مستوى الدلالة
استخدام مواقع التواصل	١٠،٦٤	١،٨٧	٠،٣١٥	٠،٠٠١
الدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع	٢،٣٥	٠،٧٢		

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين استخدام مواقع التواصل والدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل، حيث بلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠،٣٥١) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠٠١). وبذلك ثبت صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: " توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين كثافة التعرض لمواقع التواصل وتحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين ". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض لمواقع التواصل وتحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين، وذلك كما يلي:

جدول رقم (٢٥) معامل ارتباط بيرسون لتفاضل العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض لمواقع التواصل وتحقق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين

البيانات	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل بيرسون
كثافة التعرض لمواقع التواصل	١٠٠,٦٤	١٠,٨٧٧	٠,٢٣٠
تحقق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين	٢,٢٧	٠,٤٤٨	٠,٠٠١

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين كثافة التعرض لمواقع التواصل وتحقق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين، حيث بلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٢٣٠) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١). وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: "توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث على مقياس الانجذاب الاجتماعي". للتحقق من صحة هذا الفرض، تم اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الانجذاب الاجتماعي وفقاً للنوع، وذلك كما يلي:

جدول رقم (٢٦) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الانجذاب الاجتماعي وفقاً للنوع

البيانات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	الدلالة
الذكور	٩٥	٢,٤٥٢	٠,٦٣١	١٨٧	٢,٠٣٨	٠,٠٠٥
الإناث	٨٥	٢,٢٣٥	٠,٧٩٦			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الانجذاب الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث تبين أن قيمة "ت" بلغت ٢,٠٣٨، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة احصائية = ٠,٠٠٥. وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث.

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي
الفرض الرابع: " توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجتمع المصري
 والمجتمع والسعودي على مقياس الانجذاب الاجتماعي " . للتحقق من صحة
 هذا الفرض تم اختيار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الباحثين على
 مقياس الانجذاب الاجتماعي وفقاً للمجتمع، وذلك كما يلي :

جدول رقم (٢٧) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات
 الباحثين على مقياس الانجذاب الاجتماعي وفقاً للمجتمع

البيان	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة الحرجة	مستوى الدلالة
المجتمع المصري	٩٦	٢،١٨٧	٠،٣٩٢	١٨٧	٢،٩٤٤	٠،٠١
المجتمع السعودي	٨٤	٢،٣٨١	٠،٤٨٨			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين
 متوسطات درجات الباحثين على مقياس الانجذاب الاجتماعي وفقاً للمجتمع، حيث
 تبين أن قيمة "ت" بلغت ٢،٩٤٤، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة
 إحصائية = ٠،٠١ . وبذلك ثبت صحة الفرض الرابع. **الفرض الخامس:** " توجد
 علاقة ارتباطية بين استخدام مواقع التواصل وبين مستوى تحقيق هذه المواقع
 للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين " . وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب
 معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين استخدام مواقع التواصل وبين
 مستوى تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين، وذلك كما يلي:

جدول رقم (٢٨) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين استخدام مواقع التواصل وبين مستوى تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين

مستوى الدلالة	معامل بيرسون	الانحراف المعياري	المتوسط	البيان
شاهد	٠,١٤٤	١,٨٧٧	١٠,٦٤	استخدام مواقع التواصل
		٥,٢٢٧	٤٤,٤٧	تحقق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين استخدام مواقع التواصل وبين مستوى تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين، حيث بلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,١٤٤) وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وبذلك ثبت عدم صحة الفرض الخامس.

الفرض السادس: "توجد علاقة ارتباطية بين الدعوة إلي تكوين صداقات علي مواقع التواصل وبين تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين بين الدعوة إلي تكوين صداقات علي مواقع التواصل وبين تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين، وذلك كما يلي:

جدول رقم (٢٩) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين الدعوة إلي تكوين صداقات علي مواقع التواصل وبين تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين

مستوى الدلالة	معامل بيرسون	الانحراف المعياري	المتوسط	البيان
٠,٠٥	٠,١٦٤	٠,٧٢٠	٢,٣٥	الدعوة إلي تكوين صداقات علي مواقع التواصل
		٠,٤٤٩	٢,٧٧	تحقق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الدعوة إلي تكوين صداقات علي مواقع التواصل وبين تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين، حيث بلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,١٦٤) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وبذلك ثبت صحة الفرض السادس ..

أهم نتائج الدراسة

- (١) أن نسبة ٩٦,٩% من إجمالي مفردات العينة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي .
- (٢) تقسم الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي حيث احتل " حد جدا " المركز الأول بنسبة بلغت ٤٥,٧% من إجمالي مفردات العينة .
- (٣) أن مواقع التواصل الاجتماعي تلبي احتياجات الشباب بنسبة ٩١% من إجمالي مفردات العينة .
- (٤) أنه جاء في مقدمة أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي " وسيلة للتواصل بين الأهل والأصدقاء " بنسبة ٢٢,٤% من جملة من سئلوا .
- (٥) أن مواقع التواصل تساعد على تحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين بنسبة بلغت ٩٥,٧% من إجمالي مفردات العينة .
- (٦) أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين بنسبة بلغت ١٠٠% .
- (٧) أن أكثر مواقع التواصل تحقيقاً للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين " الفيس بوك " بنسبة بلغت ٢٠,٦% من إجمالي مفردات العينة ، يليها في المركز الثاني " التويتتر " بنسبة بلغت ١٧,٢% ، ثم " اليوتيوب " في المركز الثالث بنسبة ١٥,٦% .
- (٨) رأى الشباب في الانجذاب الاجتماعي الذي يتحقق من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فجاء " عادي " في المركز الأول بنسبة بلغت ٥٣,٣% من إجمالي مفردات العينة
- (٩) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام مواقع التواصل والدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل .
- (١٠) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة التعرض لمواقع التواصل وتحقيق الانجذاب الاجتماعي مع الآخرين .
- (١١) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث على مقياس الانجذاب الاجتماعي .
- (١٢) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجتمع المصري والمجتمع والسعودي على مقياس الانجذاب الاجتماعي .
- (١٣) لا توجد علاقة ارتباطية بين استخدام مواقع التواصل وبين مستوي تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين .
- (١٤) توجد علاقة ارتباطية بين الدعوة إلى تكوين صداقات على مواقع التواصل وبين تحقيق هذه المواقع للانجذاب الاجتماعي مع الآخرين .

المراجع

- (١) عبد المنعم الحفني ، موسوعة علم النفس والتحليل النفسي (القاهرة : مكتبة مدبولي ، ١٩٧٨) ص ٢٩ .
- (٢) Moyers , David G . Social Psychology, Fourth Edition (New York: McGraw Hill, Inc, 1993) p. 462.
- (٣) Johnson, David W . & Johnson , Frank p , Joining together : Group theory and group skill , Fourth Edition (Boston : Allyn & Bacon , 1998) p.62 .
- (٤) جون دكت ، علم النفس الاجتماعي والتخصص ، ترجمة عبد الحميد صفوت (القاهرة : دار الفكر العربي ، ٢٠٠٠) ص ٤٥ .
- (٥) Johnson, David W . & Johnson , Frank p , op . cit , p . 100 .
- (٦) وفاء هانم الصادي ، " إسهامات طريقة تنظيم المجتمع في تنمية الخدمة الاجتماعية " بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع (القاهرة : كلية الخدمة الاجتماعية ، ١٩٩١) .
- (٧) يوسف عيادات الحاسوب التعليمي وتطبيقاته التربوية ، ط ١ (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤) ص ١
- (٨) دراسة: ١,٩ مليون مستخدم جديد للإنترنت في مصر بعد الثور، الأحد ٢٧/١/٢٠١٣/٢٠١٣ م القاهرة ٠٧:١٤:٣٧
- <http://computer.akhbarway.com/news.asp?c=2&id=82379>
- (٩) صحيفة حدث الالكترونية الأحد ٦ يناير ٢٠١٣ ، ١٢ مساء .
<http://www.hadth.org/c-27601>
- (١٠) مؤمن جبر عبد الشافي ، " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بزيادة التأثيرات المعرفية للصحف لدي شباب الجامعات المصرية " ، مجلة دراسات الطفولة ، إصدار خاص بمؤتمر الأقسام العلمية ، (معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس ، أكتوبر ، ٢٠١١) ص ٤٩ .
- (١١) سعود الهواوي
- (١٢) محمد عولي محمد النعامي ، دور دائرة العلاقات العامة بالجامعة الإسلامية في تحسين الصورة الذهنية لدي طلبة الجامعة عبر صفحة ال Facebook ، بحث غير منشور ، غزة : قسم الصحافة والاعلام بالجامعة الإسلامية ، ٢٠١٠ .
- (١٣) هشام عطية عبد المقصود ، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية في قضايا وأحداث الشئون العامة في وسائل الإعلام الجديدة : دراسة تطليلية لخطاب المدونات المصرية ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، مؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر ، ١٥ - ١٧ فبراير ٢٠٠٩) .
- (١٤) أشرف جلال حسن ، مرجع سابق .
- (١٥) Sonia Livingstone , Taking Risky Opportunities in Youthful Conetent Creation : Teenager's Use of Social Networking Sites , for Intimacy and Self-expression , New Media & Society , 2008 , 10 , 393 , Available at : <http://nms.sagepub.com/cgi/content/tefs/10/3/393> .

- ¹⁶⁾ Kanakara Navasartian , Digging for votes : an analysis of 2008 Presidential Candidates Use of New Media , Master Thesis , California , University of Southern California , May 2008 .
- ¹⁷⁾ Keri Stephens & Patty Malones , If the Organization Won't Give us Information : the Use of Multiple New Media for Crisis Technical Translation and Dialoguc , Paper Presented at the Annual Meeting of the NCA 94th Annual Convention , San Diego , Nov . 20 , 2008 . Available at : <http://www.allacademic.com/meta/p238851-index.html> .
- ¹⁸⁾ John Raacke , Jennifer Bonds - Raacke . Myspace and Facebook : Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites , **Cyber Psycholog & Behavior** . Vol . 11 (University of North Carolina-Pembroke : Department of Psychology and Counseling , 2008)
- (¹⁹) حسني محمد نصر ، المدونات الإلكترونية ودعم التعبير في التعددية في العالم العربي (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثامن ، العدد الثالث ، يوليو / سبتمبر ، ٢٠٠٧) .
- ²⁰⁾ Ellison , N.B.,Steinsfield, C . & Lampe, C . , The Benefits of Face Book Friends Social Capital and College Students , Use of On Line Social Networks Sties ,Journal of Computer Mediated Communication 12,4,Article 1, 2007 .
- ²¹⁾ Ogan Christine " confession revelation and story telling attrens of use on apopular Turkish web site " New media & society (vol . 8 , No(5) ,2) available on line at <http://nms.sagepub.com>
- ²²⁾ Zhos .S. ,Do Internet Users have more social ties ? Acall for Differentiated analyses of Internet Use , Journal of Computer Mediated Communication ,11 (3) articles , 2006 .
- ²³⁾ Cheng - Nan Hou & Ming - Hsin Wang , Creating the Internet as Alternative Media , paper Presented at the Annual Meeting of the American Sociological Association , Atlanta , Aug . 16 , 2003 , Available at : <http://www.allacademic.com/meta/p107463-index.html> .
- ²⁴⁾ Jaschinski, C. and Kommers, P. 'Does beauty matter? The role of friends' attractiveness and gender on social attractiveness ratings of individuals on Facebook', *Int. J. Web Based Communities*, Vol. 8, No. 3, pp.389-401. (2012) .
- ²⁵⁾ Marjolijn L. Antheunis&Alexander P. Schouten .The Effects of Other-Generated andSystem-Generated Cues on Adolescents'Perceived Attractiveness on Social Network Sites **Journal of Computer-Mediated Communication** 16 (2011) 391-406 2011 International Communication Association

Sheldon, P. "I'll poke you. You'll poke me!" Self-disclosure, social attraction, predictability and trust as important predictors of Facebook relationships. *Cyberspace, Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(2), article 1. (2009).

Murstein, Bernard I., Merighi, Joseph R. & Malloy, Thomas E. "Physical attractiveness and exchange theory in interracial dating" *The Journal of Social Psychology*, Vol. 29(3), pp.325-334. 2001.

Yale, Carlos @ Sangrador, Jose, L. "perception of physical attractiveness throughout loving relationships" *Social Psychology*, Vol. 6 (5), pp. 57 - 75. 2001.

سمير محمد حسين ، تطبيقات في مناهج البحث العلمي ، بحوث الاعلام (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٩) ص ص ٧٣ ، ٧٤ .

ويكيبيديا، الموسوعة الحرة. [http:// ar.Wikipedia.org](http://ar.Wikipedia.org)

شريف درويش اللبان، مداخلات في الاعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت ، ط١ (القاهرة : دار العالم العربي ، ٢٠١١) ص ٨٦ .

هناء كمال ، " الأثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الانترنت " رسالة دكتوراة غير منشورة (القاهرة : كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩) ص ص ٤٣-٤٤ .

حسني عوض ، " أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدي الشباب ، تجربة مجلس شبابي عارل أنموذجاً " http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf الجمعة ٢٥ / ١ / ٢٠١٣ .

" الثقافة السياسية " دور مواقع التواصل في تعميق الوعي السياسي ، وكالة انباء البحرين الجمعة الموافق ٢٥ / ١ / ٢٠١٣ <http://bna.bh/portal/news/497100>

35) Sean P.Hagerty (2008), an examination of uses and gratiations of YOUTUBE, Unpublished Master thesis, Department of Communication, Villanova Oniversity,P.93.

محمد علي البسيوني، دولة الـ Face Book (القاهرة : دار الشروق ، ٢٠٠٩) ص ص ١٠-١٢ .

محمد المنصور ، " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية " العربية أنموذجاً " ، رسالة ماجستير غير منشورة (الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك ، كلية الآداب والتربية ، قسم الاعلام والاتصال ، ٢٠١٢) ص ٢٣ .

<http://almokafa.ahlamontada.com/t135-topic>

www.ao-academy.com/.../masterdegreelettermohammadalmansour02

دور مواقع التواصل في تحقيق الانجذاب الاجتماعي

(٣٩) جراح العتيبي " تأثير الفيسبوك على طلبة الجامعات السعودية " رسالة ماجستير غير منشورة (الرياض : كلية الاداب ، جامعة الملك سعود)

(<http://www.otaibah.net/m/showthread.php?p=1175673>)

(٤٠) زهير عابد ، " نور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي _ دراسة وصفية تحليلية ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) مجلد ٢٦ (٦) ٢٠١٢

<http://scholar.najah.edu/sites/scholar.najah.edu/files/journal-article/role-social-communication-networks-mobilizing-palestinian-public-opinion-toward-socio-political-chan.pdf>

(٤١) المرجع السابق .

(٤٢) نظرة علي جيل الرقمية العربي ، قمة أبو ظبي للإعلام ، الأحد ١٢ ذو الحجة ١٤٣٣ هـ العدد ١٤٦٤٠ الموافق ٢٨ / ١٠ / ٢٠١٢

<http://www.al->

jazirah.com/2012/20121028/ec12.htm

Summery

The networking sites role achieving social attraction for Egyptian and Saudi Arab young people societies (field study)

The study aimed to identify the role of networking sites to the achievement of attraction social with young people, and is the current study of descriptive studies, used curriculum sample survey of young age (18 - 21) years as study relied on the comparative method, and has been the use of a tool questionnaire to collect data from the community Egyptian, Saudi and applied the questionnaire on the "200" Single were selected randomly irregular, and it was the most important findings include: that the rate of 96,9% of the total Mfiradat sample sites use social networking, and social networking sites has attracted the social with the others by was 100%, and proven health first hypothesis is "no correlation positive between the use of networking sites and the call to make friends on the networking sites," as proven hypothesis the second is "no correlation positive between the intensity of exposure to networking sites and the achievement of attraction social with others." And also proved true, the third hypothesis is "no statistically significant differences between males and females on a scale of social attraction." And confirm the fourth hypothesis is "no statistically significant differences between the Egyptian society, society and Saudi Arabia on a scale of social attraction." But failed to substantiate the fifth hypothesis is "no correlation between the use of networking sites and the level of achievement of these sites for social affinity with the others." Also been confirmed from the sixth hypothesis is "no correlation between the call to make friends on the networking sites and between sites to achieve these social affinity with the others."