تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمهارة الشخصية للمستخدمين ومرات استخدامهم على الاتجاه نحو الأجانب

أحمد محمد أحمد زايد[1]

عبدالله سيد محمد جاب الله[2]

الملخص

هدفت الدراسة الحالية من خلال استخدام نموذج بنائي SEM إلى رصد تأثير الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية لمستخدميها ومرات الاستخدام على الاتجاه نحو الأجانب، إلى جانب التعرف على الفروق الفردية في الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، والمهارة الشخصية لمستخدميها ومرات الاستخدام التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية: الجنس، ومكان الإقامة، ومستوى الدخل، وكذلك التعرف على تأثير التفاعل بين هذه المتغيرات الديموغرافية على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب. تم جمع البيانات من 281 من طلاب جامعة حائل بالمملكة العربية السعودية فرعي: الطلاب والطالبات، وتم معالجة البيانات باستخدام برنامجي: Smart PLS v.3، وSPSS v. 22، وأظهرت النتائج وجود تأثيراً كلياً لمتغيري: الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية ومرات الاستخدام، ووجدت فروقاً دالة إحصائياً بين الجنسين على متغير الاتجاه نحو الأجانب في اتجاه الذكور، وكذلك بين مستويات الدخل الاقتصادي بين فئة مستوى الدخل المنخفض، والمتوسط، وبين فئة مستوى الدخل المرتفع، والمتوسط، ووجد أيضاً تأثيراً لمتغيري الجنس، ومستوى الدخل الاقتصادي، وكذلك التفاعل بين هذين المتغيرين على الاتجاه نحو الأجانب.

الكلمات المفتاحية: الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي– شبكات التواصل الاجتماعي– المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والنموذج البنائي.

---

[1]أستاذ مساعد بقسم علم النفس - بكلية الآداب - جامعة سوهاج

ahmad_zayed@yahoo.com

[2]مدرس بقسم علم النفس - بكلية الآداب - جامعــة أسيوط

drabdallasayed@yahoo.com

The Effect of Using Social Networks, Personal Skills of Users and Usage Times on Attitude towards Foreigners

Ahmed Mohamed Ahmed Zayed
Abdalla Sayed Mohammed Gaballah

Abstract

Through use of a structural model equation (SEM) present study aimed examining effect of awareness of using social networks, social networks, personal skills and usage times on attitude towards foreigners, as well as identifying individual differences in awareness of using social networks, and attitude towards foreigners, social networks, personal skills and usage times, Which are attributed to the demographic variables: gender, place of residence and income level, as well as interaction effect between these demographic variables on previous variables. Data were collected from 281 students of both boys and girls sections in Hail University in Saudi Arabia. Data was processed using Smart PLS v.3 and SPSS v. 22. The results showed a full effect to awareness of using social networks, personal skills and usage times, on attitude towards foreigners, and There were statistically significant differences between male and female on attitude towards foreigners in favor of males, as well as among status of economic income between those of moderate and low economic status on one side and between those of high and moderate economic status on the other side,there was also an effect of the two variables : gender variables and level of economic income along with the interaction between those two variables on attitude towards foreigners.

Key Words: Awareness of using social networks - Social networks - Personal skills- Usage Times- structural model.

مقدمــة:

شهدت البدايات الأولى من الألفية الثالثة ظهور أنواعاً متعددة من شبكات التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال لا الحصر، مواقع الصحف والمجلات والقنوات الفضائية الإلكترونية، والمدونات Blogs، والمنتديات Forums، والبريد الإلكتروني Email، وقنوات "اليوتيوب" YouTube، و"الواتس" WhatsApp، و"إيمو" IMO، و"تويتر" Twitter، و"فيسبوك" Facebook، و"سكايبي" Skype، و"المسينجر" Messenger، و"انستجرام" Instagram، و"تانجو" Tango. تسمح هذه الشبكات للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين بغض النظر عن التقارب المكاني والجغرافي.(الشامي، 2013).

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعى ظاهرة عالمية واسعة الانتشار، حيث استطاعت هذه الظاهرة كسر إحتكار المعلومة، وحولت العلاقات الاجتماعية من واقع فعلي إلى واقع افتراضي، وأفقدت فكرة السيطرة على الإعلام، وأجهضتها، وغدا التواصل الاجتماعي، والتعرف على الثقافات المختلفة، وطرح الأفكار، وتبادل الآراء سمة العصر الذي نعيش فيه، حيث أصبح الإبحار فيها عمل يومي لايستغني عنه فرد يريد التواصل مع الآخرين، أو حتى البحث عن المعلومات لدى المتخصصين في مجالات مختلفة، ومع ظهور الجيل الثاني والذي أسهم بشكل كبير في ظهو روسائل اتصالية حديثة، عرفت بمواقع التواصل الاجتماعي حيث لاقت رواجاً عالمياً منقطع النظير فقد بلغ عدد المستخدمين فيها بالعالم مايزيد على المليار من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (المنصور، 2012؛ وليدة، 2015؛ محمدي، 2017).

أما بالنسبة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية في العالم العربي، فقد أشارت التقارير عام (2014) إلى أن عدد المستخدمين بالمنطقة العربية قد يصل إلى 71 مليون مستخدم في أواخر عام (2013)، وبتطور هذه الوسائل أدى إلى تحولها من مجرد أداة إعلامية تستخدم الوسيلة النصية للتواصل إلى أداة إعلامية تستخدم مقاطع الفيديو السمعية والبصرية، مما مكنها من توفير العديد من الفرص للمستخدمين للتأثير في الآخرين وفي قراراتهموألغي الحدود الزمانية والمكانية بين الأفراد (عيساني، 2016).

وقد تباينت الرؤى حول جدوى استخدام المواقع والشبكات الاجتماعية؛ فمنهم من نظر إليها بوصفها ميادين لإفساد الشباب، وتماهي الثقافات المحلية، وذوبان للهوية الذاتية، وخطراً على القيم الأخلاقية معتبرين أن نسبة كبيرة منهم يستخدمونها للتسلية، وإضاعة الوقت. ومن جهة أخرى نظر إليها البعض باهتمام كبير حيث وجدوا فيها مجالاً خصباً لطرح وتبادل الأفكار، ووسيلة سهلة لتبادل

ومشاركة المواد النصية، والمصورة، والمسموعة، مما يجعلها ميداناً للتعلم والتعليم، وكذلك محفلاً للتعبير عن الاتجاهات، وأداة تعبيرية، واحتجاجية، توظف في تنمية الوعي الاجتماعي، وتنمية الذات، وتعزيز قيم الانتماء الوطني، والتواصل الحضاري مع الآخر فضلاً عن كونها وسيلة للتواصل الاجتماعي (أبو صعيليك، والزبون، 2013؛ الشحومي، 2004؛ الحايس، 2015؛ المنصور، 2012؛ آل سعود، 2014؛ أبو الفتوح، وزايد، 2016).

وبذلك تمكنت شبكات التواصل الاجتماعي من تحقيق طفرة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، وإحداث قدر كبير من التغيرات الجوهرية في حياتنا اليومية والواقعية وفي تشكل النسيج الاجتماعي والثقافي وبناء العلاقات الاجتماعية، ليس فقط فى مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات، بل تمكنت من تغيير المعايير التي تُقاس على أساسها قوة هذه العلاقات وإمكانية استمرارها، فبعد أن كان التقارب المكاني هو العامل الأول المسؤول عن تكوين العلاقات الاجتماعية، أصبح الآن بمقدور مجموعة من المستخدمين بناء نوع التواصل والتعارف والتفاعل وإقامة نوع من العلاقات الاجتماعية مع أفراد من مختلف بلدان العالم، بغض النظر عن البعد المكاني حيث ألغت هذه الشبكات الحدود المكانية والفوارق الطبقية بين المستخدمين (نومار، 2012).

وما من شك في أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد تكون نواة حقيقية تقود لتشكيل الاتجاهات. تلك الأبنية الافتراضية التي تتجسد في الذاكرة طويلة المدى والمكونة من العلاقة التي تجمع بين موضوع الاتجاه وتقييمه، ويتم الاستدلال عليها من آثارها على استجابات الفرد (العنزي، 2011)، حيث ينظر أجزان Ajzen إلى الاتجاهات على أنها "مواقف للأفراد للتصرف بدرجة معينة من التفضيل Favorableness أو عدم التفضيل Unfavorableness لموضوع، أو سلوك، أو شخص، أو مؤسسة، أو حدث، أو إلى أي جانب آخر يمكن تمييزه في عالم الفرد" (Ajzen, 2005). ، فهي حالة داخلية عند الشخص قد تدوم وقد تقصر وهي ظاهرة نفسية فردية بالأساس (العنزي، 2011) وتتشكل الاتجاهات من المكون المعرفي والوجداني والسلوكي، وشبكات التواصل الاجتماعي مادة خصبة باستطاعتها تقديم المعلومة وتشكيل الوجدان والحث على اتخاذ ردة فعل ما من خلال أدوات عصرية بالغة الروعة تتمثل في النص، والصورة، والفيديو وبالتالي، يتوقع الباحثان أن يكون لها تأثيراً على الاتجاهات نحو الأجانب.

وتذهب الدراسة في محاولة منها سد الفجوة المعرفية والامبيريقية على مستوى التفسير النفسي الاجتماعي، إلى استكشاف تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الأجانب في المملكة العربية السعودية، ذلك البلد

العربي النفطي الكبير الذي يشهد إقامة جنسيات متعددة على أرضه إما للعمل أو للسياحة، وتحاول الدراسة من خلال استطلاع آراء عينة من الشباب الجامعي السعودي أن تتعرف على رؤى الشباب للأجانب ومدى تأثر اتجاهاتهم نحوهم من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، كما تحاول الدراسة أن تتعرف على دور المتغيرات الديموغرافية بوصفها محددات للاتجاه نحو الأجانب.

مشكلة الدراسة

في ضوء التحول العالمي الحالي في الجغرافيا السياسية، والمستوى المتزايد من العولمة، والانفتاح على القوميات والجنسيات المختلفة، من المهم التأكيد على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز أو عرقلة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، والجماعات متباينة الثقافات، وبالتالي تكوين الاتجاهات عنهم، وهذه الاتجاهات تكون في بعض الأحيان إيجابية وفي أحيان أخرى سلبية وفقاً للتصورات التي تنقل عبر هذه الشبكات.

ولاينكر أحد الدور المهم لهذه الأنماط الحديثة من التواصل، التي تقوم في وقتنا الحالي بتوفير خرائط معرفية كاملة للبيئة الاجتماعية تستخدم في التعبئة والتحامل تجاه جماعات بعينها، وربما تستخدم في تعزيز وشرعنة موقف جماعات أخرى.

وعلى مدى العقود القليلة الماضية، أدخل الباحثون في مجالات علم الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعي، والعلوم السياسية العديد من النظريات التي تحاول وصف دوافع الاتجاهات للأفراد نحو الآخرين (Inkelas, 2003). حيث توجد محددات كثيرة بإمكانها أن تشكل الاتجاه نحو الأجانب على سبيل المثال، العوامل الشخصية (مثل، العمر، والجنس)، والعوامل السياسة (مثل، التوجه السياسي)، والعوامل الاجتماعية والاقتصادية (مثل، المكانة، والدخل، والتعليم)، وكذلك العوامل الثقافية (مثل، الدين، والقيم)، فضلاً عن العوامل الاجتماعية والنفسية وشبكة العلاقات الاجتماعية على سبيل المثال، الاغتراب Alienation، والتواصل والتفاعل الاجتماعيين Social Contacts and Interactions (Bello, 2016). وتحاول الدراسة الحالية فحص الدور الذي يمكن أن تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها أحد المحددات المستحدثة الناتجة عن الثورة التقنية الهائلة التي نعيشها في الوقت الحالي وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

1- هل يوجد تأثير مباشر لمتغيرات المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل

الاجتماعي، على الاتجاه نحو الأجانب؟

2- هل توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموغرافية: الجنس، ومكان الإقامة، والدخل الاقتصادي، على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، والمهارة الشخصية ومرات الاستخدام؟

3- هل يوجد تأثير للمتغيرات الديموغرافية: الجنس، ومكان الإقامة، والمستوى الاقتصادي، على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات نحو الأجانب، وكذلك التعرف على البرامج التي يكون لها الدور الأكبر في تكوين الاتجاه نحو الأجانب، بالإضافة إلى رصد تأثير مرات الاستخدام ومهارة المستخدمين، والمتغيرات الديموغرافية في تكوين الاتجاه نحو الأجانب.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

– وضع بروفيل (مخطط) معرفي عن استخدام برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، وأهم برامج وشبكات التواصل الإلكترونية التي يستخدمها بعض الشباب السعودي، وكذلك مستوى المهارات الشخصية، وتكرار استخدام برامج وشبكات التواصل.

– قياس درجة قبول الشباب السعودي للأجانب.

– رصد بعض التأثيرات التي قد تحدثها شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب وبالأخص على تقبل الأجنبي.

– تحديد البرامج الأكثر تأثيراً في تشكيل الاتجاهات نحو الأجانب لدى الشباب.

– تحديد حجم تأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع، والعمر، والمستوى الاقتصادي) على استخدام برامج وشبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب.

حدود الدراسة:

تحدد البحث الراهن بالعينة المستخدمة والمكونة من شريحة من شباب الجامعة بمنطقة حائل بالمملكة العربية السعودية بلغ عددها 281 طالب وطالبة وبالفترة الزمنية التي تم فيها التطبيق وكانت بداية الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2016– 2017م، وتم تحديد المتغيرات المستهدفة بالدراسة من

خلال الأدوات المستخدمة: مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومقياس الاتجاه نحو الأجانب.

مفاهيم الدراسة:

1. الوعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الالكترونية:

المقصود بالوعي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إدراك الأفراد لأهمية الشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي Social Networks المختلفة التي تسمح بالتواصل عبر شبكات اجتماعية من خلال شبكة المعلومات الدولية على سبيل المثال، التعريف بأنفسهم واهتماماتهم وتوجهاتهم، واختيار الأصدقاء ضمن مجموعات قد تكون مفتوحة أو مغلقة أو سريّة، كما تتيح تبادل ونشر المواد المكتوبة والمصّورة، والمسموعة والمتلفزة كأفلام الفيديو (الزيون، وأبو صعيليك، 2014).

2. شبكات التواصل الاجتماعي:

"منظومة من الشبكات الالكترونية من صفحات الويب الموجودة على الإنترنت، تسهل التواصل والتفاعل بين الأفراد المشتركين فيها، كما تسمح للمشترك بإنشاء الموقع الخاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات" (العنزي، 2013، 11). والمقصود بها تحديداً البرامج والمواقع، وأي وسيلة تحقق التواصل الاجتماعي وتستخدم عن طريق وسائط الحاسب الآلي أو الجوال، وشبكة الإنترنت للمعلومات الدولية، بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى كمشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أشكال التفاعل التي تتم داخل هذه الشبكات.

3. المهارة الشخصية:

المستوى الذي يتمتع به الفرد من مهارة في استخدامه لشبكات التواصل الاجتماعي.

4. مرات الاستخدام:

المقصود هنا تكرار استخدام الفرد لشبكات التواصل الاجتماعي خلال أيام الأسبوع.

5. الاتجاه نحو الأجانب:

يشير مصطلح الأجانب في معظم الثقافات، إلى الأفراد الذين يعيشون في بلد لم يولدوا فيه. وتشمل هذه الفئة الاجتماعية، على سبيل المثال،

اللاجئين، والعمال، والمهاجرين، والسياح، وطالبي اللجوء السياسي، وكذلك أسرهم (Gniewosz, Noack, Wentura, & Funke, 2008). ويتحدد تعريف الاتجاه نحو الأجانب في إطار المقياس المستخدم في الدراسة الحالية والذي يُقيم قبول أو عدم قبول المستجيبين للأجانب.

الدراسات السابقة:

اهتم التراث النظري السابق بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي مع عدد من المتغيرات، ولكنه على الرغم من ذلك هناك ندرة شديدة في الدراسات التي اهتمت بالتعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على متغير الاتجاه نحو الاجانب ويظهر ذلك من خلال عرض بعض الدراسات التي أجريت عن شبكات التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، في عمان أجرى "عبد الرحيم" (2013) دراسة هدفت التعرف على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والفترة الزمنية للاستخدام، وأظهرت النتائج أن أكثر من نصف العينة التي بلغت 120 طالباً يقضون ساعتين وأكثر يومياً في استخدامهم لشبكات التواصل، ولم توجد فروق بين الذكور والإناث في استخدامهم لهذه الشبكات، وكان موقع فيسبوك من أكثر المواقع التي يستخدمها الطلاب، وقد فاق استخدام الطلاب لشبكات التواصل في الأغراض الاجتماعية استخدامهم لها في الأغراض الأكاديمية.

وفي الأردن أجرى "أبو صعيليك"، و"الزبون" (2013) دراسة اهتمت بالتعرف على التأثيرات السلبية والإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات 1135 من طلاب وطالبات الجامعة تم اختيارهم من خلال الطريقة الطبقية العشوائية، وأشارت النتائج إلى أن أهم الآثار الإيجابية للشبكات: إزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين، وتعميق العلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء، وتعزيز المعارف العامة للطلاب، وكانت أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل: إدمان هذه الشبكات، والتأخر الدراسي، وتعزيز التعصب العشائري أو الإقليمي أو العرقي.

وفي المملكة العربية السعودية اهتمت دراسة "الصويان" (2014) بتأثير هذه الشبكات على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي، وكشفت الدراسة عن حجم استخدام الشباب لـــ"تويتر"، و"فيسبوك"، كذلك عن أسباب دخول الشباب لهذه الشبكات، وتأثيراتها الاجتماعية على الشباب السعودي. حيث ارتفعت نسبة استخدام "تويتر" إلى 58.8% في وقت الدراسة مقابل 45.8% للـــ"فيسبوك"، وبلغ معدل الاستخدام من ساعة إلى ساعتين حوالي 55.2%، واحتل الشباب السعودي المركز الأول عالمياً في استخدامهم

لـــ"تويتر" حيث بلغت نسبتهم من بين المستخدمين 51%، وتنوعت مواقع شبكات التواصل لتشمل "تويتر" Twitter، و"فيسبوك"Facebook ، و"ماي سبيس"Myspace ، و"نيت لوج" Netlog، والمجموعات البريدية المختلفة. وتعددت أسباب الاستخدام وكان منها حسب الترتيب: البحث عن المعلومات 81.9%، والدعم الاجتماعي 40.4%، وتحميل البرامج 36.2%، ثم المشاركة في المجموعات الإخبارية 25.8%. وكانت هناك تأثيرات اجتماعية إيجابية لاستخدام الشباب لشبكات التواصل منها مهارات التواصل والتفاعل الاجتماعيين، وخدمة المجموعات، والمشاركة الاجتماعية، وتنمية المعلومات العامة، وتنمية القيم، وتبادل الآراء السياسية والاجتماعية، والتعبير عن الرأي بحرية خاصة وقت ثورات الربيع العربي، وأيضاً كانت هناك تأثيرات اجتماعية سلبية على الشباب تلخصت في انتهاك خصوصية الأفراد، وربما تهديد أمن الجماعات، وضياع كثير من الوقت يصل عند البعض إلى حد إدمان هذه الشبكات، ومن ثم تفضيل المجتمع الافتراضي عن الواقعي، وتغير القيم الاجتماعية.

وأجرى "العبد الجابر" (2015) دراسة تعرضت لاتجاهات الطالبات نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية بجامعة الأميرة نورة، وربط استخدامها بالتعلم، حيث تم التعرف على أسباب استخدام الطالبات لشبكات التواصل، وكذلك سلبيات وإيجابيات هذه الوسائل في العملية التعليمية، وكان من نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من الطالبات حوالي 85.3% استخدمن وسائل التواصل في التعليم، حتى أنه كان من توصيات الدراسة اعتماد استخدام هذه الوسائل في التعليم.

وفي مصر أجرى "محمد" (2015) دراسة هدفت التعرف على تأثير هذه الشبكات على منظومة القيم الأخلاقية لدى شباب الجامعات، وكذلك مستوى تفاعلهم، والعوامل التي تؤدي بهم إلى إقبالهم على هذه الشبكات. وأظهرت الدراسة أنه توجد تأثيرات اجتماعية (على سبيل المثال، تساعد هذه الشبكات على الانحلال الخلقي لبعض الشباب، وتكوين علاقات افتراضية فاشلة، ويكون لها دوراً في الانحراف الاجتماعي، وكذلك العزلة الاجتماعية)، وتأثيرات ثقافية (تقليد الشباب للقيم الغربية، وإمكانية تأثرهم بالثقافات الدينية الأخرى، وبالأخلاقيات الغربية)، وتأثيرات نفسية وتأثيرات سلوكية (التأثر بالسلوكيات السلبية، وإدمان الشباب لشبكات التواصل الاجتماعية، واكتساب سلوكيات سلبية مثل الكذب والنفاق، والرياء، والمساهمة في الصراع القيمي بين الشباب، وتشكل السلوك العدواني والعنف بين الشباب، وانتشار الجرائم الالكترونية) وتأثيرات تربوية (الابتزاز

التربوي والمعلوماتي، وتزييف الحقائق، والابتعاد عن اللغة العربية). وزاد مستوى تفاعل الشباب في فترة إجراء الدراسة ليصل جملة الذين يستخدمون شبكات التواصل بين أفراد العينة (ن= 283) على مدار اليوم من ساعتين فأكثر 70%. وكانت أهم مجالات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي السياسة والأخبار والتسلية والترفيه، والمجال الديني. وأهم العوامل التي تجعلهم يقبلون على شبكات التواصل العوامل الاجتماعية (الابتعاد عن العزلة الاجتماعية، ومشاركتهم الأفكار، ورغبتهم في التعرف على العادات والتقاليد للشعوب الأخرى، وتكوين علاقات اجتماعية)، والعوامل الثقافية (شغل وقت الفراغ والترفيه، وتبادل الثقافات، واكتساب المعرفة والثقافات العالمية)، وعوامل نفسية (تعزيز الثقة المتبادلة بين جماعات الشباب، والتعبير عن الوجدان)، وعوامل سلوكية (تبادل المهارات السلوكية)، وعوامل تربوية (التعرف على البرامج التربوية).

وفي الجزائر أجرى "وليدة" (2015) دراسة كشف فيها عن الدور السلبي الذي قد تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي وهو العزلة الاجتماعية في دائرة العلاقات المتمثلة في الأسرة، والأصدقاء، وعلاقات الجيرة والقرابة والبيئة الدراسية.

وفي السودان أجرى "عيسى" (2016) دراسة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير الثقافي والاجتماعي الحادث بين طلاب السودان بجامعة النيلين، حيث رصدت هذه الدراسة تأثير هذه الشبكات في طلاب الجامعة ومن أبرز نتائج الدراسة أنها كشفت عن الدور الإيجابي لوسائل التواصل في التغير الثقافي، والاجتماعي للطلاب حيث تبين أنها ساعدت الطلاب في تكوين العلاقات الاجتماعية، واكتساب المعرفة، والانفتاح على العالم، ورفع مستوى وعي الطلاب على الثقافات الأخرى، وحذرت الدراسة من التوظيف غير المقنن لهذه الوسائل لأنه من الممكن أن يحدث تأثيراً سلبياً على تحصيل الطلاب.

كما أجرى "عزب"، و"محمود"، و"محمد" (2016) دراسة عن دوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وكشفت الدراسة عن وجود خمس دوافع تمثلت في الحفاظ على العلاقات الاجتماعية، والتعرف على الأشخاص الجدد، وقضاء وقت الفراغ، والتعبير عن النفس وتقديم الذات، والتعلم وتبادل المعلومات.

وأجرى "منصور" (2017) دراسة حاول فيها التعرف على دوافع استخدام هذه الوسائل والاعتماد عليها بوصفها مصدراً لتحقيق أهدافاً متعددة في مجتمعين مختلفين في الظروف السياسية والاقتصادية، وهما اليمن

والسعودية. وأشارت الدراسة إلى أن استقرار المجتمع لا يؤثر على استخدام الطلاب لوسائل التواصل باعتبارها مصدراً تعليمياً وإخبارياً في الوقت الذي يكون له تأثيراً على التأثيرات المعرفية والوجدانية للاعتماد، وكانت أهم دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الدوافع النفعية على سبيل المثال، التواصل مع الآخرين، تلاها دوافع التسلية والترفيه، وكان تأثير الاعتماد على الشبكات بوصفها مصدراً إخبارياً أعلى من المصدر التعليمي.

وأجرى "سهيل" (2017) بحث نظري عن تنوع شبكات التواصل، واختلاف بنياتها، وتعدد أدوارها حيث توجد الشبكات العامة (على سبيل المثال، فيسبوك)، والشبكات الإخبارية (تويتر)، والمتخصصة (لينكد إن)، والتواصلية (سكايب)، والمتعلقة بعرض الصورة (انستجرام)، وعرض الفيديو (يوتيوب)، وقد استعرض الباحث مراحل تطور شبكات التواصل، وتنوع استخدامها.

وتحفل الدراسات الأجنبية بتراث ضخم عن شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع "فيسبوك" من تخصصات كثيرة، حيث أجرى "يوليسي" (Ulusu, 2010) دراسة للكشف عن العوامل المؤثرة في طول فترة الاستخدام التي يقضيها المستخدمون على موقع "فيسبوك" عن طريق استبانة تم توزيعها على عينة من (199) من الإناث و(207) من الذكور تراوحت أعمارهم بين (18– 58) عام من مستخدمي "فيسبوك" في تركيا، وقسمت الاستبانة إلى قسمين تضمن القسم الأول السؤال عن أسباب الاستخدام في خمسة عناوين رئيسة: التواصل الاجتماعي، والكتابة على الحائط، والتسلية، والوقت الحر، والبحث عن الأصدقاء. وتضمن القسم الثاني العلامات التجارية، والإعلانات التجارية وما تضيفه من اتجاهات، وأظهرت نتائج الدراسة أن التسلية والعلامات والإعلانات التجارية والأوقات الحرّة تزيد من الوقت الذي يقضيه الأفراد على شبكة "فيسبوك"، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن غير المتزوجين كانوا أكثر استخداما لـــ"فيسبوك"، ويقضون وقتاً أطول في استخدامهم من أجل التسلية، مقارنة بالمتزوجين.

وأجرى "كالبيدو" وزملاؤه (Kalpidou et al., 2011)، دراسة بغرض الكشف عن العلاقة بين استخدام شبكة "فيسبوك" وتقدير الذات، والرضا عنها، والتوافق العاطفي والاجتماعي على عينة من (70) طالب من طلاب الجامعة في بوسطن، واستخدم الباحثون استبانات لقياس طبيعة استخدام "فيسبوك"، وكثافة الاستخدام، واستخدم الباحثون أيضاً مقاييس لقياس تقدير الذات، والتوافق الاجتماعي والانفعالي. وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة سلبية بين عدد الأصدقاء على الشبكة والتوافق الاجتماعي والأكاديمي

لدى طلاب السنة الأولى، وأقترن الإفراط في الوقت الذي كان يقضيه هؤلاء على الشبكة بتدني تقدير الذّات لديهم، كما اقترن عدد الأصدقاء على الشبكة لدى طلاب السنوات الأعلى بالتوافق الاجتماعي، وعزا الباحث هذه النتائج إلى تطور العلاقات الاجتماعية عند هؤلاء بعد قضاء سنوات في الجامعة.

وأجرى "يونج" (Young, 2011) دراسة لاستكشاف وظائف موقع "فيسبوك" وأدواته المحددة مثل اللصق على الجدار والأحداث والصّور في تيسير التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء وتعزيزه والحفاظ عليه، عن طريق استطلاع آراء 758 من طلاب "جامعة سيدني" عبر الإنترنت، ومن خلال المقابلة الشخصية لـــ 18 من المستخدمين النشطين لموقع "فيسبوك". وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن شبكة "فيسبوك" عززت الصداقات القائمة عن طريق أشكال الاتصال التقليدية كالهاتف، والتواصل المباشر وجهاً لوجه، وأتاحت للأفراد المحافظة على الاتصال الملائم والفعال مع مجموعات أكبر من معارفهم مما أسهم في زيادة الآواصر الاجتماعية بينهم.

وأجرى "شونغ"، و"جيون"، و"سونغ" (Chung, Jeon, Song, 2016) دراسة عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والدعم الاجتماعي على الصحة النفسية، واستخدمت عينة (ن= 2815) من كبار السن أعمارهم تراوحت ما بين (60–74 عام) مقابل عينة (ن= 1784) زادت أعمارها عن 75 عاماً من المعرضين لخطر الاكتئاب الشديد، وأشارت النتائج إلى أن هناك ثمة علاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي، والدعم الاجتماعي، والصحة العامة المدركة.

وأجرى "كووز"، و"جريفيسز" (Kuss, Griffiths, 2017) دراسة نظرية عن الإدمان وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أوضح الباحثان أنه مع تزايد الحاجة الملحوظة إلى الاتصال بالإنترنت أدى إلى الاستخدام الإجباري لشبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي ظهور أعراض وعواقب ارتبطت بالإدمان. وقدم الباحثان 10 توصيات أو دروس مستفادة بشأن مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت والإدمان على أساس رؤى مستمدة من البحوث التجريبية الأخيرة. وهي: (1) استخدام الشبكات الاجتماعية واستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لا يكون بنفس القدر؛ و(2) التواصل الاجتماعي انتقائي؛ و(3) التواصل الاجتماعي هو وسيلة للوجود؛ و(4) يمكن للأفراد أن يصبحوا مدمنين في استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية؛ و(5) إدمان "الفيسبوك" ليس سوى مثال واحد على إدمان شبكات التواصل الاجتماعي؛ و(6) الخوف من الفقدان قد يكون جزءاً من إدمان شبكات التواصل الاجتماعي. و(7) قد يكون إدمان الهاتف الذكي جزءاً من إدمان

شبكات التواصل الاجتماعي؛ و(8) قد يكون رهاب فقدان الهاتف المحمول "نوموفوبيا" Nomophobia جزءاً من إدمان شبكات التواصل الاجتماعي؛ و(9) هناك اختلافات اجتماعية ديموغرافية في إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، و(10) هناك مشاكل منهجية في البحوث المعاصرة.

وأجرى "خلوات"، و"محلاء"، و"غيردر" (Ghalawat, Mehla, Girdhar, 2017) دراسة عن استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقاتها بالمتغيرات الديموغرافية، وقد أجريت الدراسة لتحقيق هدفين أساسيين هما: أولاً، تحديد العوامل المرتبطة بخدمات مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلاب. وثانياً، لتحديد العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية والعوامل المؤثرة على الرضا العام عن خدمات مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلاب. واستندت الدراسة على بيانات من 200 مشارك في الدراسة، واستخدم التحليل العاملي وتحليل التباين لتحقيق أهداف الدراسة. وأظهرت نتائج التحليل العاملي وجود ستة عوامل: التهديد الذي يتعرض له النظام، وخدمة العملاء، وتبادل المعلومات، ووسائل الإعلام الاجتماعية/الإعلانات التقليدية، وأخيراً المخططات البيئية. وكشف تحليل التباين أن المتغيرات الديموغرافية كان لها علاقة كبيرة مع هذه العوامل الستة التي أثرت على الرضا العام عن خدمات مواقع الشبكات الاجتماعية بين الطلاب.

وعن التراث النظري السابق لدراسات الاتجاه نحو الأجانب كانت هناك ندرة أيضاً خاصة في البيئة العربية، في الوقت الذي نال هذا التوجه اهتماماً من قبل الدراسات الأجنبية، ونعرض في السطور التالية لبعضٍ من هذه الدراسات ذات العلاقة:

أجرى "جيغر" (Jäger, 2005) دراسة حلل فيها درجة قدرة الأشخاص على تسجيل اتجاهاتهم عن جماعتهم المرجعية أو شركاء المناقشة المقربين بدقة من خلال تحليل الشبكات الاجتماعية. ووجد أن الدراسات التي استخدمت نهج الشبكة الاجتماعية قدمت دليلاً على وجود ارتباط قوي بين اتجاهات الأفراد الشخصية وتقاريرهم عن الاتجاهات المتصورة عن الآخرين المرتبطين بهم. وبما أن معظم البحوث لم تختبر ما إذا كان هذا الإدراك للأنا متطابقاً مع الاتجاهات الفعلية للتغير، فإنه لا يزال من غير الواضح إلى أي درجة يتم إثبات الارتباطات المرصودة في عمليات التأثير الاجتماعي أو ببساطة نتيجة لإسقاط الأنا لاتجاهاتها الخاصة على تغيرها. غير أن الإحصاءات الوصفية أكدت أن التقارير بالوكالة، والتقارير الذاتية المتعلقة بالاتجاهات كشفت عن درجة منخفضة نسبياً من التطابق. وتوصل الباحث في دراسته إلى أن تأثير وصول الأنا إلى المعلومات حول "جودة"

التقارير بالوكالة المهتمة بالاتجاهات نحو المهاجرين في ألمانيا تم تحليلها في سياق فهم أوسع لتطابق التقارير بالوكالة. ولهذا الغرض، استخدم نهجين طبقا محكات مختلفة للصدق لتقييم "دقة" تقارير الوكيل عن الاتجاهات على المستوى الفردي، وللإجابة على تساؤلات الدراسة، تم إعادة تحليل البيانات التي تم جمعها مؤخراً على عينة بلغت 1693 مستجيب على اتجاهات الأنا نحو المهاجرين، بما في ذلك معلومات عن إدراك الأنا لـــ"تغير" الاتجاهات وتغير "التقارير الذاتية حول نفس المسألة.

وأجرى "بيتجرو"، و"واجنر"، و"كريست" (Pettigrew, Wagner, and Christ, 2007) دراسة استهدفت الإجابة عن تساؤل رئيس: هل تتسق تنبؤات الاتجاهات المناهضة للهجرة عبر البلدان ذات التاريخ والسياسات المتنوعة للهجرة؟ وافترض الباحثون أن المؤشرات الرئيسة لمعارضة الهجرة هي في الواقع متسقة نسبياً عبر الدول الصناعية. وسعى الباحثون إلى اختبار فرضهم عن طريق مسحين باستخدام عينات تم اختيارها بالطريقة الاحتمالية من مواطنين ألمان ثم قارن الباحثون النتائج التي توصلوا إليها مع تلك التي تم الحصول عليها في الدراسات الحديثة التي أجريت عن أخذ الآراء حول الهجرة في أوروبا عموماً، وفي اثنين من الدول الرائدة في العالم في استقبال المهاجرين (كندا، والولايات المتحدة). وأظهرت النتائج أوجه تشابه ملحوظ في المنبئات البنائية، والديموغرافية، والاقتصادية، والسياسية، والشخصية، ومنبئات الاتصال، والتهديد. وكانت المعارضة موجودة بصورة روتينية أقوى بين شرائح السكان الأكبر سناً والأقل تعليماً الذين يعيشون في مناطق ذات معايير معادية للهجرة وقلة الاتصال بالمهاجرين. وارتبطت المواقف المناهضة للهجرة بالمحافظة السياسية والانفصال والحرمان الاقتصادي، لا سيما مع الاستبداد والتوجه نحو الهيمنة الاجتماعية والتوجه والتهديد الجماعي المتصور.

وأجرى "سلامونيسكا" (Salamońska, 2016) دراسة عن الاتجاهات نحو المهاجرين من بلدان الاتحاد الأوروبي الأخرى، حيث أوضح الباحث أن أوروبا أصبحت على مر العقود مقصداً لمختلف الجماعات من المهاجرين، بما في ذلك المواطنين المتنقلين من الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي. وفي الوقت نفسه أصبح المواطنون الأوروبيون أكثر قدرة على الحركة مع عدد متزايد من الممارسات العابرة للحدود التي تربطهم بالأماكن والناس في الخارج من خلال الهجرة، أو السفر، أو الشبكات االجتماعية، أو ممارسات استهلاكية. وتمثلت المساهمة الرئيسة لهذه الدراسة في تحليل مدى أهمية عمليات النزوح إلى أوربا Europeanization، على المستوى

الفردي والقطري، للمشاعر نحو الهجرة. وأشارت البيانات إلى أن عمليات العولمة الاجتماعية قد تنتج شعوراً بالتهديد، ولكن يبدو أن طابع الحدود الوطنية الفردي يقدم علاجاً ضد التعصب.

وأجرى "إيجوك"، و"آني" (Ejoke, Ani, 2017) دراسة تناولت التحليل التاريخي والنظري لكراهية الأجانب Xenophobia في جنوب أفريقيا، حيث أوضح الباحثان أن كراهية الأجانب ظاهرة قمعية أصبحت القضية الرئيسة في جنوب أفريقيا في القرن الحادي والعشرين نظراً لما تحدثه هذه الظاهرة من تمزيق اتفاقيات السلام متعدد الأطراف بين جنوب أفريقيا والبلدان الأخرى. وقد أدرج الباحثان العوامل التي أدت إلى كراهية الأجانب في إطار عوامل سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية. وقد تم توجيه الخوف وكراهية الأجانب نحو المهاجرين من الأفارقة السود في جنوب أفريقيا منذ عام 1994. واستهدفت الدراسة تحليل التفسيرات المختلفة لمهاجمة المهاجرين الأفارقة السود خاصةً في جنوب أفريقيا واستكشاف اتجاهات العنف من خلال مراجعة منهجية للدراسات السابقة التي تم مسحها بنسخة أطلس تي (الإصدار الثامن) Atlas-Ti version 8 هذه الطريقة من الاستقصاء أظهرت التصورات البصرية لظاهرة كراهية الأجانب، وسلطت الضوء أيضاً على ردود أفعال الحكومة الجديدة. وتقول الصحيفة أن حكومة جنوب افريقيا لم تعط أولوية لكراهية الاجانب بوصفها مشكلة وطنية خطيرة. واستخدمت الدراسة نظريات النزعة العرقية والحرمان النسبي لحالة كراهية الأجانب. في سياق هذه المشكلة، وشارك البحث في تحليل المحتوى. وأوصت الدراسة بأن يقوم صانعو السياسات بوضع القوانين وضمان تنفيذها فضلاً عن تعزيز التدريب على قوانين الهجرة واللاجئين. وهناك حاجة إلى برامج للحملة لتثقيف الأسر بشأن الآثار السلبية لكراهية الأجانب على عملية بناء الأمة في جنوب أفريقيا.

وأجرى "أوتويو" (Otu, 2017) دراسة استند فيها إلى النظرية الأنثروبولوجية للحدود الاجتماعية، حيث قدم مفهوم العنصر أو العرق Race باعتباره منفذاً لكراهية الأجانب Xenophobia في بيئة أكاديمية بجنوب أفريقيا. وكشف "أوتيو" عن أن ما كتب عن حالة كراهية الأجانب في جنوب أفريقيا (سواءً كمياً أو نوعياً) وهو كثير، تم تطويره حول تصنيف يكشف عن أناس ينتمون للعرق الأسود ارتكبوا جريمة كراهية الأجانب. مستخدمين العرق باعتباره منفذاً محتملاً لكراهية الأجانب، ويوضح الباحث أهمية دراسته في أنها تلغي الطبيعة النمطية التي تفسر من خلالها أجندات البحوث المختلفة خطاب كراهية الأجانب في جنوب أفريقيا في فترة ما بعد

الفصل العنصري Post-apartheid. فضلاً عن كونها تستجوب التفسيرات الخاطئة لكراهية الأجانب، وتكشف أخيراً الطبيعة المتضمنة للعرق وكراهية الأجانب. وقد استخدم الباحث المقابلات المتعمقة غير المنظمة مع ثلاثين مشاركاً، وأظهرت نتائج الدراسة أن العنصرية Racism تحتضن نوعاً خفياً من كراهية الأجانب، وتسبب ضرراً خبيثاً لحالة الزمالة والمهنية داخل المؤسسات الأكاديمية. وبدون تقويض آثار العنصرية وكراهية الأجانب في هذه المؤسسات، فإنه يمكن القول بأن فهمنا للمعتقدات التي تنطوي على كره الأجانب كثيرا ما تصاغ في أفكار نمطية استنتاجية ومتحيزة، ومرهونة بمعرفة مسبقة.

نخلص من هذه الدراسات إلى ما يأتي:

– وجود دراسات متعددة أجريت حول برامج وشبكات التواصل الاجتماعي في البيئة العربية، والأجنبية على حدٍ سواء على سبيل المثال، "عبد الرحيم" (2013)، و"الصويان" (2014)، و"العبد الجابر" (2015)، و"عيسى" (2016)، و"منصور" (2017)، (Chung, Jeon, Song, 2016; Ghalawat, Mehla, Girdhar, 2017; Kalpidou et al., 2011; Kuss, Griffiths, 2017; Ulusu, 2010; Young, 2011).

– ندرة الدراسات العربية في سياق الاتجاهات نحو الأجانب.

– معظم الدراسات الأجنبية التي أجريت عن الاتجاه نحو الأجانب أجريت في جنوب أفريقيا وأوروبا عن ظاهرة "كراهية الأجانب" Xenophobia مثل دراسة "إيجوك"، و"آني" (Ejoke, Ani, 2017)، و"أوتويو"(Otu, 2017).

– يلاحظ عدم وجود دراسات اهتمت بمتغيرات الدراسة معاً، وتحاول الدراسة الحالية سد هذه الفجوة من خلال الاهتمام بتأثير متغير عصري مهم وهو وسائل التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الاجانب وهو أيضاً متغير مهم وظهرت أهميته في وقتنا الحالي بعد تزايد معدلات الهجرة نتيجة للأحداث التي جرت في المنطقة العربية مؤخراً.

– معظم الدراسات التي تم عرضها لم تولي اهتماماً إلا بالمستوى الأول من فهم الظاهرة ومعرفة خصائصها، والمتغيرات المرتبطة بها وكيفية التحكم فيها، وهو مستوى الارتباط، والدراسة الحالية بحثت في مستويات متقدمة من فهم الظاهرة من خلال التعرف على تأثير متغير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الأجانب وذلك عن طريق استخدام النمذجة البنائية، وهو الأسلوب الأمثل الذي يكشف عن هذا المستوى.

ما تميزت به الدراسة الحالية:

تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في محاولتها دراسة أثر التكنولوجيا على العلاقات الاجتماعية بين طلبة وطالبات الجامعة.

الإطار النظري:

أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي

اكتسبت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت شعبية متزايدة في العقد الماضي، ولما لا فهي المنصة التي تمكننا من إعادة الاتصال مع أصدقاء الدراسة القدامى، وتكوين صداقات جديدة، وتبادل المعلومات ووجهات النظر المختلفة بسهولة.

وظهر مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي في بداية الخمسينات من قبل عالم الاجتماع "بيرنز" Barnes (1954)؛ بشكلها التقليدي في نوادي المراسلة العالمية للربط بين الأفراد من دول العالم المختلفة باستخدام الرسائل المكتوبة، ومن بين وظيفة هذه الشبكات تطوير الممارسات المرتبطة بوسائل الإعلام التي سميت بعد ذلك بوسائل التواصل الاجتماعي Social Media المبنية على التطبيقات Applications التي تركز على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد من ذوي الاهتمامات المشتركة، أو النشاطات المشتركة، وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية (الدبيسي، والطاهات، 2013).

وظهر أول موقع تواصل اجتماعي Six Degrees.com عام (1997) تم استخدامه من قبل طلاب الجامعات لتبادل الاخبار، ومنذ ذلك التاريخ إزداد انتشار وشعبية شبكات التواصل الاجتماعي حتى بلغت ذروتها في الفترة مابين (2002– 2004) حيث تُوجت هذه الفترة بظهور ثلاثة مواقع اجتماعية: موقع Friendster عام 2003، وموقع My space، وموقع Bebo عام 2005، حيث كان موقع My space الأكثر شعبية من بينها، كما برز موقع Facebook عام 2004 وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية (معراج، وصالح، 2015).

ونتيجة للمنافسة القوية بين شبكات التواصل الاجتماعي ظهرت نماذج ناجحة من هذه الشبكات على سبيل المثال،(الفيسبوكface book، ويوتيوب youtube، وتويترtwitter) واستطاعت هذه الشبكات توظيف خصائص الجيل الثاني من الشبكات web2 التي تسمح بإضافة نص أو صورة أو فيديو والتعليق

عليها بشكل مباشر، ومع ظهور تقنية3G ظهرت مواقع تواصل جديدة مثل جوجل بلس+Google، وانستجرام Instagram (خليفة، 2017).

وقد تمت دراسة الدوافع التي تقود إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهات نظر مختلفة وباستخدام كل من الدراسات الكمية والنوعية أو الكيفية. ومع ذلك، هناك عدد قليل نسبياً من الدراسات الكمية التي تستكشف تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الأجانب. على سبيل المثال، فسرت نظرية الإشباع، والاستخدامات The Uses & Gratifications Theory استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تلبية الاحتياجات المختلفة للمستخدم النشط. والفكرة الأساسية لهذه النظرية هي أن استخدام مثل هذه الوسائل من الإعلام الاجتماعي يتم تحديده في عدد من الأسباب أو الدوافع يمكن تجميعها في فئات مختلفة، مثل: البحث عن المعلومات، والبحث عن الحالة أو الوضع الاجتماعي، والعرض Exposure، والفائدة، والاجتماعية، والترفيه، والهروب من الواقع Escapism، وتمرير الوقت، ووسائل الراحة Convenience، والتعليم (Pribeanu, Balog, 2017).

وقد صنف "سوندر"، و"ليمبيروس" (Sundar, Limperos, 2013) الإشباع إلى أربع فئات: المحتوى Content، والعملية Process، والاجتماعية Social، والتكنولوجيا Technilgy. ومن الأمثلة على ذلك: البحث عن المعلومات، والتعليم (المحتوى)، والهروب من الواقع، والتأثير الاجتماعي (العملية)، والعلاقات الاجتماعية (الاجتماعية)، وسهولة الاستخدام، والفوائد (التكنولوجيا).

وتوصل "بريبانو"، و"بالوغ" (Pribeanu, Balog, 2017) إلى نموذج يوضح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وخصوصاً "الفيسبوك"في ثلاثة عوامل:

1- توسيع العلاقات الاجتماعية Extending the Social Relations ويشير هذا العامل إلى الحاجة للحصول على المعلومات من الآخرين ومقابلة أناس جدد.
2- المعلومات والتعاون Information & Collaboration ويشير إلى طلب المشورة والمعلومات ذات الصلة بالجامعة، فضلاً عن الانضمام إلى مجموعات الاهتمام والحصول على الموارد المشتركة.
3- الحفاظ على العلاقات الاجتماعية Maintaining Social Relations ويشير إلى الاجتماعية مع الأصدقاء والزملاء السابقين، وكذلك السعي إلى تحديد أماكن الأصدقاء القدامى من أجل إعادة التواصل.

ومن أشهر وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة في الوقت الحالى: الفيسبوك Facebook، وتويتر Twitter، والواتس آب WatsApp، وجوجل بلس+Google، والمدونات، والصحف والمجلات الإلكترونية، والقنوات الفضائية الإلكترونية، وقنوات اليوتيوب You Tuobe، ولايف بوون Lifeboon، والشبكات الاجتماعية Social Networks، وماي سبيس Myspace، وهاي فايف Hi5، ولينكد إن LinkedIn، وأوركت Orkut، وتاجد Tagged، وإيمو IMO... وغيرها.

ثانياً: الاتجاه نحو الأجانب

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستفادة من الأطر النظرية التي ساهمت في تحليل وتفسير الاتجاه نحو الأجانب مثل نظرية "بلومر" Blumer عن مكانة ووضع الجماعة في العلاقات بين الجماعات Intergroup Relations، ونموذج "لورانس بوبو" Lawrence Bobo ورفاقه عن الاتجاهات العنصرية، ونظرية "فيبر" Weber عن العلاقات الاجتماعية المفتوحة والمغلقة Open and Close Social Relationships، وظاهرة مسؤولية الغربة Phenomenon Liability of Foreignness، وهناك أيضاً نظرية الهوية الاجتماعية Social Identity Theory، وظاهرة كراهية الأجانب Xenophobia.

حيث أثبت نموذج "بلومر" (1958) للعلاقات بين الجماعات بالفعل أنه يفضي إلى التوسع؛ وأدى إطاره النظري إلى بعض الحسابات الرئيسة عن مصادر التعصب على مستوى الجماعة، وأن الجماعات وقادتها يحددان الصورة لـــ"لنا، ولهم" وهذا يؤثر على العلاقات بين الجماعات. لهذا السبب، ترتبط الجماعة المعادية بشكل متصور بالاتجاه نحو الأجانب وترتبط بتزايد تعصب الأفراد (Bello, 2016). فقد أثبت "كيليان" (Quillian, 1995) أن التعصب رد فعل على تهديد الجماعة المتصور؛ ويتحدد بتفاعل عاملين: حجم مجتمعات المهاجرين، وتفاقم الأوضاع الاقتصادية.

وتستند المواقف العنصرية، وفقاً لـــ"بلومر"، إلى "أحكام تاريخية وجماعية متنامية حول الأوضاع أو المكانة في النظام الاجتماعي التي يشغلها الأعضاء من الجماعة الداخلية In-group بالنسبة لأعضاء جماعة خارجية Out-group". وأشار بلومر إلى أن هناك أربعة عناصر مهمة في نظريته:

1- الشعور بوضع الجماعة يرتبط باعتقاد تفوق الجماعة الداخلية In-group Superiority أو تفضيل هذه الجماعة In-group Preference.

2- يرى أعضاء الجماعة الداخلية أعضاء الجماعة الخارجية أنهم "غرباء"

Alien، و"مختلفين" Different.

3- ينطوي الإحساس بوضع الجماعة على افتراضات مطالبة صحيحة أو ملكية لبعض الحقوق Certain Rights والموارد Resources، والأوضاع الاجتماعية Statuses والامتيازات Privileges.

4- ينظر إلى أعضاء الجماعة الخارجية على أنهم يرغبون في حصة أكبر من هذه الحقوق، والموارد، والأوضاع الاجتماعية، والامتيازات (Inkelas, 2003).

ووسع "لورانس بوبو" Lawrence Bobo ورفاقه من نظرية وضع ومكانة الجماعة لـــ"بلومر"، وأكدوا في سياقات متعددة على أن إطار وضع الجماعة لـــ"بلومر" يوفر التكامل الأكثر توازناً ويفسر العمليات النفسية الاجتماعية التي ينطوي عليها تشكيل تصورات التهديد الجماعي والمنافسة، ومن وجهة نظرهم أن العامل الأساس في نموذج "بلومر" هو الصورة الذاتية للمكان أو الوضع الذي يجب أن تقف فيه الجماعة الداخلية في مواجهة الجماعة الخارجية، حيث حصر "بلومر" نظريته منذ البداية في نظرة جماعة اجتماعية مهيمنة لجماعة أخرى تابعة. وقد سعى "لورانس ورفاقه إلى توسيع نطاق نظرية "بلومر" واقترحوا إطاراً نظرياً أكثر عمومية. ركز على الديناميات على المستوى الفردي للتهديد المتصور بشأن مواقف كل من الأعضاء المهيمنين وأعضاء الأقليات العرقية.

فكلما شعر أفراد جماعة عنصرية معينة بالقمع الجماعي Collectively Oppressed، وتمت معاملتهم على نحو غير عادل Unfairly Treated من جانب المجتمع، كلما زاد احتمال إدراكهم لأعضاء الجماعات الأخرى باعتبارهم تهديدات محتملة Potential Threats (Bobo, Hutchings, 1996).

وهناك تصور نظري آخر بارز في تفسير الاتجاه نحو الأجانب مستمد من عمل "فيبر" Weber عن العلاقات الاجتماعية المفتوحة والمغلقة Open and Closed Social Relationships حيث ميز "فيبر" بين عملية التعايش Communitarization Process، والتنشئة الاجتماعية Socialization Process. وفرق بين المفاهيم العرقية والمدنية Ethnic and Civic Conceptions للقومية، وأكد أن الأشخاص الذين يربطون محتويات إثنية بالقومية، سيكونون أكثر تعصباً تجاه المهاجرين ويعطون أهمية لعناصر مثل (العرق، أو الثقافة، أو التقاليد)، في حين أن الأشخاص الذين يربطون المحتوى المدني بالقومية سوف يعطون أهمية إلى عناصر مثل (مكان الولادة، والمشاركة في الحياة السياسية، والاقتصادية للوطن) (Bello,

2016). أي أن من وجهة نظر "فيبر" أن القومية العرقية من المتوقع أن تزيد من التعصب، في حين أن القومية المدنية لا تزيد من التعصب تجاه الأجنبي.

وحددت ظاهرة مسؤولية الغربة Phenomenon Liability of Foreignness أنه توجد ثمة مسؤولية قانونية مرتبطة بالغربة Foreignness من قبل الوافد الجديد وهذا ما يجعل قبوله صعب على نحو متزايد عندما يكون العضو الجديد أجنبي (Joardar, 2005).

وعلى مدى العقود القليلة الماضية، أدخل الباحثون في مجالات علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والعلوم السياسية العديد من النظريات التي حاولت وصف دوافع المواقف العنصرية للأفراد (Inkelas, 2003). ومن هذه النظريات، نظرية الهوية الاجتماعية Social Identity Theory التي فسرت العلاقات بين الجماعات، وأشارت إلى عدد من العمليات النفسية (التوحد الاجتماعي، والتحيز للجماعة الداخلية، والمقارنة الاجتماعية، والتصنيف الاجتماعي) فضلاً عن تقديمها لمفهوم "التميز النفسي" وكلها عمليات قد تقود إلى التعصب، (زايد، 2006)، واستناداً إلى هذه النظرية، قد يُنظر إلى الأجنبي بوصفه عضو خارج الجماعة وأنه يشكل تهديداً لهوية الجماعة، وأشار "بيتنكورت" Bettencourt، و"دور" Dorr، و"شارلتون" Charlton، و"هيوم" Hume (2001) إلى أنه من الصعب جداً على الوافد الجديد أن يحصل على قبول للجماعة خاصة إذا كانت هذه الجماعة تتصور نفسها ذات مكانة عالية لأن الجماعات ذات المكانة العالية تميل للتعبير عن التميز عن طريق التقييم الذي تحصل عليه من المقارنة لما هو داخل الجماعة ومن هو خارج الجماعة، ولكن إذا حدث إعادة تصنيف Recategorization وذلك لجعل هوية الجماعة فئة قانونية Superordinate، فإنها قد تقلل من أي تهديد محتمل من الوافد الجديد كما يرى "بيزمان" Bizman، و"ينون" Yinon (2001) (Joardar, 2005).

وتوجد عوامل متعددة تسهم في تقبل أو عدم تقبل الأجنبي سواء كان هذا الأجنبي مؤسسة أو فرد على سبيل المثال، عدم وجود معرفة عن المضيف والاختلافات الاجتماعية والثقافية قد تضع الأجنبي في وضع غير متكافئ بالنسبة للسكان المحليين، والتمييز Discrimination أيضاً له آثار مماثلة على مسؤولية الغربة على المستويين المؤسسي والفردي خاصة عندما يوضع الأجنبي في فئة معينة وهذه الفئة قد تنمط من قبل المحليين بوصفها ذات معايير مختلفة، أو لا تتكامل مع شبكة العلاقات المحلية، وقد يُستاء من المضيف بقوة لأسباب تتعلق بعدم مجاراته للمعايير، أو لخصائص فردية مثل اختلاف المنظومة القيمية.

ومن النماذج النظرية المفسرة للاتجاه نحو الأجانب ظاهرة كراهية الأجانب Xenophobia، التي جاءت في كثير من الدراسات بوصفها الظاهرة الأقرب في تفسير الاتجاهات نحو الأجانب، الأمر الذي جعل "هوليفيلد" Hollifield (2000) يعلق على نتائج بعض هذه الدراسات بأن كراهية الأجانب يمكن أن تعتبر غريزة إنسانية أساسية Basic Human Instinct، وذكر "دي وارد" DeWaard أن علماء النفس الاجتماعي قد أقروا هذه المشاعر المعادية للأجانب منذ فترة طويلة، فهي من وجهة نظرهم استجابة لمجموعة من المؤثرات الخارجية (DeWaard, 2013).

وتنتشر هذه المشاعر المعادية تجاه الأجانب في الدول الصناعية الكبرى، على الناحية الأخرى تنظر بعض الدول التي يشتغل السكان فيها بالسياحة إلى الأجانب بشكل إيجابي.

واستكمالاً لما أثير في عرض التراث النظري والدراسات السابقة تحاول الدراسة الحالية أن تستكشف الدور الذي قد تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الإجانب من خلال الفروض التالية:

1- يوجد تأثير مباشر لمتغيرات المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي، على الاتجاه نحو الأجانب.

2- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموغرافية: الجنس، ومكان الإقامة، والدخل الاقتصادي، على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، والمهارة الشخصية ومرات الاستخدام.

3- لا يوجد تأثير للمتغيرات الديموغرافية: الجنس، ومكان الإقامة، والمستوى الاقتصادي، على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب.

إجراءات الدراسة:

أولاً: عينة الدراسة.

تكونت عينة الدراسة من 281 مبحوثاً من طلاب جامعة حائل، وقد اختيرت العينة بطريقة العينة المتاحة من كلية التربية بفرعيها: البنين والبنات، وتنوعت العينة وفقاً لمتغيرات النوع حيث بلغ عدد الذكور 149 بنسبة 53.0% والإناث 132 بنسبة 47.0%، ووفقاً للعمر 265 تراوحت أعمارهم من 18– 22 عام بنسبة 94.3%، و16 كانت أعمارهم أكبر من 22 عام بنسبة 5.7%، وتنوعت أيضاً وفقاً لمتغير مكان الإقامة ما بين 95 من القرية بنسبة 33.8%، و186 من المدينة بنسبة 66.2%، ووفقاً لمستوى الدخل بلغ

عدد الذين تراوح مستوى دخلهم أقل من 3000 ريال سعودي 111 بنسبة 39.5%، و96 مستوى دخلهم تراوح ما بين 4000– 7000 ريال بنسبة 34.2%، و74 كان مستوى دخلهم أكثر من 8000 ريال بنسبة 26.3%.

ثانياً: الأدوات.

تم الاستعانة بمقياسين لقياس متغيرات الدراسة: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب وفيما يلي وصفاً مختصراً للمقياسين المستخدمين:

1- مقياس استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية:

من إعداد "أبو الفتوح"، و"زايد" (2016) ويتكون المقياس من جزأين: يشتمل الجزء الأول على برامج التواصل الاجتماعي المستخدمة (الواتس، وإيمو، وتويتر، والفيس بوك، وسكايب، والمنتديات، والمسينجر، والتعليقات وردود الفعل على المواقع الإلكترونية الفورية، والرسائل القصيرة، وخدمات البلوتوث، والفيديو كونفرانس أو البرامج المماثلة للتواصل، وماي سبيس، وجوجل بلس، وأنيموتو، وإكسترا نورمل، والمدونات، والفايبر، وانستجرام، والبريد الإلكتروني، وبرنامج التانجو، ووسائل أخرى)، بالإضافة إلى قائمة للتقدير لقياس المهارة الشخصية تبدأ من درجة واحدة إلى سبع درجات، ومعدل استخدام هذه البرامج (مبتدئ، ممارس، مختص، متقن، خبير)، ويتكون الجزء الثاني من 20 بند تقيس استخدام برامج وشبكات التواصل الاجتماعي، تتراوح الاستجابة على بنود هذا المقياس خمسة اختيارات وفقاً لمقياس "ليكرت" Likert تبدأ بـــ"لا أوافق بشدة" إلى "موافق بشدة"، والمجموع الكلي للاستجابة على هذا المقياس100 درجة بعد تصحيح ثلاثة بنود (18، 19، 20) بشكل عكسي.

2- مقياس قبول الأجانب: مأخوذ من بطارية اختبارات الاتجاه– الدافع The Attitude-Motivation Test Battery التي أعدها "غاردنر" وزملاؤه (1985)، وأقتبسها "كورتيه" Cortes (2002) لتَقييم الاتجاه نحو الأجانب، وقد استخدمت البطارية على نحو واسع في الدراسات والبحوث وهناك دليل موثوق على ثبات وصدق هذه البطارية (Starron, 2008). ويتكون مقياس "قبول الأجانب" من 10 بنود تقيس الاتجاه العام نحو الأجانب، وتتراوح الإجابة على كل بند ما بين (غير موافق بشدة، وغير موافق، ومحايد، وموافق، وموافق بشدة)، والدرجة الكلية على هذا المقياس 50 تقيس الاتجاه العام نحو الأجانب.

ثالثاً: ثبات وصدق أدوات الدراسة.

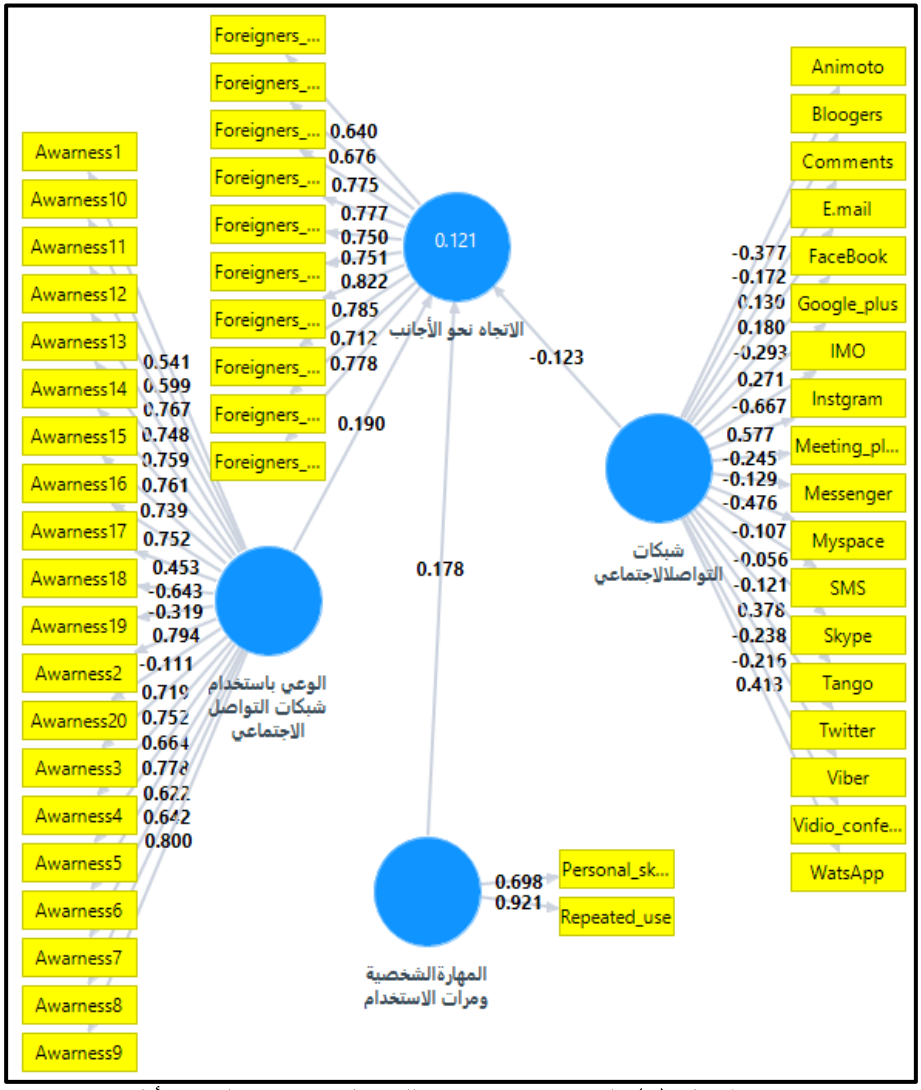
تم تحليل العلاقات بين البناءات Constructs باستخدام برنامج معالجة المربعات الصغرى الجزئية Smart PLS عن طريق حساب "خوارزمات" نمذجة المسار Path-modeling Algorithm، حيث تقوم هذه الخوارزمات بتقدير مسار النماذج باستخدام المتغيرات الكامنة. كما تم استخدام برنامج Smart PLS، في تقدير النموذج القياسي Measurement Model، والنموذج البنائي Structural Model للبيانات (Ringle, Wende, & Will, 2005)، حيث تم تحليل البيانات على مرحلتين: في المرحلة الأولى تم تقييم النموذج القياسي عن طريق تقييم العلاقات بين المتغيرات الواضحة (البنود الملاحظة)، والمتغيرات الكامنة (العوامل). ووظفت هذه المرحلة في حساب الصدق والثبات لبناءات المقاييس في النموذج. وفي المرحلة الثانية تم تقييم النموذج البنائي المختص بتحديد العلاقات بين البناءات الكامنة Latent Constructs. من خلال تقييم وتحليل معاملات المسار Path Coefficients بين البناءات واختبار النموذج البنائي، والتي بدورها تعتبر مؤشرات على قدرة النموذج التنبؤية. وفيما يلي عرض لثبات، وصدق المقاييس في النموذج المفترض:

أ- الثبات: جرى تقييم الثبات عن طريق فحص تشبعات العوامل ببناءاتها الكامنة (Hulland, 1999). وتشير التشبعات العالية إلى وجود تباين مشترك بين البناءات ومقاييسها أكبر من تباين الخطأ، وفي هذه الدراسة تم اعتماد محك "هولاند" (Hulland, 1999) عن العلاقة بين العوامل ويساوي 0.5.

وقد تم حساب أكثر من مؤشر للثبات: "ألفا-كرونباخ" Cronbach's Alpha، والثبات المركب Composite Reliability، ومتوسط قيم التباين المستخرجة Average Variance Extracted (AVE)، وفيما يلي عرضاً لأنواع معاملات الثبات من خلال نموذج الدراسة:

النموذج القياسي المبدئي

شكل (1) مسارات النموذج القياسي المبدئي



يشير الشكل (1) إلى وجود تشبعات للعوامل ببناءاتها الكامنة أقل من

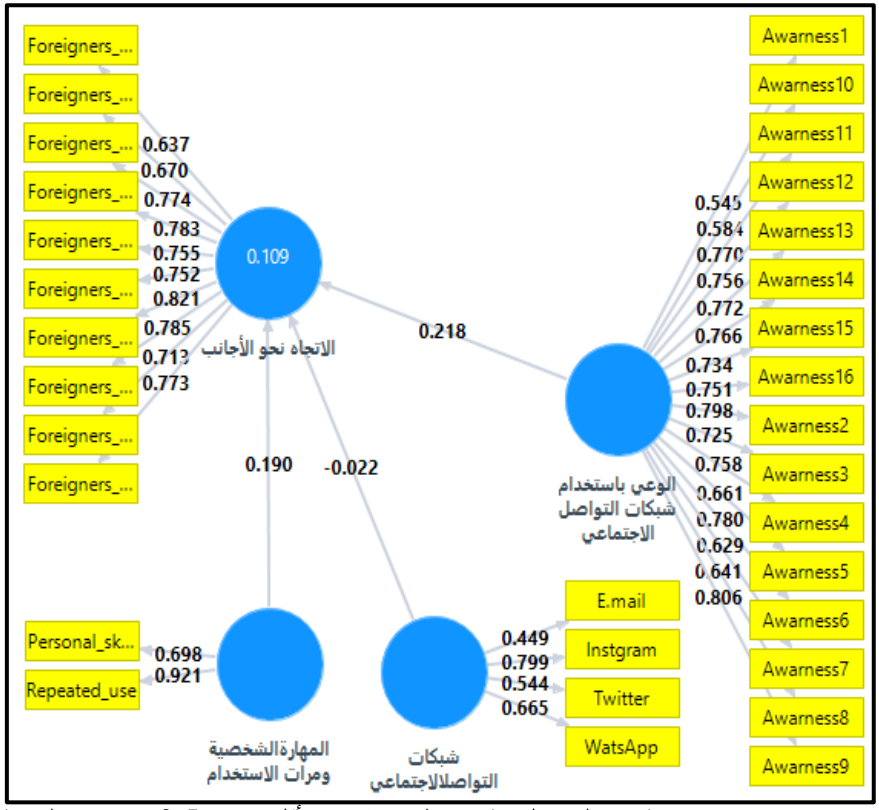
0.5، ويشير ذلك إلى وجود بعض العوامل غير الثابتة، ولتصحيح ذلك تم حذف هذه العوامل وتم التأكد من أن جميع التشبعات تساوي أو أكبر من 0.5، وفيما يلي قائمة بالبنود التي تم استبعادها:

جدول (1) البنود التي تم حذفها لتصحيح النموذج

م	البند	رقم البند	المقياس التابع له البند
1	إيمو IMO.	2	شبكات التواصل الاجتماعي
2	الفيسبوك FaceBook.	4	شبكات التواصل الاجتماعي
3	السكايب Skype.	5	شبكات التواصل الاجتماعي
4	المنتديات.	6	شبكات التواصل الاجتماعي
5	المسينجر Messenge.	7	شبكات التواصل الاجتماعي
6	تعليقات وردود الفعل على المواقع الإلكترونية الفورية.	8	شبكات التواصل الاجتماعي
7	الرسائل القصيرة SMS، أوخدمات MSN، أوخدمات البلوتوث.	9	شبكات التواصل الاجتماعي
8	فيديو كونفرانس أو البرامج المماثلة للتواصل.	10	شبكات التواصل الاجتماعي
9	ماي سبيس Myspace.	11	شبكات التواصل الاجتماعي
10	جوجل بلس Google Plus.	12	شبكات التواصل الاجتماعي
11	أنيموتو Animoto أو إكسترا نورمل Xtranormal.	13	شبكات التواصل الاجتماعي
12	المدونات Bloggers.	14	شبكات التواصل الاجتماعي
13	الفايبر Viber.	15	شبكات التواصل الاجتماعي
14	برنامج التانجو Tango.	18	شبكات التواصل الاجتماعي
15	وسائل أخرى، أذكرها.	19	شبكات التواصل الاجتماعي
16	أستخدم برامج وشبكات التواصل الاجتماعي في إجراء المقابلات الشخصية.	17	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
17	أستخدم برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية بشكل حذر.	18	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
18	أنزعج من برامج وشبكات التواصل الاجتماعي لانتهاكها الخصوصية.	19	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي
19	تعتبر برامج وشبكات التواصل الاجتماعي مضيعة للوقت.	20	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النموذج القياسي المعدل:

شكل (2) مسارات النموذج القياسي المعدل



بعد حذف العوامل ذات التشبعات الأقل من 0.5، حقق النموذج معاملات ثبات عالية للمقاييس المستخدمة في النموذج تراوحت بين 0.449 إلى 0.921، وهي معاملات ثبات جيدة باستثناء معامل ثبات البريد الإلكتروني، الذي أبقى عليه الباحثان دون حذف لاقتراب المعامل من 0.5 إذا تم تقريب الرقم بالإضافة إلى أنه من المؤكد لدى الباحثين أن لكل فرد في العينة بريد إلكتروني يستخدمه عند تسجيله بالجامعة، ويوضح الشكل (2) معاملات الثبات بعد تعديل النموذج.

وفيما يلي معاملات ثبات "ألفا كرونباخ"، والثبات المركب الذي يفضل

إجراؤه على ثبات "ألفا كرونباخ" لأنه يقدم أفضل تقدير للتباين المشترك الذي تتقاسمه المعاملات ذات الصلة ولأنه يستخدم تشبعات البنود التي تم الحصول عليها داخل النموذج (Hair et al, 2006).

جدول (2) تشبعات العوامل، وثبات ألفا كرونباخ، والثبات المركب لمقاييس الدراسةAVEومتوسط قيم التباين المستخرجة

رقم البند	المقاييس	تشبعات البنود	ألفا كرونباخ	الثبات المركب	متوسط قيم التباين المستخرجة AVE
	شبكات التواصل الاجتماعي		0.534	0.714	0.495
1	الواتس WatsApp.	0.665			
3	تويتر Twitter.	0.544			
16	الانستجرام Instagram.	0.799			
17	البريد الإلكتروني E.mail.	0.449			
	المهارة الشخصية ومرات الاستخدام		0.534	0.798	0.668
1	المهارة الشخصية	0.698			
2	مرات الاستخدام	0.921			
	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي		0.937	0.945	0.521
1	تزيل برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية قيود الزمان والمكان.	0.545			
2	برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية وسائل فعالة ومسلية.	0.798			
3	أستخدم برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية بوصفها أدوات جيدة للتواصل الاجتماعي.	0.725			
4	برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية توفر فرصة لمناقشة الموضوعات من دون قيود الزمان والمكان.	0.758			
5	معظم أنشطتي اليومية يمكن أن تتحقق عن طريق برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.	0.661			
6	أستخدم برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية لمعرفة الأخبار.	0.780			
7	بالنسبة لي تعتبر برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية وسائل مسلية لقضاء وقت الفراغ.	0.629			
8	يمكن أن تتوفر بيئة تعليمية فعالة عن طريق برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.	0.641			
9	تسهل برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية من متابعة الأحداث ومعرفة كل جديد.	0.806			

رقم البند	المقاييس	تشبعات البنود	ألفا كرونباخ	الثبات المركب	متوسط قيم التباين المستخرجة AVE
10	تقدم برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية طرق فعالة لنقل دقيق للمعرفة.	0.584			
11	تسهل برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية التواصل مع الأهل والأصدقاء.	0.770			
12	أتمكن من الوصول الفوري لما أحتاجه عن طريق برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.	0.756			
13	تواصل الأفراد مع بعضهم البعض أصبح سهلاً عن طريق برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.	0.772			
14	أصبح التواصل مع الآخرين أمراً ممكناً عن طريق برامج وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.	0.766			
15	برامج وشبكات التواصل الاجتماعي وسائل ملائمة لمشاركة معارفي مع زملائي.	0.734			
16	برامج وشبكات التواصل الاجتماعي تمكنني من مشاركة الرسائل النصية، والمصورة، والمرئية.	0.751			
	الاتجاه نحو الأجانب		0.913	0.927	0.560
1	الأجانب مُراعون لشعور الآخرين، ومشاعرهم تجاه الآخرين جيدة.	0.637			
2	لدي اتجاه إيجابي نحو الأجانب.	0.774			
3	كلما زادت معرفتي بالأجانب، كلما كثر حبي لهم.	0.783			
4	الأجانب ناسَ جديرون بالثقة.	0.755			
5	أحترم الأجانب دائماً.	0.752			
6	الأجانب مضيافون وودودون.	0.821			
7	الأجانب لديهم روح الدعابة والمرح.	0.785			
8	أوَدُّ أنْ أتعرّف على الأجانب بشكل أكثر قليلاً.	0.713			
9	الأجانب كرماء ومؤدّبون.	0.773			
10	أكثر الأجانب صادقون ومخلصون.	0.670			

تراوحت معاملات ثبات ألفا كرونباخ، والثبات المركب ما بين 0.534 – 0.945 وهذه المؤشرات عالية، كما تراوحت متوسطات قيم التباين المشترك ما بين 0.495 – 0.668.

ب- الصدق:

تم حساب الصدق عن طريق حساب الصدق التقاربي Convergent Validity، والصدق التمييزي Discriminant Validity، وفيما يلي نتناول

مؤشرات الصدق بنوعيه:

- الصدق التقاربي:

يشير الصدق التقاربي إلى درجة الاتفاق بين مقياسين أو أكثر في نفس البناء، وقد تم حساب الصدق التقاربي عن طريق مراجعة التباين المستخرج لكل عامل، ووفقاً لـــ"فورنيل"، و"ليركر" (Fornell, & Larcker, 1981) يتوفر الصدق التقاربي إذا لم تقل قيم التباين المستخرجة عن القيمة 0.50، وتشير النتائج إلى أن متوسط قيم التباين المستخرج للمقاييس تراوحت ما بين 0.495– 0.668. وهذا بدوره يشير إلى أن المقاييس المستخدمة في النموذج: الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وقبول الأجانب وهذا يشير إلى توفر الصدق التقاربى للمقاييس.

- الصدق التمييزي:

الصدق التمييزي هو الدرجة التي يختلف عندها أي بناء عن البناءات الأخرى في النموذج، ويتم التأكد من الصدق التمييزي من خلال الاختبار الذي قدمه "فورنيل"، و"ليركر"(Fornell, & Larcker, 1981) والذي يتم من خلال المقارنة بين زوج الارتباطات بين العوامل التي تم الحصول عليها مع تقديرات التباين المستخرج للبناء، ويتحدد الصدق التمييزي كذلك عندما تكون تشبعات متوسطات التباين المشترك للبناءات تساوي أو أكبر من 0.5 وهذا يعني أن 50% على الأقل من تباين المقياس قد استحوذ عليه البناء (Chin, 1998)، بالإضافة إلى أن الصدق التمييزي يمكن التأكد منه عن طريق العناصر القطرية (مربع الجذر لمتوسط قيمة التباين المشترك AVE لكل بناء) حيث يجب أن تكون دلالتها أعلى من القيم المرتبطة بها في الصفوف والأعمدة والجدول (3) يتناول مؤشرات الصدق التمييزي وفقاً لمحك "فورنيل"، و"ليركر":

جدول(3) نتائج الصدق التمييزي للمقاييس

المتغيرات	الاتجاه نحو الأجانب	المهارة الشخصية ومرات الاستخدام	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	شبكات التواصل الاجتماعي
الاتجاه نحو الأجانب	**0.748**			
المهارة الشخصية ومرات الاستخدام	0.249	**0.817**		
الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	0.270	0.243	**0.722**	

شبكات التواصل الاجتماعي	0.127–	0.270–	0.250–	**0.703**

وكما هو واضح من الجدول أن جميع القيم القطرية أعلى من القيم المرتبطة بها في الصفوف والأعمدة وتراوحت ما بين 0.703– 0.817 وهذا يشير إلى توفر الصدق التمييزي للمقاييس.

نتائج الدراسة: أولاً: الكشف عن العلاقات الخطية بين المتغيرات الكامنة.

تم الكشف عن العلاقات الخطية المتداخلة Collinearity عن طريق برنامج معالجة المربعات الصغرى الجزئية Smart PLS v.3 نفسه حيث يتيح الإصدار الثالث من البرنامج حساب الخطية وهذا لم يكن متوفراً في الإصدارات السابقة، والجدول (4) يوضح قيم تباين التضخم الداخلية VIF للنموذج المستخدم في الدراسة للتحقق من الفروض:

جدول (4) الكشف عن العلاقات الخطية بين المتغيرات في نموذج التوسط

المتغيرات	الاتجاه نحو الأجانب	المهارة الشخصية ومرات الاستخدام	الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	شبكات التواصل الاجتماعي
الاتجاه نحو الأجانب				
المهارة الشخصية ومرات الاستخدام	1.118			
الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	1.106			
شبكات التواصل الاجتماعي	1.122			

يشير الجدول (4) إلى أن قيم تباين التضخم VIF كلها أقل من الحد الأقصى 5.00، وهذا يؤكد عدم وجود علاقات خطية بين المتغيرات؛ وكانت أعلى قيمة 1.122.

ثانياً: التحقق من ملائمة النموذج.

وذلك بالكشف عن المتغيرات المنبئة في النموذج من خلال مستويات مربع "ر" (R^2)، ومربع "ر" المعدل (R^2) ودلالة حجم التأثير لملائمة التنبؤ Predictive Relevance (f^2) بوصفهما مؤشرات جيدة على التنبؤ ودلالته.

جدول (5) قيم مربع "ر" (R^2)، ومربع "ر" المعدل ودلالتهما للكشف عن المتغيرات المنبئة في النموذج

المتغيرات	مربع R^2 "ر"	دلالة مربع "ر"	مربع "ر" المعدلة Adjusted R^2	دلالة مربع "ر" المعدلة
الاتجاه نحو الأجانب	**0.109**	**0.000**	**0.099**	**0.002**

يشير الجدول (5) إلى دلالات مرتفعة لمربع "ر" (R^2) ومربع "ر" المعدل Adjusted (R^2) لمتغيرات المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي، وكان حجم التأثير لملائمة النموذج جيداً فيما عدا الأخير 0.036، و0.048، و0.001.

ثالثاً: مناقشة النتائج وتفسيرها.

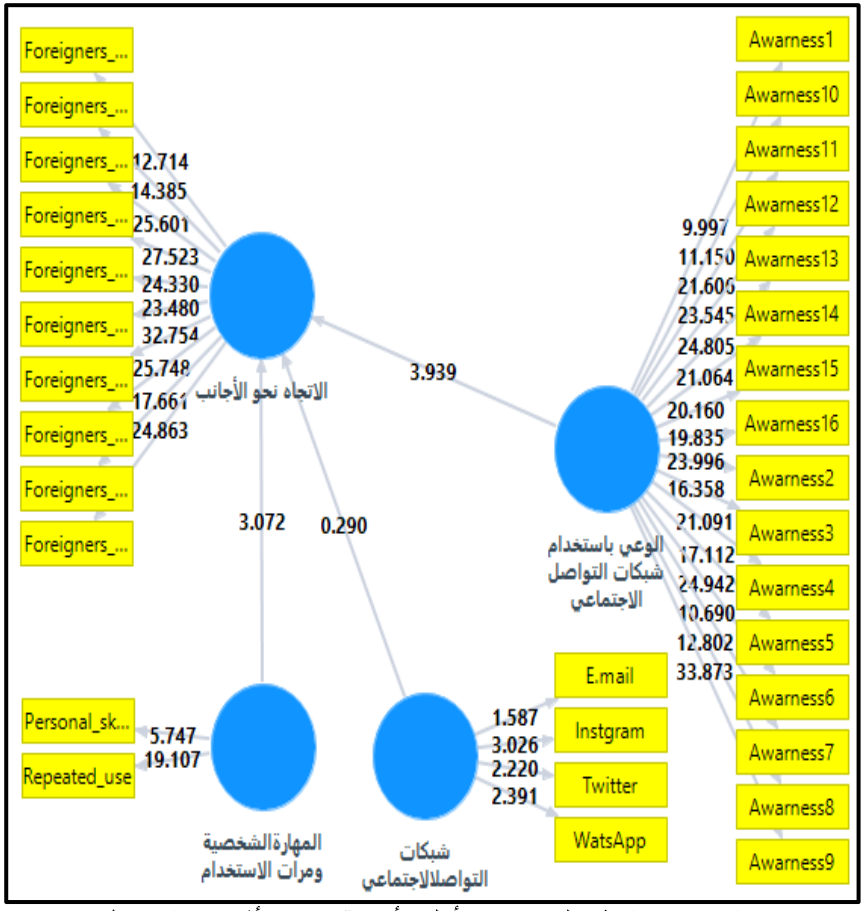
الفرض الأول: "يوجد تأثير مباشر لمتغيرات المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية، ومرات الاستخدام على الاتجاه نحو الأجانب". وللتحقق من صحة هذا الفرض تم التعرف على التأثير الكلي ودلالته بين مسارات النموذج، ويوضح جدول (6) أحجام التأثير الكلي ودلالتها:

جدول (6) التأثير الكلي لمتغيرات المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الأجانب

مسارات النموذج	العينة الأصلية	متوسط العينة	الخطأ المعياري	قيم "ت"	مستوى الدلالة
المهارة الشخصية ومرات الاستخدام -> الاتجاه نحو الأجانب	0.190	0.194	0.062	3.072	0.002
الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي -> الاتجاه نحو الأجانب	0.218	0.228	0.055	3.939	0.000
شبكات التواصل الاجتماعي -> الاتجاه نحو الأجانب	0.022-	0.050-	0.075	0.290	0.772

جميع التأثيرات الكلية دالة وموجبة ما عدا تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، ويوضح الشكل (3) التأثيرات الكلية ودلالتها:

شكل (3) التأثير الكلي لمتغيرات المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الأجانب



جاءت صياغة الفرض الأول أنه "يوجد تأثير مباشر لمتغيرات المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وشبكات التواصل الاجتماعي، على الاتجاه نحو الأجانب. وأشارت النتائج إلى تحقق الفرض بشكلٍ جزئي حيث وجد تأثيراً مباشراً دالاً لمتغيرات: المهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات

التواصل الاجتماعي على الاتجاه نحو الأجانب، ولم يحقق متغير شبكات التواصل الاجتماعي دلالة في التأثير على الاتجاه نحو الأجانب.

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في النتيجة التي أظهرت تأثيراً للمهارة الشخصية ومرات الاستخدام، والوعي باستخدام شبكات التواصل على الاتجاه نحو الأجانب بينما لم يكن التأثير دالاً في شبكات التواصل الاجتماعي ربما بسبب أن النموذج جمع شبكات التواصل الاجتماعي معاً في متغير واحد على الرغم من تباين الأفراد في استخدامهم لهذه الشبكات، أو ربما لأن المستخدمين لهذه الشبكات في الدراسة الحالية لم يكن من بين أصدقائهم أجانب، كما أنه جدير بالذكر أن توظيف هذه الشبكات يختلف من شخص لآخر، وفقاً للعمر والمستوى الثقافي، ومستوى الدخل للشخص.

وتتماشى نتيجة هذا الفرض مع دراسة "جيغر" (Jäger, 2005) التي كشفت عن وجود ارتباط قوي بين اتجاهات الأفراد الشخصية وتقاريرهم عن الاتجاهات المتصورة عن الآخرين المرتبطين بهم.

ويمكن الرجوع لما تقدم من نظريات في الإطار النظري لتفسير نتيجة الفرض لا سيما نظرية "بلومر" Blumer عن مكانة ووضع الجماعة، ونظرية "فيبر" Weber عن العلاقات الاجتماعية المفتوحة والمغلقة، وظاهرة مسؤولية الغربة، ونموذج "لورانس بوبو" Lawrence Bobo ورفاقه، ونظرية الهوية الاجتماعية Social Identity Theory، وما تقدم من الحديث عن الإشباع، واستخدامات الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي.

وكما هو واضح لا توجد دراسات كافية تؤكد النتائج أو تنفيها لذا، يوصي الباحثان بإجراء دراسات أخرى على عينات كبيرة نسبياً للتحقق من هذا الفرض خاصة أن وعي الأفراد، ومهارتهم الشخصية، ومعدل استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي كان له تأثيراً على الاتجاه نحو الاجانب.

الفرض الثاني: "لا توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموغرافية: الجنس، ومكان الإقامة، والدخل الاقتصادي، على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية، ومرات الاستخدام.

للتعرف على دلالة الفروق بين المتغيرات الديموغرافية على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية، ومرات الاستخدام تم إجراء اختبار "ت" T Test، واختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA ، وفيما يلي عرضاً مفصلاً لنتائج الفروق:

1- الجنس:

جدول (7) نتائج اختبار "ت" لدلالة الفروق بين الذكور (ن= 149) والإناث (ن= 132) على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية، ومرات الاستخدام

المتغيرات	الجنس		الدلالة الإحصائية
	الذكور م (ع)	الإناث م (ع)	P
الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	58.71(13.56)	59.31 (13.99)	0.71
الاتجاه نحو الأجانب	30.19 (9.65)	27.25 (10.65)	0.01
الواتس آب	1.07 (0.26)	1.03 (0.17)	0.10
تويتر	1.19 (0.39)	1.25 (0.43)	0.26
ميسنجر	1.62 (0.48)	1.83 (0.37)	0.00
البريد الإلكتروني	1.32 (0.46)	1.41 (0.49)	0.10
انستجرام	1.19 (0.39)	1.16 (0.37)	0.54
المهارة الشخصية	3.02 (1.18)	2.90 (1.06)	0.41
مرات الاستخدام	5.55 (1.72)	5.34 (1.75)	0.31

يتضح من نتائج الجدول (7) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الذكور، والإناث في الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغ مستوى الدلالة 0.71 في المقابل وجدت فروق دالة إحصائياً بين متوسطات الذكور والإناث على الاتجاه نحو الأجانب عند مستوى دلالة 0.01 وكان الفرق في اتجاه الذكور. أما عن شبكات التواصل الاجتماعي والمهارة الشخصية ومرات الاستخدام لم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية إلا على استخدام الميسنجر وجاء الفرق في اتجاه الإناث عند مستوى دلالة أقل من 0.001.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة عبدالقوي (2009)، ودراسة نومار، (2012)، ودراسة شناوي، وعباس،(2014) حيث أشارت هذه الدراسات إلى عدم وجود فروق واضحة ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعدد مرات وفترات الاستخدام اليومي، في حين تختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة Shen, & Khalifa, (2010) والتي أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين استخدام الذكور والإناث لشبكات التواصل الاجتماعي بالجامعة العربية وكان الفرق في اتجاه الإناث، كما تختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة "المدني"، (2015) الذي أشار إلى أن استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي يزداد لدى الطلاب ذوى مستوى الخبرة المرتفع بشبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الطلاب متوسطي ومنخفضي الخبرة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

ويرجع الباحثان هذه النتيجة التي تشير إلى عدم وجود فروق بين متوسطات الذكور والإناث في الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى طبيعة العينة وهي طلاب الجامعة، حيث استخدمت الآن وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية كوسيلة من وسائل التواصل بين المُعلم والمُتعلم، وبذلك أصبحت الكثير من وسائل التواصل الاجتماعي ليست من بين الرفاهيات، بل أصبح لزاماً على الذكور والإناث الوعي بها وتعلمها وإتقانها باعتبارها وسيلة تعليمية ومن بين أهم أنواع التعليم عن بُعد.

ووجود التباين بين الذكور والإناث في اهتمامات كل منهم أمر تقتضيه الطبيعة البشرية، وقد تصل هذه الاختلافات إلى تفضيل شبكات تواصل اجتماعي بعينها عن أخرى وفق طبيعة استخدام واحتياجات كلٍ منهم؛ فالإناث قد تهتم أكثر بالدردشة وتكوين صداقات عبر هذه الشبكات، وهذا أكدته العديد من الدراسات حيث يتيح لهم تطبيق الميسنجر التواصل مع الآخر صوت وصورة وإجراء محادثات ذات تكلفة منخفضة.

2- مكان الإقامة:

جدول (8) نتائج اختبار "ت" لدلالة الفروق بين طلاب القرية (ن= 95) وطلاب المدينة (ن= 186) على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية، ومرات الاستخدام

المتغيرات	الجنس		الدلالة الإحصائية
	القرية م (ع)	المدينة م (ع)	P
الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	58.71 (13.67)	59.13 (13.81)	0.80
الاتجاه نحو الأجانب	28.94 (9.66)	28.74(10.51)	0.87
الواتس آب	1.05 (0.22)	1.06 (0.22)	0.96
تويتر	1.20 (0.40)	1.23 (0.42)	0.55
ميسنجر	1.58 (0.49)	1.79 (0.40)	0.00
البريد الإلكتروني	1.35 (0.48)	1.37 (0.49)	0.83
انستجرام	1.17 (0.38)	1.18 (0.39)	0.93
المهارة الشخصية	3.07 (1.03)	2.91 (1.17)	0.26
مرات الاستخدام	5.48 (1.64)	5.43 (1.79)	0.82

يتضح من نتائج جدول (8) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين

متوسطات درجات طلبة القرية، وطلبة المدينة على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، والمهارة الشخصيات، ومرات الاستخدام، وشبكات التواصل الاجتماعي ما عدا مستوى دلالة إحصائية واحد بين طلبة القرية والمدينة على استخدام الميسنجر عند مستوى دلالة أقل من 0.001 في اتجاه طلبة المدينة.

وتشير الدراسات السابقة إلى أنه كلما كان التكتل الحضري أكبر، كلما زادت اتصالات أولئك الذين يعيشون هناك مع الأجانب، وكانت اتجاهاتهم أكثر إيجابية تجاههم (Bello, 2016). وتتفق النتيجة الحالية مع ما أشارت إليه الدراسات السابقة؛ فالمواقف العنصرية تستند أساساً إلى عملية التنشئة الاجتماعية السابقة المرتبطة بالمكان الذي يعيش فيه الفرد، فضلاً عن ارتباطها بالعمليات الإدراكية الداخلية (Inkelas, 2003).

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الإطار النظري الذي يعزى إلى عمل "غوردون ألبورت" Gordon Allport، الذي كتب في عام 1954 أن العداء العنصري Racial Hostility والتعصب يتم تعلمهما اجتماعياً والحفاظ عليهما من خلال العمليات الإدراكية الداخلية المرتبطة بالأفكار النمطية عن الأجانب (Inkelas, 2003).

3- الدخل الاقتصادي:

جدول (9) نتائج اختبار تحليل التباين لدلالة الفروق بين الدخل الاقتصادي المنخفض (ن= 111)، والمتوسط (ن= 96)، والمرتفع (ن= 74) على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمهارة الشخصية، ومرات الاستخدام.

لمتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	Pالدلالة
الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	306.9	2	153.4	0.81	0.445
	داخل المجموعات	52596.0	278	189.1		
	الكلي	52902.9	280			
الاتجاه نحو الأجانب	بين المجموعات	1429.1	2	714.5	7.14	0.001
	داخل المجموعات	27819.2	278	100.0		
	الكلي	29248.3	280	0.05		
الواتس آب	بين المجموعات	0.1	2	0.05	0.890	0.412
	داخل المجموعات	14.1	278			
	الكلي	14.2	280	0.41		
تويتر	بين المجموعات	0.8	2	0.17	2.404	0.092
	داخل المجموعات	47.5	278			

لمتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	Pالدلالة
	الكلي	48.3	280	0.08		
ميسنجر	بين المجموعات	0.2	2	0.20	0.417	0.659
	داخل المجموعات	56.2	278			
	الكلي	56.3	280	1.03		
البريد الإلكتروني	بين المجموعات	2.1	2	0.23	4.552	0.011
	داخل المجموعات	63.2	278			
	الكلي	65.2	280	0.06		
انستجرام	بين المجموعات	0.1	2	0.15	0.408	0.665
	داخل المجموعات	41.6	278			
	الكلي	41.7	280	1.73		
المهارة الشخصية	بين المجموعات	3.5	2	1.28	1.355	0.260
	داخل المجموعات	355.2	278			
	الكلي	358.7	280	3.95		
مرات الاستخدام	بين المجموعات	7.9	2	3.03	1.306	0.273
	داخل المجموعات	841.7	278			
	الكلي	849.6	280	0.05		

يتضح من الجدول (9) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الطلبة على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير الدخل الاقتصادي، بمعنى أن مستوى وعي الطلاب باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لا يختلف باختلاف الدخل الاقتصادي لهم ومن ناحية أخرى، وجدت فروق دالة إحصائياً بين متوسطات الطلبة على الاتجاه نحو الأجانب بين فئة الدخل المنخفض، والمتوسط في اتجاه الدخل المنخفض، وبين فئة الدخل المرتفع، والمتوسط في اتجاه المرتفع. أما عن شبكات التواصل الاجتماعي والمهارة الشخصية ومرات الاستخدام وجد عدم دلالة للفروق على مستويات الدخل الاقتصادي فيما عدا البريد الالكتروني كانت هناك دلالة إحصائية في متوسطات الدخل الاقتصادي عند 0.01 بين أصحاب الدخل المنخفض والمرتفع في اتجاه أصحاب الدخل الاقتصادي المنخفض.

وتظهر هذه النتيجة علاقة متغير الدخل الاقتصادي بالاتجاه نحو الأجانب، حيث أشارت نتائج المقارنة الطرفية بين مستويات الدخل الاقتصادي (المنخفض، والمتوسط، والمرتفع) وجود فروق دالة إحصائياً في اتجاه الدخل المنخفض عندما تمت مقارنته بالدخل المتوسط، ووجود فروق دالة إحصائياً في اتجاه الدخل المرتفع عند مقارنته بالدخل المنخفض والمتوسط مما يعني أنه توجد نظرة قطبية بين أصحاب الدخول الاقتصادية حيث كان أصحاب الدخل المنخفض، وأصحاب الدخل المرتفع لديهما اتجاهاً إيجابياً نحو الأجانب أكثر من

أصحاب الدخل المتوسط.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات متعددة رأت أن عوامل شخصية (مثل، العمر، والجنس)، وعوامل سياسية (مثل، التوجه السياسي)، وعوامل اجتماعية واقتصادية (مثل، المكانة، والدخل، والتعليم)، وعوامل ثقافية (مثل، الدين، والقيم)، فضلاً عن العلاقات الاجتماعية يكون لها تأثيراً على الاتجاه نحو الأجانب، على سبيل المثال دراسة "بيلو" (Bello, 2016).

وهذه النتيجة تبدوا منطقية حيث أننا نجد حراكاً اجتماعياً بين الطبقات من ذوي الدخول المنخفضة والطبقات من ذوي الدخول المرتفعة، حيث ينظر أصحاب الدخل الاقتصادي المنخفض إلى علاقتهم بالأجانب بوصفها طرف قد يحقق لهم بعض المكاسب لتحسين أوضاعهم المعيشية، وينظر أصحاب الدخل المرتفع إلى علاقتهم بالأجانب بوصفها تعزز من أوضاعهم أو قد تمنحهم وضعاً اجتماعياً متميزاً.

الفرض الثالث "لا يوجد تأثيراً للمتغيرات الديموغرافية: الجنس، ومكان الإقامة، والمستوى الاقتصادي، على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب".

للتحقق من هذا الفرض تم استخدم تحليل التباين المتعدد Multivariate Analysis of Variance، لرصد تأثير التفاعل بين المتغيرات الديموغرافية الجنس، ومكان الإقامة، والدخل الاقتصادي على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب، والجدول (10) يوضح قيمة "ويليكس لامبدا" Wilks' Lambda ودلالتها:

جدول (10) دلالة تأثير التفاعل بين الجنس ومكان الإقامة والدخل الاقتصادي على الوعي باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه نحو الأجانب

التأثير		القيمة	F	درجة الحرية	خطأ درجة الحرية	الدلالة	القوة الملاحظة
الجنس	Pillai's Trace	0.01	1.802	2	268.00	0.17	0.37
	Wilks' Lambda	0.99	1.802	2	268.00	0.17	0.37
	Hotelling's Trace	0.01	1.802	2	268.00	0.17	0.37
	Roy's Largest Root	0.01	1.802	2	268.00	0.17	0.37
مكان	Pillai's Trace	0.00	0.397	2	268.00	0.67	0.11

التأثير		القيمة	F	درجة الحرية	خطأ درجة الحرية	الدلالة	القوة الملاحظة
الإقامة	Wilks' Lambda	1.00	0.397	2	268.00	0.67	0.11
	Hotelling's Trace	0.00	0.397	2	268.00	0.67	0.11
	Roy's Largest Root	0.00	0.397	2	268.00	0.67	0.11
الدخل الاقتصادي	Pillai's Trace	0.04	2.50	4	538.00	0.04	0.71
	Wilks' Lambda	0.96	2.511	4	536.00	0.04	0.71
	Hotelling's Trace	0.04	2.52	4	534.00	0.04	0.72
	Roy's Largest Root	0.04	5.069	2	269.00	0.01	0.82
الجنس* مكان الإقامة	Pillai's Trace	0.00	0.107	2	268.00	0.90	0.07
	Wilks' Lambda	1.00	0.107	2	268.00	0.90	0.07
	Hotelling's Trace	0.00	0.107	2	268.00	0.90	0.07
	Roy's Largest Root	0.00	0.107	2	268.00	0.90	0.07
الجنس* الدخل الاقتصادي	Pillai's Trace	0.02	1.53	4	538.00	0.19	0.48
	Wilks' Lambda	0.98	1.536	4	536.00	0.19	0.48
	Hotelling's Trace	0.02	1.54	4	534.00	0.19	0.48
	Roy's Largest Root	0.02	3.100	2	269.00	0.05	0.59
مكان الإقامة* الدخل الاقتصادي	Pillai's Trace	0.01	0.71	4	538.00	0.59	0.23
	Wilks' Lambda	0.99	704.	4	536.00	0.59	0.23
	Hotelling's Trace	0.01	0.70	4	534.00	0.59	0.23

التأثير		القيمة	F	درجة الحرية	خطأ درجة الحرية	الدلالة	القوة الملاحظة
	Roy's Largest Root	0.01	1.401	2	269.00	0.25	0.30
الجنس* مكان الإقامة* الدخل الاقتصادي	Pillai's Trace	0.01	0.65	4	538.00	0.63	0.21
	Wilks' Lambda	0.99	0.645	4	536.00	0.63	0.21
	Hotelling's Trace	0.01	0.64	4	534.00	0.63	0.21
	Roy's Largest Root	0.01	1.219	2	269.00	0.30	0.26

وجد تأثيراً لمتغيري الدخل الاقتصادي، وكذلك تأثيراً لتفاعل الجنس مع الدخل الاقتصادي على الاتجاه نحو الأجانب فقط وبلغت قيمة مربع "ر" R Squared للوعي باستخدام شبكات التواصل 0.015 وقيمة مربع "ر" المعدل Adjusted R Squared 0.025، وبلغت قيمة مربع "ر" R Squared للاتجاه نحو الأجانب 0.085 وقيمة مربع "ر" المعدل Adjusted R Squared 0.047.

ومن المؤكد أن متغير الدخل الاقتصادي وفقاً لما أشارت إليه نتيجة هذا الفرض يمكن النظر إليه بوصفه المتغير المهم والمحدد للإتجاه نحو الأجانب. حيث يشير التراث النظري المقدم أنه ينبغي أن يكون الدخل وفرص العمل الماهرة، مرتبطين عكسياً بالاتجاهات السلبية نحو الأجانب؛ ففي الواقع كلما ارتفعت دخول الأفراد وفرص العمل الماهرة كلما كانوا أقل في نظرتهم السلبية للأجانب، لأنهم لا ينظرون إليهم بوصفهم منافسين (Bello, 2016).

وقد أشار "بلومر" في نظريته عن وضع الجماعة إلى أن المواقف السلبية، تستند إلى "أحكام تاريخية وجماعية متنامية حول الأوضاع الاقتصادية أو المكانة في النظام الاجتماعي التي يشغلها الأعضاء من الجماعة الداخلية In-group بالنسبة للأجانب الذين يمثلون من وجهة نظره أعضاء الجماعة الخارجية Out-group. حيث حدد العناصر المهمة التي تنمي المشاعر والاتجاهات السلبية نحو الأجانب منها نظرة أعضاء الجماعة الداخلية إلى أعضاء الجماعة الخارجية أنهم "غرباء" Alien، و"مختلفين" Different، وأنهم يرغبون في حصة أكبر من الحقوق، والموارد الاقتصادية ، والأوضاع الاجتماعية، وبعض الامتيازات (Inkelas, 2003). حيث أنه كلما شعر أفراد الجماعة الداخلية بتدني أوضاعهم الاقتصادية، وتمت معاملتهم على نحو غير عادل من جانب المجتمع، كلما زاد احتمال إدراكهم لأعضاء الجماعات الأخرى

باعتبارهم تهديدات محتملة (Bobo, Hutchings, 1996).

وتولد المعاناة من البطالة في أي بلد حالة الشحن المضاد ضد الأجانب بدعوى تهديدهم لفرص العمل الخاصة بهم. يسود هذا الشعور معظم دول العالم الثالث على عكس الدول التي يوجد فيها برامج لاستيعاب الأجانب، المجتمع المصري مثلاً، استطاع أن يستوعب نحو خمسة ملايين مواطن سوداني، ونصف مليون مواطن سوري، وجنسيات أخرى أفريقية، ولا يتعامل معهم بوصفهم قيمة مضافة محتملة في سوق العمل، على الرغم من معاناة المصريين من نسبة مرتفعة من البطالة. وهكذا الأمر، في بعض الدول الأوروبية استطاعت أن تستوعب أضعاف تلك الأعداد في سوق العمل.

خاتمة:

الدراسات التي أجريت على المستويين الكمي والنوعي أسهمت في زيادة فهم ظهور بعض الاتجاهات الإيجابية والسلبية ضد الأجانب في وقتنا الحاضر، إلا أن كثير من الباحثين يوصون بضرورة أن تقوم البحوث المستقبلية بفحص واسع النطاق للعوامل الموقفية، والاجتماعية، والسياسية التي تؤثر على اتجاهات الأفراد نحو الأجانب، لعل هذه الدراسة جاءت لتقلل من الفجوة المعلوماتية المتعلقة باتجاهاتنا نحو الأجانب من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ذلك المتغير العصري الذي فرض نفسه بقوة في وقتنا الحالي وسيكون له شأن أكبر في المستقبل القريب؛ وتجمع الدراسة الحالية بين الجانب الكمي والنوعي في الكشف عن تأثير شبكات التواصل على الاتجاه نحو الأجانب، واستخدم الباحثان لهذا مقياسين حديثين لجمع البيانات، وتبني الباحثان كذلك إطاراً نظرياً معاصراً جمع بين منظور "بلومر" وبين التمييز الذي قام به " فيبر" للعلاقات الاجتماعية المفتوحة والمغلقة وبعض الاسهامات النظرية الأخرى التي برزت في هذا المجال.

التوصيات: خلص الباحثان إلى مجموعة من التوصيات كان أهمها:
– توعية الطلبة من خلال الدورات التدريبية على الإستخدام الجيد والآمن لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في تعزيز مجموعة من القيم الإيجابية ومن بينها الاتجاه نحو الأجانب.
– توجيه شبكات التواصل الاجتماعي نحو تبني العديد من القضايا الاجتماعية، والثقافية التي تتعلق بتبادل المعارف وتأصيل القيم والمبادئ النبيلة بين الأفراد بعيداً عن اختلاف العرق، والجنسية، والموطن، والدين...الخ، ونشر نماذج إيجابية تدعم العلاقات والجوانب الإيجابية بين الأفراد بعضهم وبعض.
– العمل على تنمية المهارات الشخصية للمستخدمين قبل الدخول واستخدام هذه الشبكات سواء من الطلاب أو أولياء الأمور أو المؤسسات التربوية المختلفة وإرشادهم بالوسائل الفنية الآمنة لاستخدام هذه الشبكات.

المراجع

المراجع العربية:

1. أبو صعيليك، ضيف الله عودة؛ والزبون، محمد سليم (2013). أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، مجلة مؤته للبحوث والدراسات – العلوم الإنسانية والإجتماعية الأردن28، 7، 359–323.
2. آل سعود، نايف ثنيان محمد(2014). علاقة شبكات التواصل الإلكتروني بالاغتراب الاجتماعي للمراهقين في المجتمع السعودي دراسة ميدانية، المجلة العربية للإعلام والاتصال– الجمعية السعودية للإعلام والاتصال– السعودية، 11، 11– 88 .
3. الحايس، عبد الوهاب جودة (2015). الآثار الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على بعض جوانب الشخصية الشابة، مجلة شؤون اجتماعية – الامارات، 32، صيف، 32، 126، 22–127.
4. خليفة، إيهاب (2017). حروب مواقع التواصل الاجتماعي. الطبعة الأولى، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
5. الدبيسى، عبدالكريم والطاهات، زهير(2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، 40، 1، ص66–81.
6. زايد، أحمد محمد أحمد (2006). سيكولوجية العلاقات بين الجماعات: قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، 326.
7. زايد، أحمد محمد أحمد؛ وأبو الفتوح، هاني (2016). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية على الإنجاز الأكاديمي، والتثاقف، والاتجاه نحو الأجانب لدى طلاب كلية التربية بجامعة حائل، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 80، 79– 128.
8. الزيون، محمد سليم؛ وأبو صعيليك، ضيف الله (2014). الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، المجلة الاردنية فى العلوم الاجتماعية، الاردن، 7، 2، 225–251.

9. سهيل، شراد (2017). شبكات التواصل الاجتماعي بين اختصاص البنية وعمومية الاستعمال: مدخل نظري، مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر، 47، 39- 49.

10. الشامي، علاء عبدالمجيد (2013). موقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في مدينة الرياض. المجلة العربية للإعلام والاتصال، 2، 8-144.

11. الشحومي، عبدالله (2004). نتائج التعلم. في: بوحمامة. جيلاني وعبدالرحيم، رياض والشحومي عبدالله (محررون). علم نفس التعلم والتعليم. الطبعة الأولى. الجامعة العربية المفتوحة: الكويت.

12. شناوي، سامي أحمد وعباس، محمد خليل (2014). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين. مجلة جامعة، 18، 2، 75-118.

13. الشهرى، حنان شعشوع (1434هـ). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيسبوك وتويتر نموذجا "دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة. رسالة ماجستير، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كليـــة الآداب والعلوم الإنســـانية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.

14. الصويان، نورة ابراهيم (2014). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة الاجتماعية للشباب السعودي دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي، مجلة الشرق الأوسط (مركز بحوث الشرق الأوسط بجامعة عين شمس، مصر، 34، 645-676.

15. العبد الجابر، الجوهرة (2015). اتجاه طالبات قسم المكتبات والمعلومات بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للأغراض التعليمية، المجلة الأردنية للمكتبات والمعلومات، الأردن، 50، 3، 85- 129.

16. عبد الرحيم، أحمد يوسف (2013). مواقع الشبكات الاجتماعية: الاستخدامات والتأثيرات، مجلة الدراسات التربوية والنفسية- سلطنة عمان، 7، 4، 549- 558.

17. عبد القوي، محمود حمدي(2009). دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب. المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

18. عزب، حسام الدين؛ ومحمود، هبة سامي؛ ومحمد، ياسمين مصطفى أحمد (2016). الخصائص السيكومترية لمقياس دوافع تعامل الشباب مع شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الإرشاد النفسي، مصر، 45، 457- 480.

19. العنزي، جواهر ظاهر محمد (2013). فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تحصيل العلوم والاتجاه نحو مجتمع المعرفة لدى طالبات الصف الثالث المتوسط بالمدينة المنورة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية :جامعة أم القرى.

20. العنزي، فلاح محروس (2011). علم النفس الاجتماعي، دار زدنى للنشر والتوزيع.

21. عيساني، رحيمة الطيب(2016). أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي. المجلة العربية للإعلام والاتصال- الجمعية السعودية للإعلام والاتصال- السعودية، 15، 11-90.

22. عيسى، ابتسام آدم (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغير الاجتماعي والثقافي: دراسة حالة طلاب جامعة النيلين، رسالة ماجستير منشورة، جامعة النيلين كلية الدراسات العليا، دار المنظومة، 1- 117.

23. محمد، أيمن أحمد السيد (2015). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية لجماعات الشباب الجامعي، مجلة الخدمة الاجتماعية (الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين) مصر، 54، 15- 67.

24. محمدي، خيرة (217). شبكات التواصل الاجتمايع والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية- مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع- الجزائر، 11، 156- 170.

25. المدني، أسامة غازي(2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأى العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً". مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، 395-425.

26. معراج، هوارى وصالح، عباني عيسي(2015). أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للعلامة دراسة حالة علامة ooredoo. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية،(12)، 365- 378.

27. منصور، حسن محمد حسن (2017). شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر تعليمي وإخباري لدى طلبة الجامعة: دراسة مقارنة في إطار نموذج الاستخدام والاعتمادية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، الكويت، 53، 139، 11- 59.

28. المنصور، محمد (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً". رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

29. نومار، مريم نريمان (2012). استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

30. وليدة، الحدادي (2015). الشبكات الاجتماعية: من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، دراسات الجزائر، 36، 31- 51.

المراجع الأجنبية:

31. Ajzen, I. (2005). Attitude, personality and behavior (2nd ed.). New York: Open University Press.
32. Bello V., (2016). Inclusiveness as Construction of Open Identity: How Social Relationships Affect Attitudes Towards Immigrants in European Societies, Social Indicators Research, 126, 199–223.
33. Bobo, L., Hutchings, V. L., (1996). Perceptions of

racial group competition: Extending Blumer's theory of group position to a multiracial social context, American Sociological Review, 61, 951–972.

34. Chin, W. (1998). The partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling, in G.A. Marcoulides [Ed.]. Modern Methods for Business Research, 295-336. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publisher.
35. Chung, S., Jeon, H., Song, A., (2016). The Influence of Social Networks and Social Support on Health Among Older Koreans at High Risk of Depression, CareManagement Journals, 17,2, 70-80.
36. DeWaard J., (2013). The Temporal Dynamics of International Migration and Linkages to Anti-Foreigner Sentiment, Doctor Dissertation, University of Wisconsin-Madison, and UMI Number: 3589615.
37. Ejoke, U. P., Ani, K. J., (2017). A Historical and Theoretical Analysis of Xenophobia in South Africa, Jornal of Gender, Information and Development in Africa, 6, 1&2, 163-185.
38. Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
39. Ghalawat, S., Mehla, S., Girdhar, A., (2017). A Study of College Students using Social Networking Sites and Their Relationship with Demographic Profile, BVIMSR's Journal of Management Research, 9, 1, 37-44.
40. Gniewosz, B., Noack, P., Wentura, D., Funke, F.

(2008). Adolescents' attitudes towards foreigners: Associations with perceptions of significant others' attitudes depending on sex and age, Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, 3, 5, 321-337.

41. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L., (2006). Multivariate data analysis (6th ed.), Upper Saddle River, N.J.: Pearsonprentice hall.
42. Hulland, J. (1999). "Use of Partial Least Squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies", Strategicmanagement Journal, 20, 195-224.
43. Inkelas, K. K., (2003). Caught in the Middle: Understanding Asian Pacific American Perspectives on Affirmative Action Through Blumer's Group Position Theory, Journal of College Student Development, 09/2003, Volume 44, Issue 5, PP. 625-643.
44. Jäger, A., (2005). Explaining the “Accuracy” of Proxy-Reports on Attitudes towards Immigrants in Germany. Two Approaches Compared, Metodološki zvezki, 2, 1, 27-57.
45. Joardar A. (2005). Group A acceptance of Foreign New comer: A Liability of Foreignness Perspective, Doctor dissertation, University of South Carolina, UMI Number: 3181959.
46. Kalpidou, et al, (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14, 4, 183-189.
47. Kujath, C., (2011). Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face

Interaction?, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking,14(1-2), 75-78.

48. Kuss, D. J., Griffiths, M. D., (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned, International Journal of Environmental Research and Public Health, 14, 311, 1-17.
49. Otu, M. N., (2017). The Complexities of understanding Xenophobia at the University of KwaZulu-Natal, Journal of African Union Studies, 6, 2& 3, 135- 153.
50. Pettigrew, T. F.; Wagner, U.; Christ, O., (2007). Who Opposes Immigration? Comparing German with North American Findings, Du Bois Review, 4: 1, 19-39.
51. Pribeanu, C., Balog, A., (2017). Explaining the Acceptance of Facebook by University Students with the Uses and Gratifications Theory, The 12th International Scientific Conference eLearning and Software for Education Bucharest, April 27-28, 84-91.
52. Quillian, L. (1995). Prejudice as response to perceived group threat: Population composition and anti immigrant and racial prejudice in Europe, American Sociological Review, 60, 586–611.
53. Ringle, C. M., Wende, S., & Will, A. (2005). SmartPLS 2.0 (M3) beta, Hamburg. Available online at: http://www.smartpls.de.
54. Salamońska, J., (2016). Friend or Foe? Attitudes Towards Immigration from Other European Union Countries, SOCIETÀ MUTAMENTO POLITICA, 7, 13, 237-253.
55. Shen, K. & Khalifa, M. (2010).'Facebook usage among

Arabic college students: preliminary findings on gender differences', International Journal of e-Business Management,4(1).

56. Starron, J. G., (2008). Puerto Rican 9th Grade Public-School Student Attitudes Towards English as a Second Language, Dissertation Abstracts, University of Mississippi at Oxford, UMI Number: 3358352.
57. Sundar, S. S., Limperos, A. M., (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57, 504-525.
58. Ulusu, Y., (2010). Determinant factors of time spent on Facebook: Brand community engagement and usage types, Journal of Yasar University, 18, 5, 2949-2957.
59. Young, K. (2011). Social Ties, Social Networks and the Facebook Experience, International Journal of Emerging Technologies and Society, 9, 1, 20-34.