



دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري

سامح فوزي السيد الشحري

المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر

الملخص

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري، وذلك من خلال دراسة ميدانية على طلاب جامعتي القاهرة والسادس من أكتوبر، وتوصلت إلى وجود ارتباط وثيق بين الشباب الجامعي وبين مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال استخدامهم الزمني الكثيف لها، وجاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها المبحوثون موقع (الفيستبوك) بنسبة كبيرة للغاية ويلاحظ من هذه النتيجة أن موقع الفيسبوك هو الموقع الأكثر شهرة واستخدام لدى المبحوثين وهو ما يتسق مع الواقع الفعلي لاستخدام وشهرة مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري حيث يسيطر موقع الفيسبوك على اهتمامات مختلف فئات المجتمع المصري، كما فضل الشباب الجامعي المضمون الخفيف على المضمون الجاد، وأكدت النسبة الأكبر من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت شبكة علاقاتهم الواقعية مما يؤكد العلاقة الوثيقة بين المجال العام الافتراضي والمجال العام الواقعي، وأثبتت الاختبارات الإحصائية أنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك إلى تشكيل رأس مال اجتماعي لطلاب الجامعات.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي – رأس المال الاجتماعي – الاعلام الجديد- الشباب الجامعي-السوشيال ميديا.

Abstract

This study aimed to identify the role of social networking sites in shaping the social capital of Egyptian university youth, through a field study on students of Cairo and Sixth of October Universities. And it is noted from this result that Facebook is the most famous and used site by the respondents, which is consistent with the actual reality of the use and popularity of social networking sites in Egyptian society, where Facebook controls. The interests of various groups of Egyptian society, and university youth preferred light content over serious content, The largest proportion of respondents confirmed that social networking sites supported their network of real relationships, which confirms the close relationship between the virtual public sphere and the real public sphere.

key words: Social networks - social capital - new media - university youth - social media

المقدمة:

بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي كشكل إعلامي مستحدث، وزيادة نسب استخدامها بين أفراد الجمهور؛ اتسعت أنماط استخداماتها وانتقلت من مجرد أدوات للتواصل الاجتماعي وتشكيل العلاقات الاجتماعية إلى الإسهام في الكثير من الوظائف

والمجالات المجتمعية، ومن أهمها الأوساط التعليمية، حيث تستخدم في تحقيق التواصل بين الزملاء والطلاب الجامعيين وتشكيل علاقات اجتماعية افتراضية قوية لتشكل فيما بينها مجتمع مصغر تزداد وتتشابك فيه العلاقات الاجتماعية.

وقد أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص في تبادل المعلومات، وقد جمعت هذه الشبكات الملايين من المستخدمين مع تعدد أنواعها، وتتصف بكونها تفاعلية، فالمتلقي لم يعد يستقبل المعلومة فقط بل أصبح له الحق في التعليق عليها والتعبير عن آرائه ووجهات نظره، فقد وجد الشباب في هذه الشبكات متنفساً له لي طرح من خلالها الموضوعات ويناقشها وهو ما جعل هذه الشبكات لها دور في تشكيل قيم الشباب الاجتماعية والثقافية والأسرية والنفسية والسلوكية.

وتلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في التقريب بين الأفراد والالتحام بينهم وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر انطلاقاً من كونها وسيلة اتصال تفاعلية وفاعلة بين الأفراد وبعضهم البعض. ومن ثم تسعى هذه الدراسة لاختبار دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري وتحديد مستوى وطبيعة هذا الدور.

مشكلة الدراسة:

في إطار الدور المهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التشبيك الاجتماعي وتحقيق الترابط الفعال بين أعضاء هذه المواقع وبناء علاقات مشتركة بين هؤلاء الأعضاء تسهم في تحقيق العديد من المنافع لهم على المستويات الاجتماعية. وفي ظل قلة الدراسات والبحوث السابقة في مجال الاتصال الرقمي التي تعنى بدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي، وخاصة تلك التي تطبق على الشباب الجامعي لدراسة آليات تشكيل رأس المال الاجتماعي في المجتمع الجامعي، تتحدد مشكلة هذه الدراسة في التالي: اختبار دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من الأبعاد التالية:

الأهمية النظرية:

تسعى الدراسة إلى تحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي لفئة مهمة وهي الشباب الجامعي المصري، وخاصة أنه لم يجد الباحث دراسة تتصدى لتحليل هذا الدور لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي المصري تحديداً، وهو ما يسهم في تحقيق التراكم العلمي في هذا المجال البحثي.

الأهمية العملية:

تتناول الدراسة مجالاً مهماً وهو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي في المجتمع المصري، وهو ما يسهم في محصلته النهائية في تحقيق الفعالية للشباب الجامعي المصري في دورهم المجتمعي وقيامهم بالتفاعل الاجتماعي الإيجابي الذي يحقق فوائد للشباب أنفسهم وعلى مستوى العلاقات الاجتماعية بينهم في حياتهم العملية وللمجتمع بأكمله، فمن خلال رأس المال الاجتماعي الإيجابي يسهم الشباب في خدمة أنفسهم وغيرهم من الشباب وفي خدمة المجتمع بأكمله.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية رأس المال الاجتماعي Social Capital:

يعود هذا المفهوم إلى بدايات القرن التاسع عشر، حيث بدأت دراسة مفهوم رأس المال الاجتماعي وبلورته مع ظهور كتابات كل من جيمس كولمان **James Coleman** وروبرت بوتنام **Robert Putnam**، فقد عرفه بوتنام، وفق رؤية ضيقة، على أنه مجموعة الروابط الأفقية التي تربط الأفراد مع بعضهم البعض وشبكة الارتباطات المدنية التي توصل القيم والقواعد الفاعلة للمجتمع وتولد الثقة في هذه القواعد، في حين عرفه كولمان، وفق رؤية واسعة، على أنه وحدات متنوعة من البناء الاجتماعي تسهل للعاملين القيام بأفعالهم سواء كانوا أفراداً أو جماعات ويصف المفهوم بأنه يتلازم مع العلاقات الأسرية والمنظمات الاجتماعية للمجتمع (1).

ويشير رأس المال الاجتماعي إلى جملة الموارد التي يحوزها الفاعل، بشكل مباشر من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية (الرسمية وغير الرسمية)، أو بشكل غير مباشر من خلال شبكة العلاقات الاجتماعية للأفراد الآخرين، والتي يمتلك الوصول إليها ويبدل الوقت والجهد في توفير هذه الموارد بهدف تحقيق المنافع والأرباح، وينظر إلى رأس المال الاجتماعي وفقاً لنوعين

رئيسيين هما: رأس المال الاجتماعي الترابي مقابل رأس المال الاجتماعي التواصلي، ويجمع رأس المال الاجتماعي الترابي الأفراد الذين يتشابهون معاً في خصائص وسمات معينة (السن، النوع، الطبقة، الديانة وغيرها)، أما رأس المال الاجتماعي التواصلي فيشير إلى الشبكات الاجتماعية التي تجمع الأفراد الذين يختلفون عن بعضهم البعض (٢).

ويعتبر رأس المال الاجتماعي لصيقاً بالفعل الاجتماعي، وتتلخص مصادره الرئيسية في: العلاقات والشبكات التي يقيمها الأفراد لتحقيق أهداف معينة مثل النقابات والأحزاب والجمعيات وغير ذلك من العلاقات والشبكات التي تؤسس لحياة مدنية، والمنظومة القيمية التي تأتي على رأسها قيم الثقة والشفافية وتحمل الآخر والرغبة في التعاون معه والعقلانية وغير ذلك من قيم الحداثة (٣).

وقد أصبح الاهتمام برأس المال الاجتماعي في المنظمات الاجتماعية المختلفة ضرورة حتمية وحاجة ملحة تفرضها طبيعة التغيرات المتسارعة في البيئة والتعامل مع مصادر الثروة ودعائم القوة فيها. فتطوير قدرات هذه المنظمات على الانتماء الاجتماعي وخلق درجات عالية من الثقة المتبادلة وتقوية أواصر التعاون تعد من أهم وسائل تماسك المنظمات والمجتمعات، هذا فضلاً عن أن كل الإبداعات والابتكارات تبدأ وتنتج ببناء نسيج اجتماعي متماسك (٤).

ويظهر رأس المال الاجتماعي في المنظمات التي يتواجد بين أفرادها علاقات وتفاعلات اجتماعية وتجمعهم معايير وقيم وأهداف مشتركة يسعون نحو تحقيقها من خلال وجود الثقة والتعاون والتبادل فيما بينهم، ويتضمن رأس المال الاجتماعي قدراً من التبادلية التي تعني قدرة الأفراد على العمل معاً، وهذا يحدث من خلال تبادل المعلومات والخبرات والاستشارات والموارد فيما بين مختلف الأطراف في إطار العلاقات والتفاعلات التي تربط بينهم (٥).

ومع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، أتيح للأفراد العديد من الشبكات، بحيث أصبح بإمكانهم التواصل عبر وسائل أحدث وأكثر تنوعاً، وهو ما فتح المجال البحثي لدراسة الفوائد التي يجنيها الأفراد من شبكات التواصل الاجتماعي (معرفة، توجيه، دعم معنوي)، إلى جانب دراسة الفوائد التي يجنيها الأفراد من هذه الروابط الاتصالية المتنوعة (٦).

ويوظف البحث نظرية رأس المال الاجتماعي لتحليل مستوى رأس المال الاجتماعي المتحقق في البيئة التعليمية الخاصة بالشباب الجامعي المصري، من خلال التواصل بين الطلاب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، سواء لبناء علاقات جديدة أو لتقوية العلاقات القائمة بالفعل، أو تدعيم العلاقات الواقعية المتشكلة بينهم وبين زملائهم وأصدقائهم، وهو ما يسهم في تحقيق مستوى مرتفع لرأس المال الاجتماعي الذي يسهم بدوره، وفقاً لنتائج البحوث والدراسات السابقة، في التطوير الشخصي والتأثير الإيجابي على العلاقات الاجتماعية.

الدراسات السابقة:

تسعى عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي للوقوف على الجوانب النظرية، والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يؤدي إلى إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة التي تناولت علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي واستعرضها مرتبة ترتيباً زمنياً من الأحدث للأقدم:

سعت دراسة (David Manyerere, 2021) (٧) إلى التعرف على تأثير استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي على فرص السلام مقابل الصراع بين الشباب التنزاني، اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال أداة المقابلة المقننة لجمع البيانات من المستجيبين للمسح من الشباب التنزاني وموظفي الحكومة المحلية، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي من خلال نشرها للأخبار الزائفة والشائعات تعزز من فرص النزاعات بين الشباب التنزاني إلى جانب تسببها في أجواء عدم الثقة بينهم، لكن تكشف النتائج وجود آثار إيجابية لهذه الشبكات خاصة وأنها تعزز من السلام بسبب قدرتها على نقل المعلومات والبيانات التي من شأنها أن تغذي قيم الوحدة الإيجابية والتضامن والاحترام بين الشباب.

واستهدفت دراسة (Iela susanty, et al, 2020) (٨) التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب، وتتناول الدراسة علاقة هذه الشبكات برأس المال الاجتماعي والسلامة الشخصية للشباب والرفاهية النفسية وعمليات التعلم، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للدراسات النظرية والبحوث التي تناولت الآثار الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب، وأظهرت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تحسن المهارات الاتصالية للشباب والحصول على البيانات والمعلومات وتزيد خبرتهم التكنولوجية وتحسين التنشئة الاجتماعية لكنها قد تحدث لديهم الضغوط النفسية والتعرض لمخاطر التسلسل عبر الإنترنت.

هدفت دراسة (إيناس الشيتي، ٢٠١٨) (٩) إلى دراسة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم طالبات جامعة القصيم، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي القائم على منهج المسح الاجتماعي، وتكونت عينة الدراسة من ٣٠٠ طالبة ممن استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي تم اختيارهن بطريقة عمدية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين منظومة القيمة لدى الطالبات، حيث ساعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الطالبات على اكتساب العديد من القيم الاجتماعية والمعرفية والمحافظة على القيم الدينية.

وقد تناولت (Alamira Samah Farag, 2015) (١٠) اختبار قدرة التفاعلات السياسية عبر فيس بوك في تشكيل رأس مال اجتماعي للشباب المصري، واشتمل مجتمع الدراسة على الشباب المصري وتكونت العينة النهائية للدراسة المسحية من ٤٠٠ مبحوثاً من الشباب المصري في أعقاب أحداث ٣٠ يونيو، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامي، وتوصلت الدراسة إلى أن فيس بوك أسهم بشكل كبير في تشكيل رأس مال اجتماعي بين أفراد الشباب المصري، رغم وجود اختلافات أيديولوجية وفكرية كبيرة بينهم.

وسعت دراسة (مجدي الداغر، ٢٠١٥) (١١) إلى تحديد السلوك الاتصالي للشباب المصري في علاقته بمواقع التواصل، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة تبلغ (٤٣٠) مبحوثاً من الشباب المصري، موزعين على خمس محافظات مصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال ارتفاع معدلات تعرّض الشباب المصري لها واتساع دائرة استخدامها وسهولة الحصول على المعلومة وسرعة نشرها وقلة تكلفتها، أصبحت تمارس دور البديل الإعلامي الذي يواجه الاستقطاب الذي أفرزته وسائل الإعلام التقليدية.

وسعت دراسة (فهد الطيار، ٢٠١٤) (١٢) إلى اختبار أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من طلاب جامعة الملك سعود بالرياض على اختلاف تخصصاتهم العلمية وتم اختيارهم بطريقة عشوائية وشملت العينة النهائية ٢٢٧٤ طالباً، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الآثار السلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر والإهمال في الشعائر الدينية، أما الآثار الإيجابية لها فتمثلت في الاطلاع على أخبار البلد وتعلم أمور جديدة والتعبير بحرية عن الرأي والتمكين من تخطي حاجز الخجل.

واستهدفت دراسة (نوره عبد الله، ٢٠١٤) (١٣) إلى اختبار أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي، وقد أجريت دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري بلغت (٤٠٠) مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي مارست دورها في ردم الهوة بين الأفراد وبعضهم البعض من خلال الأدوات التفاعلية.

وتناولت دراسة (الأميرة سماح فرج، ٢٠١٢) (١٤) التعرف على واقع السلوكيات الاتصالية للشباب المصري مع شبكات التواصل الاجتماعي قبل وفي أعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي وطبقت دراسة ميدانية أجريت على عينة قدرها (٢٠٠) مبحوثاً من الشباب المصري في أعقاب ثورة ٢٥ يناير، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في تشكيل الهوية السياسية أو الحزبية للفرد من خلال النقاشات السياسية والحزبية بين الأفراد وبعضهم البعض حول أبرز القضايا السياسية.

وسعت دراسة (زهير عابد، ٢٠١٢) (١٥) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وطبقت الدراسة الميدانية على عينة بلغت (٥٠٠) مبحوثاً من طلاب الجامعات الفلسطينية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دوراً متوسطاً في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، فالشبكات الاجتماعية تسهم في تعزيز السلم المجتمعي وحل كثير من المشكلات السياسية والاجتماعية.

واستهدفت دراسة (مبارك زودة، ٢٠١٢) (١٦) إلى اختبار دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام: بالتطبيق على الثورة التونسية نموذجاً، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وطبقت دراسة مسحية على (٣٢٠) مبحوثاً من الشباب الجامعي التونسي، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع الاعلام الاجتماعي لعبت دوراً مهماً في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه لخدمة مصالح الثورة التونسية، لكنها لم تصنع الثورة التونسية وإنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها.

وسعت دراسة (تحسين منصور، ٢٠١٢) (١٧) إلى اختبار دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال دراسة ميدانية على عينة بلغت (٢٨٦) مبحوثاً من الشباب الجامعي

الأردني في جامعة اليرموك، وتوصلت الدراسة إلى أن الأدوار التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي هي أدوار معرفية وأدوار وجدانية وأدوار شخصية وأدوار اجتماعية.

وتناولت دراسة (Gosling et al, 2011) (١٨) طبيعة استخدامات الشباب الأمريكي لشبكات التواصل الاجتماعي والأدوار التي تؤديها في حياتهم، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال دراسة ميدانية على (١٥٩) مبحوثاً من طلاب جامعة واشنطن، وتوصلت الدراسة إلى أنه من بين الأدوار التي تمارسها المواقع الاجتماعية، الطابع الشخصي الذي أكسبته هذه المواقع لوسائل الإعلام، والذي يتضح من خلال المعلومات الشخصية في ملفات وصفحات الأفراد المشاركين في هذه المواقع، وعدد الأصدقاء الذين يتشاركون معهم هذه المعلومات، والاتصالات الشخصية التي يجريها هؤلاء الأفراد، وهو ما يكسب وسائل الإعلام الطابع الشخصي.

وتناولت دراسة (انشرح الشال، ٢٠١٢) (١٩) معرفة رؤية الشباب الجامعي المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعي في ثورة ٢٥ يناير، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال دراسة ميدانية على عينة عمدية من طلاب جامعة القاهرة المستخدمين لمواقع التواصل بلغت (٦٢٨) مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الشباب الجامعي المصري لفيس بوك كان متوسطاً في متابعته لأحداث الخامس والعشرين من يناير، وكان الذكور أكثر استخداماً من الإناث.

وتناولت دراسة (فاطمة الزهراء وبسنت العقباوي، ٢٠١٢) (٢٠) معرفة طبيعة استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأنماط الشخصية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية طبقية قوامها (٤١١) مبحوثاً من الشباب السعودي بمدينة جدة، وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع استخدام المواقع الاجتماعية من جانب الشباب السعودي تحددت في تعميق العلاقات الشخصية بالمعارف والأصدقاء وتجربة شيء جديد لإشباع حب الاستطلاع أو تبادل المعلومات والأفكار والخبرات المفيدة مع الآخرين.

وسعت دراسة (دينا عرابي وبسنت العقباوي، ٢٠١٢) (٢١) إلى معرفة مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، واعتمدت على منهج المسح عبر دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها (٢٠٠) مبحوثاً من الشباب السعودي في المرحلة العمرية (١٨ - ٣٥) عام، وتوصلت الدراسة إلى أن اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي جاء بسبب: مصداقية معلوماتها، سرعتها في نقل الأخبار، حريتها في مناقشة قضايا المجتمع، تنوعها في إعطاء فكرة عن كل ما يحصل في العالم، انفرادها بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى، كونها تعبر عن رأي ورأي المجتمع بأكمله، تقدم تغطية حية للأحداث من موقعها، تميز المضمون الخبري فيها بالثقة.

واستهدفت دراسة (Bouvier & Barry, 2011) (٢٢) التعرف على استخدامات الطلاب لشبكة الفيسبوك، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وقد أجريت الدراسة بشكل مقارن على كل من الطلاب العرب والإنجليز بدولة الإمارات والمملكة المتحدة وبلغت العينة ٤٠٠ طالب، وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع الطلاب العرب لاستخدام فيس بوك تتمركز حول التعبير عن أنفسهم من خلال الكتابة على الحائط، في حين تتمركز دوافع الطلاب الإنجليز على إرسال الرسائل الخاصة.

وتناولت دراسة (Pelling et al, 2009) (٢٣) طبيعة استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، واعتمدت على المنهج المسحي من خلال دراسة ميدانية على (٢٣٣) مبحوثاً من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك عدة عوامل تؤثر على استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، تمثلت في: اتجاهات المستخدمين المسبقة، الضوابط الأخلاقية للمستخدمين، الهوية الذاتية لهم.

وتناولت دراسة (Young, ٢٠١١) (٢٤) استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من خلال دراسة ميدانية على (٧٥٨) مبحوثاً ومقابلات متعمقة مع (١٨) مبحوثاً في **Metropolitan University Sydney**، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز استخدامات فيس بوك تتعلق بثلاث مظاهر هي: تحقيق والمحافظة على الاتصال، تسهيل إجراء الاتصال بالأصدقاء الافتراضيين، القبول بظاهرة الاتصال عبر فيس بوك.

التعقيب على الدراسات السابقة:

يتضح من مراجعة الدراسات والبحوث السابقة في مجال علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي قلة الدراسات التي تناولت أثر شبكات التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي وخاصة في البيئة التعليمية للشباب الجامعي وهو ما تدرسه الدراسة الحالية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على كثافة استخدام الشباب الجامعي المصري لشبكات التواصل الاجتماعي.
- رصد وتحليل أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب الجامعي المصري.
- تحديد دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل العلاقات الاجتماعية الافتراضية والواقعية للشباب الجامعي المصري.
- التعرف على مستوى التفاعل الاجتماعي للشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي.
- رصد وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري.

تساؤلات الدراسة:

تجيب الدراسة عن التساؤلات التالية:

- منذ متى يستخدم الشباب الجامعي المصري شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما عدد أيام وساعات استخدام الشباب الجامعي المصري لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب الجامعي المصري؟
- ما أهم المضامين التي يتابعها الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية التي يشكلها الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- هل يستفيد الشباب الجامعي المصري من علاقاتهم على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الواقعية للشباب الجامعي المصري؟
- هل ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل شبكة علاقات افتراضية للشباب الجامعي المصري؟
- ما مستوى التفاعل الاجتماعي للشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما طبيعة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبين دورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري.
- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى التفاعل الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي وبين دورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري.
- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المتغيرات الديموجرافية المختلفة في دور شبكات التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي. ويتفرع عنه الفروض الفرعية التالية:
 - توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في دور شبكات التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي.
 - توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من أصحاب الدخل المختلفة في دور شبكات التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي.
 - توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب التخصص النظري والعملي في دور شبكات التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي.

حدود الدراسة:

- (أ) الحدود الزمانية: تم جمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث خلال شهري فبراير ومارس من عام ٢٠٢١.
- (ب) الحدود المكانية: تم تطبيق البحث داخل مدينة القاهرة.
- (ج) الحدود البشرية: يقتصر البحث على الشباب الجامعي المصري بجامعة القاهرة و٦ أكتوبر.
- (د) الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على متغيرات (كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي – دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل العلاقات الاجتماعية الافتراضية والواقعية – مستوى التفاعل الاجتماعي بين الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الاعلامي بهدف رصد وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية منتظمة من طلاب الجامعات المصرية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة العام – الذي يمكن تعميم النتائج عليه – من الشباب الجامعي المصري، في كل من الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وقد تم اختيار مدينة القاهرة لاستحواذها على نسبة كبيرة من الجامعات الحكومية والخاصة، وقد تم اختيار عينة الدراسة من جامعتي القاهرة والسادس من أكتوبر بالتساوي بينهما حيث تم اختيار ٢٠٠ مفردة من جامعة القاهرة و٢٠٠ مفردة من جامعة ٦ أكتوبر، ويوضح الجدول التالي المتغيرات الديموغرافية للعينة:

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة (ن=400)

| المتغيرات | الفئات | ك | % |
|--------------|------------------------|-----|------|
| النوع | ذكور | ١٣٤ | ٣٣,٥ |
| | إناث | ٢٦٦ | ٦٦,٥ |
| الدخل الشهري | أقل من ١٠٠٠ جنيه | ١٧٦ | ٤٤ |
| | الف إلى خمسة الاف جنيه | ١٩٢ | ٤٨ |
| | أكثر من خمسة الاف جنيه | ٣٢ | ٨ |
| التخصص | نظري | ١٤٨ | ٣٧ |
| | عملي | ٢٥٢ | ٦٣ |

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وقد تمت مراجعة صحيفة الاستقصاء علمياً ومنهجياً من قبل متخصصين في الإعلام، وهو ما يعرف باختبار الصدق الظاهر، حيث تم الاعتماد على الصدق الظاهر Face Validity الذي يتم فيه تقييم أداة القياس من جانب المحكمين. كما تم اختبار ثبات صحيفة الاستقصاء من خلال تطبيق اختبار كرونباخ ألفا وبلغت قيمه لكل متغير من متغيرات الدراسة نسبياً مقبولة لثبات صحيفة الاستقصاء، ويشير إلى صلاحيتها للتطبيق، وقد تم توزيع الاستبانة على المبحوثين بطريقة إرسال الاستبانة الإلكترونية عن طريق البريد الإلكتروني وغيرها من وسائل الاتصال الإلكترونية.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

جرت معالجة البيانات وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS ٢٢، وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر.

مفاهيم البحث والتعريفات الإجرائية:

شبكات التواصل الاجتماعي: هي المواقع الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين إنتاج ومشاركة المحتوى الخاص بها^(٢٥)، وينصب تركيز هذا البحث على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر- انستجرام- يوتيوب- سناب شات- تيك توك).

رأس المال الاجتماعي: تعددت التعريفات المقدمة لرأس المال الاجتماعي نظراً لارتباط المفهوم بالعديد من العلوم النظرية المختلفة كالإدارة والاقتصاد والسلوك التنظيمي وعلم الاجتماع وعلم الاتصال، ولهذا يتبنى البحث مفهوماً لرأس المال الاجتماعي وفقاً لأدبيات علم الاتصال والاعلام، حيث يشير رأس المال الاجتماعي إلى قيمة الشبكات الاجتماعية ومدى استعداد أعضاء تلك الشبكات لخدمة بعضهم بعضاً^(٢٦). ورأس المال الاجتماعي في هذا البحث يقصد به الأثر المتحقق من استخدام الشباب الجامعي المصري لشبكات التواصل الاجتماعي في التواصل والترابط الاجتماعي وتبادل المعلومات.

نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

جدول رقم (٢)

فترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

| فترة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي | ك | % |
|--------------------------------------|-----|-----|
| منذ أقل من عام | ١ | ٠,٢ |
| من عام إلى ثلاثة أعوام | ٢٧ | ٦,٨ |
| من أربعة إلى ستة أعوام | ٦٤ | ١٦ |
| أكثر من ستة أعوام | ٣٠٨ | ٧٧ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء في صدارة فترة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (أكثر من ستة أعوام) بنسبة ٧٧٪، يليها (من أربعة إلى ستة أعوام) بنسبة ١٦٪، ثم (من عام إلى ثلاثة أعوام) بنسبة ٦,٨٪، وأخيراً (أقل من عام) بنسبة ٠,٢٪.
- ويتضح من هذه النتيجة أن المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي من فترة زمنية طويلة بالنظر إلى أعمار المبحوثين من الشباب الجامعي وهو ما يشير إلى أنهم يتابعون هذه المواقع في سن مبكرة مما يؤكد الارتباط القوي بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٣)

عدد أيام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أسبوعياً

| عدد أيام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أسبوعياً | ك | % |
|---------------------------------------------------|-----|------|
| يوم إلى ثلاثة أيام | ٨ | ٢ |
| أربعة إلى ستة أيام | ١٧ | ٤,٢ |
| كل يوم | ٣٧٥ | ٩٣,٨ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء في صدارة عدد أيام استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي أسبوعياً (كل يوم) بنسبة كبيرة بلغت ٩٣,٨٪، يليها (أربعة إلى ستة أيام) بنسبة ٤,٢٪، وأخيراً (يوم إلى ثلاثة أيام) بنسبة ضئيلة بلغت (٢٪).
- ويتضح من هذه النتيجة أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف حيث يستخدمونها يومياً ولا يستطيعون أن يبتعدوا عنها ما يتسق مع نتيجة الجدول السابق من وجود ارتباط قوي بمواقع التواصل الاجتماعي. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مجدي الداغر^(٢٧) والتي أوضحت ارتفاع معدل تعرّض الشباب المصري لشبكات التواصل

جدول رقم (٤)

عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً

| عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يومياً | ك | % |
|--------------------------------------------------|-----|------|
| أقل من ثلاث ساعات | ٤٠ | ١٠ |
| ثلاث إلى أقل من خمس ساعات | ١٠٥ | ٢٦,٣ |
| خمس ساعات فأكثر | ٢٥٥ | ٦٣,٧ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تستخدم النسبة الأكبر من المبحوثين (٦٣,٧٪) مواقع التواصل الاجتماعي يومياً (خمس ساعات فأكثر)، في حين تستخدم نسبة ٢٦,٣٪ هذه المواقع (من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات)، وأخيراً يستخدمها ١٠٪ (أقل من ثلاث ساعات).
- وتشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين كثفي الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي حيث أن النسبة الأكبر منهم تستخدمها أكثر من خمس ساعات يومياً وهو معدل استخدام كثيف يشير إلى العلاقة القوية التي تربطهم بهذه المواقع. وبمقارنة نتائج هذه الدراسة التي أجريت على الشباب المصري مع نتائج دراسة عبد الصادق حسن^(٢٨) يتضح أن فئة الشباب عموماً من الفئات العمرية التي تستخدم المواقع الاجتماعية بمعدلات زمنية مرتفعة.

جدول رقم (٥)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثون

| مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثون | ك | % |
|--------------------------------------------------|-----|----|
| تويتر | ٦٤ | ١٦ |
| فيسبوك | ٣٩٣ | ٩٨ |
| انستغرام | ٢٢٦ | ٥٦ |
| يوتيوب | ٢٠٠ | ٥٠ |
| تيك توك | ٩٥ | ٢٣ |
| سناب شات | ٤٦ | ١١ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها المبحوثون موقع (الفيسبوك) بنسبة كبيرة للغاية بلغت ٩٨٪، يليه (الإنستغرام) في المرتبة الثانية بنسبة ٥٦٪، ثم (اليوتيوب) في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٠٪، فموقع (تيك توك) في المرتبة الرابعة بنسبة ٢٣٪، فموقع (تويتر) في المرتبة الخامسة بنسبة ١٦٪، وأخيراً (السناب شات) بنسبة ١١٪.

- ويلاحظ من هذه النتيجة أن موقع الفيسبوك هو الموقع الأكثر شهرة واستخدام لدى المبحوثين وهو ما يتسق مع الواقع الفعلي لاستخدام وشهرة مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري حيث يسيطر موقع الفيسبوك على اهتمامات مختلف فئات المجتمع المصري. ويمكن تفسير هذا التفوق الكبير لهذه الشبكة الاجتماعية باتاحتها العديد من الأدوات التفاعلية التي لا تتوفر في الكثير من الشبكات الاجتماعية، وعدم اقتصارها على جانب واحد يتعلق بالصور أو الفيديو على سبيل المثال، وعدم تقييد رغبة المستخدمين في الكتابة بعدد محدود من الكلمات، إلى جانب أدوات التواصل النصي والصوتي وإرسال الملفات ومصادقة أكبر عدد من الأصدقاء ومتابعة عدد أكبر من الشخصيات. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أمال كمال (٢٩).

جدول رقم (٦)

المضامين التي يتابعها المبحوثون

| المضامين التي يتابعها المبحوثون | ك | % |
|---------------------------------|-----|----|
| المضامين السياسية | ١٣٠ | ٣٢ |
| المضامين الاقتصادية | ١٠٠ | ٢٥ |
| المضامين الاجتماعية | ٣٦٤ | ٩١ |
| المضامين الثقافية | ٣١٨ | ٧٩ |
| المضامين الرياضية | ١٨٠ | ٤٥ |
| المضامين الفنية | ٣٣٦ | ٨٤ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء في مقدمة المضامين التي يتابعها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي (المضامين الاجتماعية) بنسبة ٩١٪، يليها (المضامين الفنية) بنسبة ٨٤٪، ثم (المضامين الثقافية) بنسبة ٧٩٪، (المضامين الرياضية) بنسبة ٤٥٪، ثم (المضامين السياسية) بنسبة ٣٢٪، وأخيراً (المضامين الاقتصادية) بنسبة ٢٥٪.

- وتشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين يفضلون المضمون الخفيف على المضمون الجاد حيث تتركز اهتماماتهم في الشأن الاجتماعي والفني والرياضي أكثر من متابعتهم للمضمون السياسي والاقتصادي وهي نتيجة منطقية تتسق مع طبيعة المرحلة العمرية التي يعيشها الشباب الجامعي. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصل إليه تقرير Affective Politics in Transitional North Africa: Imagining the Future^(٣٠) عن الشؤون السياسية في ظل التحولات في دول شمال أفريقيا، والذي أكد تزايد الاهتمامات السياسية للشباب في دول شمال أفريقيا ومن بينها مصر بعد أحداث يناير ٢٠١١ وتداعياتها.

جدول رقم (٧)

عدد الأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي

| عدد الأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي | ك | % |
|-----------------------------------------------------|-----|------|
| أقل من ١٠٠ صديق أو متابع | ٣٦ | ٩ |
| ١٠٠ إلى أقل من ٥٠٠ صديق أو متابع | ١٥٤ | ٣٨,٥ |
| ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ صديق أو متابع | ٧٧ | ١٩,٢ |
| أكثر من ١٠٠٠ صديق أو متابع | ١٣٣ | ٣٣,٣ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء في صدارة عدد الأصدقاء والمتابعين للمبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي (١٠٠ إلى أقل من ٥٠٠ صديق أو متابع) بنسبة ٣٨,٥٪، يليها (أكثر من ١٠٠٠ صديق أو متابع) بنسبة ٣٣,٣٪، ثم (٥٠٠ إلى ١٠٠٠ صديق أو متابع) بنسبة ١٩,٢٪، وأخيراً (أقل من ١٠٠ صديق أو متابع) بنسبة ٩٪.
- ويتضح من هذه النتيجة أن المبحوثين لديهم عدد أصدقاء أو متابعين أكثر حيث أن أكبر نسبتين منهم يمتلكون ١٠٠ إلى أقل من ٥٠٠ صديق أو متابع وأكثر من ١٠٠٠ صديق أو متابع وهو عدد كبير بالنظر إلى طبيعة المبحوثين وأنهم مستخدمين عاديين لمواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يؤهلهم للاستفادة من هذا العدد الكبير في المجالات المعرفية المختلفة.

جدول رقم (٨)

طبيعة الأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي

| طبيعة الأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي | ك | % |
|-------------------------------------------------------|-----|------|
| معروفين بالنسبة لك في الواقع | ١٥٣ | ٣٨,٢ |
| هناك من لا أعرفه في الواقع | ٢٤٧ | ٦١,٨ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاءت النسبة الأكبر من المبحوثين يرون أن أصدقاءهم ومتابعيهم على مواقع التواصل الاجتماعي يوجد بهم من لا يعرفونهم في الواقع الفعلي وذلك بنسبة ٦١,٨٪، مقابل نسبة بلغت ٣٨,٢٪ يرون أن جميع أصدقائهم ومتابعيهم معروفين لهم في الواقع.
- ويتضح من هذه النتيجة أن النسبة الأكبر تمتلك أصدقاء ومتابعين منهم المعروفين في الواقع ومنهم غير ذلك وهو ما يتسق مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بمعرفة أشخاص ليسوا أصدقاء في الواقع الفعلي وهو ما يعطي لهذه المواقع الإمكانيات للتأثير على المستخدمين من خلال شبكة علاقاتهم الافتراضية.

جدول رقم (٩)

طبيعة العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي

| طبيعة العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي | ك | % |
|--------------------------------------------|-----|-----|
| علاقات سطحية | ٥٠ | ١٣ |
| علاقات قوية | ٣٥٠ | ٨٧ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- ترى النسبة الأكبر من المبحوثين أن علاقاتهم بأصدقائهم ومتابعيهم على مواقع التواصل الاجتماعي هي علاقات قوية بنسبة ٨٧٪ في مقابل نسبة بلغت ١٣٪ ترى أن علاقاتهم بأصدقائهم ومتابعيهم على مواقع التواصل الاجتماعي هي علاقات سطحية.
- ويتضح من هذه النتيجة أن النسبة الأكبر تمتلك شبكة علاقات قوية بأصدقائهم ومتابعيهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يساعد على أن تلعب هذه العلاقات دوراً مهماً ومفيداً في حياة المبحوثين من الشباب الجامعي المصري وفي صدارة هذه الأدوار دورها في تشكيل رأس مال اجتماعي لهؤلاء الشباب.

جدول رقم (١٠)

الاستفادة من العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي

| الاستفادة من العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي | ك | % |
|---------------------------------------------------|-----|-----|
| نعم | ٢٨٤ | ٧١ |
| لا | ١١٦ | ٢٩ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- ترى النسبة الأكبر من المبحوثين أنها تستفيد من علاقاتها بالأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧١٪ في مقابل نسبة بلغت ٢٩٪ ترى أنها لا تستفيد في الممثل من علاقاتها بالأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ويتضح من هذه النتيجة أن النسبة الأكبر تستفيد من علاقاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يتسق مع نتائج الجدول السابق الذي يشير إلى أن علاقات المبحوثين على مواقع التواصل هي علاقات قوية وليست سطحية حيث أن العلاقات القوية يستتبع معها الاستفادة من هذه العلاقات القوية.

جدول رقم (١١)

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة العلاقات الواقعية

| تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة العلاقات الواقعية | ك | % |
|----------------------------------------------------------|-----|------|
| دعمت شبكة علاقاتي الواقعية | ٢٠٤ | ٥١ |
| أثرت سلباً على شبكة علاقاتي الواقعية | ٧٩ | ١٩,٨ |
| ليس لها تأثير على شبكة علاقاتي الواقعية | ١١٧ | ٢٩,٢ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تؤكد النسبة الأكبر من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت شبكة علاقاتهم الواقعية بنسبة ٥١٪، وتؤكد نسبة بلغت ٢٩,٢٪ أن مواقع التواصل الاجتماعي ليس لها تأثير على شبكة علاقاتهم الواقعية، وترى نسبة بلغت ١٩,٨٪ أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت سلباً على شبكة علاقاتهم الواقعية.
- ويتضح من هذه النتيجة أن مواقع التواصل الاجتماعي تدعم شبكة العلاقات الواقعية حيث أنه وفقاً لرؤية النسبة الأكبر من المبحوثين أن شبكة العلاقات الافتراضية تسهم في دعم شبكة العلاقات الواقعية مما يؤكد العلاقة الوثيقة بين المجال الافتراضي والمجال العام الواقعي.

جدول رقم (١٢)

كيفية تدعيم مواقع التواصل الاجتماعي لشبكة العلاقات الواقعية

| ك | % | كيفية تدعيم مواقع التواصل الاجتماعي لشبكة العلاقات الواقعية |
|-----|----|-------------------------------------------------------------|
| ١١٧ | ٥٧ | أتعرف على مختلف أخبار شبكة علاقاتي الواقعية |
| ٨٨ | ٤٣ | أشارك شبكة علاقاتي الواقعية في مناسباتهم المختلفة |
| ٨٤ | ٤١ | جعلتني في تواصل دائم مع شبكة علاقاتي الواقعية |
| ٢٠٤ | | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- جاء في صدارة صور تدعيم مواقع التواصل الاجتماعي لشبكة العلاقات الواقعية للمبحوثين (التعرف على مختلف أخبار شبكة العلاقات الواقعية) بنسبة ٥٧٪، يليها (مشاركة شبكة العلاقات الواقعية في مناسباتهم المختلفة) بنسبة ٤٣٪، وأخيراً (جعلتني في تواصل دائم مع شبكة علاقاتي الواقعية) بنسبة ٤١٪.
- وتشير هذه النتيجة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بما توفره من معلومات عن شبكة العلاقات الواقعية فإنها تسهم في التقريب بين شبكة العلاقات الواقعية حيث أنها تعرف بعضهم البعض على أخبارهم المختلفة وتجعلهم يعرفون المناسبات المختلفة لهم فيشاركون فيها إلى جانب التواصل الدائم عبر هذه المواقع مع الأصدقاء الواقعيين عبر ما توفره مواقع التواصل من وسائل اتصالية متعددة.

جدول رقم (١٣)

كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلباً على شبكة العلاقات الواقعية

| ك | % | كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سلباً على شبكة العلاقات الواقعية |
|----|----|------------------------------------------------------------------------|
| ٦٠ | ٧٦ | جعلت التواصل الشخصي معهم يتم عبر مواقع التواصل فقط دون التواصل الواقعي |
| ٥٥ | ٦٩ | جعلت مشاركاتني في مناسباتهم تقتصر على مواقع التواصل |
| ٤٠ | ٥٠ | جعلت اتصالاتنا الافتراضية نمطية وخالية من الألفة الانسانية |
| ٧٩ | | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تعددت صور التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة العلاقات الواقعية وفقاً لرؤية المبحوثين، وتمثلت في المرتبة الأولى في (جعلت التواصل الشخصي معهم يتم عبر مواقع التواصل فقط دون التواصل الواقعي) بنسبة ٧٦٪، وفي المرتبة الثانية (جعلت مشاركاتني في مناسباتهم تقتصر على مواقع التواصل) بنسبة ٦٩٪، وأخيراً (جعلت اتصالاتنا الافتراضية نمطية وخالية من الألفة الانسانية) بنسبة ٥٠٪.

- توضح هذه النتيجة أن مواقع التواصل الاجتماعي رغم تأثيراتها الإيجابية الكثيرة على العلاقات الانسانية إلا أنها حولت الاتصالات الانسانية إلى اتصالات افتراضية تتم عبر الشبكة العنكبوتية في صورة علاقات نمطية خالية من الألفة الانسانية وهو تأثير موازي سلبي رغم التأثيرات الإيجابية المتعددة.

جدول رقم (١٤)

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل شبكة علاقات اجتماعية افتراضية

| دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل شبكة علاقات اجتماعية افتراضية | ك | % |
|--------------------------------------------------------------------|-----|------|
| نعم | ١٠٠ | ٢٥ |
| إلى حد ما | ٢٥١ | ٦٢,٨ |
| لا | ٤٩ | ١٢,٢ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- ترى النسبة الأكبر من المبحوثين من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة (٦٢,٨٪) أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم إلى حد ما في تشكيل شبكة علاقات اجتماعية افتراضية لهم، إلى جانب من وافقوا على ذلك بنسبة ٢٥٪، وذلك مقابل نسبة بلغت ١٢,٢٪ رفضوا أن تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل شبكة علاقات اجتماعية افتراضية.
- ويتضح من هذه النتيجة أن موافقة النسبة الأكبر من العينة (٨٧,٨٪) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل شبكة علاقات اجتماعية افتراضية وهو الدور المهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث أن البيئة الافتراضية لمواقع التواصل وما توفره من أساليب ووسائل اتصالية تسهم في التقريب بين الأشخاص عبر العالم الافتراضي مما يسهم في تشكيل شبكة علاقات افتراضية قوية عبرها.

جدول رقم (١٥)

استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الوصول لأشخاص

| استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الوصول لأشخاص | ك | % |
|-------------------------------------------------------------|-----|------|
| نعم | ٣٣١ | ٨٢,٨ |
| لا | ٦٩ | ١٧,٢ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تؤكد النسبة الأكبر من المبحوثين من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة (٨٢,٨٪) أنهم استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي في الوصول لأشخاص كانوا على علاقة بهم في الماضي وانقطعت العلاقة لسبب ما، وذلك مقابل نسبة بلغت ١٧,٢٪ أكدوا أنهم لم يستخدموها لهذا الغرض.

- ويتضح من هذه النتيجة أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تسهم فقط في تشكيل شبكة علاقات اجتماعية افتراضية أو واقعية وإنما استخدمت كوسيلة لاسترجاع صداقات واقعية كانت محل اهتمام من المبحوثين وهو ما يضيف لأدوار هذه المواقع في تشكيل رأس مال اجتماعي باستعادة الصداقات التي انقطعت.

جدول رقم (١٦)

استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن أشخاص

| استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن أشخاص | ك | % |
|--------------------------------------------------------------|-----|------|
| نعم | ٣٣٠ | ٨٢,٥ |
| لا | ٧٠ | ١٧,٥ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- وحول استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن أشخاص يحتاجون للتواصل معهم، فقد وافق على ذلك ٨٢,٥٪ من مفردات العينة مقابل نسبة بلغت ١٧,٥٪ أكدوا رفضهم لذلك.
- ويتضح من هذه النتيجة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بدور كوسيلة اتصال توفر بيانات ومعلومات عن مختلف المستخدمين وتوفر وسائل للتواصل معهم وتساعد المستخدمين على الوصول لبعضهم البعض لم يحتاجون للتواصل فيما بينهم وهو ما يمثل دور إضافي يحسب لمواقع التواصل الاجتماعي في استخدامها كوسيلة للبحث عن الأشخاص والتواصل معهم.

جدول رقم (١٧)

استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أشخاص غرباء

| استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أشخاص غرباء | ك | % |
|----------------------------------------------------------------------|-----|------|
| نعم | ١٣٤ | ٣٣,٥ |
| لا | ٢٦٦ | ٦٦,٥ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠ |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- وبشأن استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أشخاص غرباء، فقد وافق على ذلك ٣٣,٥٪ فقط من مفردات العينة مقابل نسبة بلغت ٦٦,٥٪ أكدوا رفضهم لذلك.
- وتشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين لا يهتمون بالتواصل مع أشخاص غرباء عنهم وإنما يركزون استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الأشخاص المعروفين بالنسبة لهم سواءً من أفراد شبكة العلاقات الافتراضية أو من شبكة العلاقات الواقعية، أما التواصل مع أشخاص من خارج هاتين الشبكتين فهو تواصل غير مهم بالنسبة للمبحوثين وهو ما يمكن تفسيره بالرغبة الطبيعية للأشخاص في التواصل مع أناس معروفين لهم مسبقاً.

جدول رقم (١٨)

ثقة المبحوثين في الأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي

| ك | % | ثقة المبحوثين في الأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي |
|-----|------|------------------------------------------------------------------|
| ٢٥٧ | ٦٤,٢ | نعم |
| ١٤٣ | ٣٥,٨ | لا |
| ٤٠٠ | ١٠٠ | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- أكدت النسبة الأكبر من المبحوثين أنهم يثقون في الأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٤,٢% مقابل نسبة بلغت ٣٥,٨% أكدوا عدم ثقتهم فيهم.
- وتشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين انطلاقاً من تواصلهم مع الأشخاص المعروفين بالنسبة لهم سواءً من أفراد شبكة العلاقات الافتراضية أو من شبكة العلاقات الواقعية، فإنهم يثقون فيهم نتيجة وجود علاقة ومعرفة سابقة بهم ومن ثم فإنهم لا يتواصلون مع أصدقاءهم ومتابعيهم فقط وإنما يثقون فيهم وفيما يحصلون عليه منهم من معلومات أو منافع مختلفة وهو يدعم دور مواقع التواصل في تشكيل الثقة بين الأفراد وبعضهم.

جدول رقم (١٩)

استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في طلب أو تقديم المساعدة

| ك | % | استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في طلب أو تقديم المساعدة |
|-----|------|---------------------------------------------------------------------|
| ٢٧٣ | ٦٨,٢ | نعم |
| ١٢٧ | ٣١,٨ | لا |
| ٤٠٠ | ١٠٠ | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- أكدت النسبة الأكبر من المبحوثين أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في طلب أو تقديم المساعدة بنسبة ٦٨,٢% مقابل نسبة بلغت ٣١,٨% أكدوا عدم استخدامهم لها لهذا الغرض.
- وتشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين لا يترددون في طلب المساعدة من الأصدقاء والمتابعين أي من شبكة علاقاتهم الافتراضية أو الواقعية أو تقديمهم المساعدة لمن يطلبون وهو ما يشكل سلوكاً مشتركاً ومتبادلاً من تقديم المنافع المشتركة بين الأصدقاء والمتابعين يعزز دور مواقع التواصل في تشكيل رأس مال اجتماعي رقمي بينهم.

جدول رقم (٢٠)

التفاعل الاجتماعي بين شبكة العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي

| % | ك | التفاعل الاجتماعي بين شبكة العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي |
|------|-----|-----------------------------------------------------------------|
| ٢٢,٨ | ٩١ | كبير |
| ٦٠ | ٢٤٠ | متوسط |
| ١٧,٢ | ٦٩ | ضئيل |
| ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- أكدت النسبة الأكبر من المبحوثين أن التفاعل الاجتماعي بينهم وبين شبكة علاقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي هو تفاعل متوسط الشدة بنسبة ٦٠٪ مقابل نسبة بلغت ٢٢,٨٪ رأوا أنه تفاعل كبير و ١٧,٢٪ يرون أنه تفاعل ضئيل.
- وتشير هذه النتيجة إلى وجود تفاعل اجتماعي متوسط بين المبحوثين وشبكة علاقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهو تفاعل اجتماعي رقمي يسهم في تشكيل رأس مال اجتماعي يتأسس على هذا التفاعل الاجتماعي.

جدول رقم (٢١)

نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم منافع

| % | ك | نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم منافع |
|------|-----|---------------------------------------------|
| ٢٣,٣ | ٩٣ | نجحت بشكل كبير |
| ٤٢ | ١٦٨ | نجحت بشكل متوسط |
| ٢٧,٥ | ١١٠ | نجحت بشكل محدود |
| ٧,٢ | ٢٩ | لم تنجح على الإطلاق |
| ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- أكدت النسبة الأكبر من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي نجحت بشكل متوسط في تقديم منافع لهم في محيط علاقاتهم الاجتماعية بنسبة ٤٢٪ ونسبة بلغت ٢٧,٥٪ رأوا أنها نجحت بشكل محدود و ٢٣,٣٪ يرون أنها نجحت بشكل كبير وذلك كله مقابل من يرون أنها لم تنجح على الإطلاق وذلك بنسبة ضئيلة بلغت ٧,٢٪.
- وتشير هذه النتيجة إلى أن ٩٢,٨٪ من المبحوثين يتفقون على أن مواقع التواصل الاجتماعي نجحت في تقديم منافع لهم في محيط علاقاتهم الاجتماعية ولكن بدرجات متفاوتة وأن نسبة ضئيلة هي من ترى أنه لم تنجح على الإطلاق وهو ما يؤكد أن مواقع التواصل أداة لتقديم المنافع الاجتماعية.

جدول رقم (٢٢)

اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي

| المتوسط الحسابي | معارض | | محايد | | موافق | | اتجاهات المبحوثين نحو مواقع التواصل الاجتماعي |
|-----------------|-------|----|-------|-----|-------|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|
| | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٢,٦٩ | ٤,٢ | ١٧ | ٢٢,٥ | ٩٠ | ٧٣,٣ | ٢٩٣ | شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت مكوناً مهماً في حياتي |
| ٢,٨٢ | ٢,٥ | ١٠ | ١٣,٢ | ٥٣ | ٨٤,٣ | ٣٣٧ | أصبح تصفح شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً من روتيني اليومي |
| ٢,١٨ | ٢٠ | ٨٠ | ٤٢,٥ | ١٧٠ | ٣٧,٥ | ١٥٠ | ساعدتني شبكات التواصل الاجتماعي على تكوين شبكة واسعة من الأصدقاء |
| ٢,٣٧ | ١٨,٨ | ٧٥ | ٢٥,٥ | ١٠٢ | ٥٥,٧ | ٢٢٣ | لا أستطيع أن ابتعد عن شبكات التواصل الاجتماعي |
| ٢,٣١ | ١٧,٣ | ٦٩ | ٣٥ | ١٤٠ | ٤٧,٧ | ١٩١ | في علاقاتي الإلكترونية أصبحت شخصاً منفحاً بشكل أكبر |
| ٢,٤٨ | ٨,٥ | ٣٤ | ٣٥,٥ | ١٤٢ | ٥٦ | ٢٢٤ | ساعدني التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي على أن أكون أكثر تقبلاً للرأي المخالف لي |
| ٢,٣٣ | ١٤,٥ | ٥٨ | ٣٨ | ١٥٢ | ٤٧,٥ | ١٩٠ | أساهم في حملات وأعمال لصالح المجتمع عبر شبكات التواصل الاجتماعي |
| ٢,٤٢ | ١١,٢ | ٤٥ | ٣٥,٨ | ١٤٣ | ٥٣ | ٢١٢ | أصبحت بسبب شبكات التواصل الاجتماعي أكثر قدرة على خدمة الآخرين |
| ٢,٥٤ | ٩,٣ | ٣٧ | ٢٧,٥ | ١١٠ | ٦٣,٢ | ٢٥٣ | أتابع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي منجزات وطني في مختلف المجالات |
| ٢,٢٩ | ١٣,٥ | ٥٤ | ٤٤,٢ | ١٧٧ | ٤٢,٣ | ١٦٩ | حواراتي بين الأصدقاء هدفها الصالح العام |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- بشأن اتجاهات المبحوثين من طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة نحو مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي، ووفقاً للمتوسطات الحسابية لعبارات المقياس الثلاثي، فقد جاء في صدارة هذه العبارات (أصبح تصفح شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً من روتيني اليومي) بمتوسط حسابي قدره ٢,٨٢، ويليهما عبارة (شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت مكوناً مهماً في حياتي) بمتوسط حسابي قدره ٢,٦٩، وتشير العبارتين للعلاقة الوثيقة بين هذه المواقع وبين طلاب الجامعات عينة الدراسة وكونها أصبحت جزء رئيسي في حياتهم اليومية ولا يستطيعون مرور يوم من دون تصفح هذه المواقع، ثم جاءت عبارة (أتابع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي منجزات وطني في مختلف المجالات) بمتوسط حسابي قدره ٢,٥٤، وتؤكد هذه العبارة أن مواقع التواصل تعرف الجمهور على المنجزات الوطنية لمجتمعهم، ثم جاءت عبارة (ساعدني التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي على أن أكون أكثر تقبلاً للرأي المخالف لي) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٤٨ ويتضح من العبارة جبرة مواقع التواصل على تعويد الجمهور على تقبل الرأي الآخر، فجاءت العبارة (أصبحت بسبب شبكات التواصل الاجتماعي أكثر قدرة على خدمة الآخرين) بمتوسط حسابي ٢,٤٢ وهو ما يشير لقدرة مواقع التواصل على نشر ثقافة خدمة المجتمع والجمهور، تليها عبارة (لا أستطيع أن ابتعد عن شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي ٢,٣٧ وهي عبارة مؤكدة لعدم قدرة الشباب الجامعي على الانفصال عن مواقع التواصل الاجتماعي وتتسق مع النتائج السابقة، ثم جاءت عبارة (أساهم في حملات وأعمال لصالح المجتمع عبر شبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي ٢,٣٣، وتؤكد أن الشباب الجامعي أصبح مع استخدام هذه المواقع منخرطاً في برامج خدمة المجتمع، فجاءت عبارة (في علاقاتي الإلكترونية أصبحت شخصاً منفحاً بشكل أكبر) بمتوسط قدره ٢,٣١ وهو ما يؤكد الانفتاح على المجتمع وتياراته المختلفة، ثم جاءت عبارة (حواراتي بين الأصدقاء هدفها الصالح العام) بمتوسط حسابي بلغ ٢,٢٩ وتشير هذه العبارة أيضاً للحفاظ على الصالح العام وخدمة المجتمع، وأخيراً جاءت

عبارة (ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي على تكوين شبكة واسعة من الأصدقاء) بمتوسط حسابي قدره ٢,١٨ وتجسد هذه العبارة قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تكوين شبكة من الأصدقاء.

ثانياً: اختبار فروض الدراسة

جدول رقم (٢٣)

معامل بيرسون لدلالة الارتباط بين كثافة استخدام مواقع التواصل وبين تشكيل رأس المال الاجتماعي

| تشكيل رأس المال الاجتماعي | | كثافة استخدام مواقع التواصل |
|---------------------------|-------------|-----------------------------|
| مستوى المعنوية | قيمة بيرسون | |
| ٠,٠٠٠ | ٠,٢٠٦ | |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- اتضح من خلال معامل الارتباط الخطي (بيرسون) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين دورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٠٦) وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- ويتضح من النتيجة السابقة التحقق من صحة الفرض الأول القائل: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبين دورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري.
- ويتضح من ذلك أنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك إلى تشكيل رأس مال اجتماعي لطلاب الجامعات.

جدول رقم (٢٤)

معامل بيرسون لدلالة الارتباط بين التفاعل الاجتماعي وبين تشكيل رأس المال الاجتماعي

| تشكيل رأس المال الاجتماعي | | التفاعل الاجتماعي على مواقع التواصل الاجتماعي |
|---------------------------|-------------|-----------------------------------------------|
| مستوى المعنوية | قيمة بيرسون | |
| ٠,٠٠٠ | ٠,٥٠٧ | |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- اتضح من خلال معامل الارتباط الخطي (بيرسون) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى التفاعل الاجتماعي للمبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي وبين دورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٥٠٧) وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
- ويتضح من النتيجة السابقة التحقق من صحة الفرض الثاني القائل: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مستوى التفاعل الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي وبين دورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري.

- ويتضح من ذلك أنه كلما زاد التفاعل الاجتماعي للشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك إلى تشكيل رأس مال اجتماعي لطلاب الجامعات.

جدول رقم (٢٥)

اختبار الفروق بين المبحوثين في دور مواقع التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي

| مستوى المعنوية | الاختبار | الانحراف | المتوسط | ن | مجموعات العينة | |
|----------------|----------|----------|---------|-----|------------------------|--------|
| 0.011 | T=2.566 | ٠,٤٠٨٣١ | ٥,١١٢ | ١٣٤ | ذكور | النوع |
| | | ٠,٣٨٠٠٣ | ٢,٤٠٥٣ | ٢٦٦ | إناث | |
| ٠,٠١٦ | F= ٤,١٨٨ | ٠,٣٠٩٥٦ | ٢,٥٠١٧ | ١٧٦ | أقل من ١٠٠٠ جنيه | الدخل |
| | | ٠,٤١٨٧٣ | ٢,٤٠١٦ | ١٩٢ | ألف إلى خمسة الاف جنيه | |
| | | ٠,٥٦٥٦١ | ٢,٣٤٠٦ | ٣٢ | أكثر من خمسة الاف جنيه | |
| 0.288 | T=1.064 | ٠,٣٣٢٤٣ | ٢,٤٥٦٧ | ٢٥٢ | عملي | التخصص |
| | | ٠,٤٧٧٦١ | ٢,٤١٣٥ | ١٤٨ | نظري | |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

- اتضح من خلال اختبار (ت) وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في دور مواقع التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (٢,٥٦٦) وهي قيمة دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١١). ويتضح من النتيجة السابقة التحقق من صحة الفرض الثالث (أ) القائل: توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في دور شبكات التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي. ويتضح من مراجعة المتوسطات الحسابية أن هذه الفروق كانت لصالح الذكور بما يشير لتفوق هذا الدور لمواقع التواصل لدى الذكور أكثر من الإناث.

- اتضح من خلال اختبار (ف) وجود فروق دالة إحصائياً بين أصحاب الدخول المختلفة في دور مواقع التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (٤,١٨٨) وهي قيمة دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١٦). ويتضح من النتيجة السابقة التحقق من صحة الفرض الثالث (ب) القائل: توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من أصحاب الدخول المختلفة في دور شبكات التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي. ويتضح من مراجعة اختبار (LSD) لدلالة الفروق الإحصائية بين مجموعات العينة أن هذه الفروق كانت لصالح أصحاب الدخل المنخفض بما يشير لتفوق هذا الدور لمواقع التواصل لدى أصحاب الدخل المنخفض.

- اتضح من خلال اختبار (ت) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين طلاب التخصص النظري والعملي في دور مواقع التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (١,٠٦٤) وهي قيمة غير دال إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٢٨٨). ويتضح من النتيجة السابقة عدم التحقق من صحة الفرض الثالث (ج) القائل: توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب التخصص النظري والعملي في دور شبكات التواصل في تشكيل رأس المال الاجتماعي.

خاتمة الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري، وذلك من خلال دراسة ميدانية على طلاب جامعتي القاهرة والسادس من أكتوبر، وتوصلت إلى النتائج التالية:

- الارتباط الوثيق بين الشباب الجامعي وبين مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال استخدامهم الزمني الكثيف لها، حيث يستخدمها أغلبهم منذ أكثر من ستة أعوام، ويستخدمونها يومياً، وبعدها ساعات يبلغ خمس ساعات فأكثر.
- جاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها المبحوثون موقع (الفيسبوك) بنسبة كبيرة للغاية بلغت ٩٨٪. ويلاحظ من هذه النتيجة أن موقع الفيسبوك هو الموقع الأكثر شهرة واستخدام لدى المبحوثين وهو ما يتسق مع الواقع الفعلي لاستخدام وشهرة مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري حيث يسيطر موقع الفيسبوك على اهتمامات مختلف فئات المجتمع المصري.
- يفضل المبحوثون المضمون الخفيف على المضمون الجاد حيث تتركز اهتماماتهم في الشأن الاجتماعي والفني والرياضي أكثر من متابعتهم للمضمون السياسي والاقتصادي وهي نتيجة منطقية تتسق مع طبيعة المرحلة العمرية التي يعيشها الشباب الجامعي.
- تمتلك النسبة الأكبر من المبحوثين شبكة علاقات قوية بأصدقائهم ومتابعيهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يساعد على أن تلعب هذه العلاقات دوراً مهماً ومفيداً في حياة المبحوثين من الشباب الجامعي المصري وفي صدارة هذه الأدوار دورها في تشكيل رأس مال اجتماعي لهؤلاء الشباب. كما ترى النسبة الأكبر من المبحوثين أنها تستفيد من علاقاتها بالأصدقاء والمتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي
- تؤكد النسبة الأكبر من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت شبكة علاقاتهم الواقعية مما يؤكد العلاقة الوثيقة بين المجال العام الافتراضي والمجال العام الواقعي. كما ترى النسبة الأكبر من المبحوثين من الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم إلى حد ما في تشكيل شبكة علاقات اجتماعية افتراضية لهم.
- وجود تفاعل اجتماعي متوسط بين المبحوثين وشبكة علاقاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وهو تفاعل اجتماعي رقمي يسهم في تشكيل رأس مال اجتماعي يتأسس على هذا التفاعل الاجتماعي.
- أثبتت الاختبارات الإحصائية أنه كلما زاد استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كلما أدى ذلك إلى تشكيل رأس مال اجتماعي لطلاب الجامعات.

مراجع الدراسة:

- (١) عبد الرحمن سمير طعيمة، (٢٠١٥). دور رأس المال الاجتماعي في التنمية، القاهرة، المكتب العربي للمعارف.
- (٢) خالد كاظم أبو دوح، (٢٠١٤). رأس المال الاجتماعي .. آفاق جديدة في النظرية الاجتماعية، القاهرة، دار ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
- (٣) أحمد زايد وآخرون (٢٠٠٦). رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- (٤) طارق عطية عبد الرحمن، (٢٠١٨). نموذج بنائي لدور رأس المال الاجتماعي التنظيمي في تعزيز فعالية الأجهزة الحكومية السعودية، الرياض، معهد الإدارة العامة.
- (٥) أحمد محي صقر، (٢٠١٩). المسئولية المجتمعية في العالم العربي والعالم: دراسة تحليلية، الإسكندرية، دار التعليم الجامعي.

(6) Sonja Utz, Nicole Muscanell, (2015). Social Media and Social Capital: Introduction to the Special Issue, **Societies**, No. 5, PP: 420-424.

(7) David J. Manyerere, Youth Perceptions, Use and Effects of Social Media on Peace and Conflicts in Tanzania, **Ghana Journal of Development Studies**, vol. 18, no.2, 2021.

(8) Lela Susanty, Ardian Arifan, Ahdi Topan Sofyan, Darmadi, Yuliana, Ismawati, CHILDREN AND YOUNG PEOPLE'S SOCIAL MEDIA PLATFORMS BENEFITS AND IMPLICATIONS, **Pendidikan Islam**, VOL 9, NO 2, Agustus 2020.

(٩) إيناس الشيتي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب: دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم، **مجلة البحوث التجارية**، المجلد ٤٠، العدد ٤، ٢٠١٨.

(10) Alamira Samah Farag (2015), Reading Egyptian Social Capital Via Facebook Lenses: Investigating Egypt's 30th of June Events & its Consequences, **Egyptian Journal for Media Research**, No. 51, April – June.

(11) مجدي الداغر (٢٠١٥)، شبكات التواصل الاجتماعي في مصر.. بديل يواجه الاستقطاب، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات).

(12) فهد الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة: تويتر نموذجاً.. دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، **المجلة العربية للدراسات الأمنية**، المجلد ٣٠، العدد ٦١، ديسمبر ٢٠١٤.

(13) نوره عبد الله محمود أحمد (٢٠١٤)، أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب بقنا، قسم الإعلام).

(14) الأميرة سماح فرج (٢٠١٢)، الإعلام الجديد: رؤية من واقع السلوكيات الاتصالية لشباب جماعة الإخوان المسلمين قبل وفي أعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد خاص، سبتمبر ٢٠١٢، ص ٨١٧.

(15) زهير عابد (٢٠١٢)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية، **مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الانسانية)**، المجلد ٢٦.

(16) مبارك زودة (٢٠١٢)، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام: الثورة التونسية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر: جامعة الحاج لخضر).

(17) تحسين منصور رشيد (٢٠١٢)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني: دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي، بحث مقدم للمنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية)، (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٤-١٥ أبريل).

(18) Samuel Gosling, Adam Augustine, Simine Vazire, Nicholas Holtzman, and Sam Gaddis (2011), Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors and Observable Profile Information, **Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking**, Vol. 14, No. 9.

(19) انشراح الشال (٢٠١٢)، رؤية الشباب الجامعي المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعي في ثورة ٢٥ يناير، بحث مقدم للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية)، (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٥-١٦ أبريل).

(20) فاطمة الزهراء محمد، بسنت عبد المحسن العقبوي (٢٠١٢)، استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأنماط الشخصية، بحث مقدم للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية)، (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٥-١٦ أبريل).

(21) دينا أحمد عرابي، بسنت عبد المحسن العقبوي (٢٠١٢)، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي، بحث مقدم للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية)، (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٥-١٦ أبريل).

(22) Wail Barry, Gwen Bouvier (2011), Cross-Cultural Communication: Arab and Welsh Students' Use of Facebook, **Journal of Arab & Muslim Media Research**, Vol. 4, No. 2 and 3.

(23) Emma Pelling, Katherine White (2009), The Theory of Planned Behavior Applied to Young People's Use of Social Networking Web Sites, **Cyber Psychology & Behavior**, Vol. 12, No. 6.

(24) Kirsty Young (2011), Social Ties, Social Networks and the Facebook Experience, **International Journal of Emerging Technologies and Society**, Vol. 9, No. 1.

(25) Daniel Landau, (2011). How Social Media is Changing Crisis Communication: a Historical Analysis, **M.A Thesis**, Madison: Fairleigh Dickinson University.

(26) سعاد مكي أبو زيد، (٢٠٠٩). رأس المال الاجتماعي وأهميته في دعم برامج التنمية المستدامة، *مجلة كلية الآداب*، المجلد ٣١، ص ٣٩ - ٥٢.

(27) مجدي الداغر (٢٠١٥)، شبكات التواصل الاجتماعي في مصر.. بديل يواجه الاستقطاب، *سلسلة دراسات إعلامية*، مركز الجزيرة للدراسات، (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات).

(28) عبد الصادق حسن عبد الصادق (٢٠١٤)، تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية، *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، المجلد السابع، العدد الأول، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية.

(29) آمال كمال طه (٢٠١١)، استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو - ديسمبر.

(30) Maria Frederika Malmström (Ed) (2013), **Affective Politics in Transitional North Africa: Imagining the Future**, Workshop and Roundtable Report, 27–28 may, Alexandria, Egypt, the Nordic Africa Institute and Swedish Institute.