

مجلة بحوث
كلية الآداب

البحث (٢٧)
دور شبكات التواصل الاجتماعي
في تعزيز المواطنة
لدى المصريين المقترين

إعداد

د / نوره حمدى محمد أبو سنة
المدرس بقسم العلوم الاجتماعية والإعلام
كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

أبريل ٢٠١٧م

العدد (١٠٩)

السنة ٢٨

<http://Art.menofia.edu.eg> *** E-mail: rifa2012@Gmail.com

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين المغتربين

د/ نوره حمدي محمد أبو سنة

المدرس بقسم العلوم الاجتماعية والإعلام - كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

noura_hamdy100@yahoo.com

اسم الباحثة: نوره حمدي محمد أبوسنة، مدرس بقسم العلوم الاجتماعية والإعلام

بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.

عنوان الدراسة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى

المصريين المغتربين .

المُلخَص: تهدف إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز

المواطنة لدى المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية، من خلال التعرف علي دور

شبكات التواصل الاجتماعي في اكسابهم معرفة كل من حقوقهم وواجباتهم (الاجتماعية-

الاقتصادية- السياسية) تجاه وطنهم، ودورها في اكسابهم قيمة الانتماء تجاه وطنهم مصر،

وتعد الدراسة الحالية ميدانية، جرت على عينة عشوائية غير منتظمة من ٤٠٠ مفردة مقسمة

إلي ١٥٠ الذكور، ٢٥٠ الإناث، وطبقت أداة الإستبيان بما تشمله من مقاييس من إعداد

الباحثة بطريقة المقابلة الفردية .

أهم النتائج: تشير النتائج أن نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة

منتظمة (دائما) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٧٧.٧٥%، وبلغت نسبة من

يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (من ساعة إلى أقل من ساعتين) في المرتبة الأولى

بنسبة ٧٠.١٣%، جاء (الفيس بوك) كأهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها

المبحوثين بنسبة بلغت ٩٩.٧٥% ، وجاء في الترتيب الأول بالنسبة للعبارات التي تقيس

مستوى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عبارة (تطرح شبكات

التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات) بمتوسط ٢.٨٣.

- جاء في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة

الحقوق الاجتماعية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز

معرفتي بأحوال المجتمع المصري) بمتوسط ٢.٩٠، وجاء في الترتيب الأول من العبارات

* تاريخ الموافقة على البحث (ابريل / ٢٠١٧)

• تاريخ تسليم البحث (ديسمبر / ٢٠١٦)

التي تقيس معرفة الحقوق السياسية (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الإشتراك في الأحزاب السياسية) بمتوسط ٢.٨٥، وجاء في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس معرفة الحقوق عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في التملك) بمتوسط ٢.٨٩.

- جاء في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات الاجتماعية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي وثقافتي عن مصر) بمتوسط ٢.٨٢، وجاء في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس معرفة الواجبات السياسية عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعيي السياسية) بمتوسط ٢.٨٩، وجاء في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس في معرفة الواجبات الاقتصادية المواطنة عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدي للدولة بالعملة الأجنبية) بمتوسط ٢.٨١.

- جاء في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب قيمة الانتماء عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تجسيد المشاعر الإيجابية والحب للوطن) بمتوسط ٢.٨٨.

نتائج التحقق من صحة الفروض: ثبت صحة الفروض التالية:

- توجد علاقة بين درجة تعرض المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعي و تعزيز المواطنة لديهم.
- توجد فروق في اكتساب المغتربين معرفة بحقوقهم وواجباتهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) تجاه مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي .
- توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (النوع- السن- مستوى التعليم).

ولم ثبت صحة الفرض الذي ينص علي: توجد فروق بين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لمصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (سنوات الاغتراب).

المقدمة

تعتبر المواطنة من القضايا التي تعرض نفسها بقوة عند معالجة أي بعد من أبعاد التنمية بصفة عامة وخاصة في عصر الثورة التكنولوجية الذي نعيش في ظلها الآن.

والمواطنة بمفهومها الواسع تعني الصلة بين الفرد والدولة، التي يرتبط بها جغرافياً وتاريخياً وثقافياً، ويعد ازدياد الشعور بالمواطنة من التوجهات المدنية الأساسية التي من أهم مؤشراتنا الموقف من احترام القانون والنظام العام، والموقف من ضمان الحريات الفردية، واحترام حقوق الإنسان، والتسامح وقبول الآخر وحرية التعبير وغيرها من المؤشرات التي تمثل القيم الأساسية للمواطنة مهما اختلفت المنطلقات الفكرية والمرجعيات الفلسفية لهذا المجتمع أو ذلك. (أبو حشيش، بسام، ٢٠١٠، ٢١٥)

إن مفهوم المواطنة قد تبدل في الدول العربية بتبدل طبيعة العالم المعاصر وسيطرة العولمة عليه، وظهور العديد من التكتلات السياسية والاقتصادية، والتركيز على خيارات الفرد المطلقة كواحدة من الخيارات الرئيسية التي تضبط متطلبات الحياة اليومية والسياسية في المجتمع المدني، فأصبح هذا المفهوم يتطلب مزيداً من الانفتاح الثقافي ذو الآليات والوسائل المتعددة من أجل مخاطبة المواطن وتسليط الضوء على العديد من القضايا المجتمعية التي تمس جوهر مفهوم المواطنة لدى المواطنين، ولما كانت المواطنة تعني في مفهومها العام إحساس الإنسان بالانتماء إلى المجموعة وتقاسم شعورها، وفي حالة الاغتراب فهي تعني الحنين إلى الوطن الذي يذكر الإنسان بعباداته وتقاليده وسلوكيات مواطنيه، كما تتطلب من المواطن إلى التفاعل في أوسع معانيه مع الوطن ومع المواطنين، فهي إذا علاقة الفرد بالوطن "من حيث هو" الأرض "المساحة الجغرافية والتاريخية والاجتماعية والسياسية، لذلك فإن المواطنة والروح الوطنية هي المحرك الحقيقي للحياة الاجتماعية، وتلك الروح الوطنية تتضمن مجموعة القيم التي تحدد علاقة الفرد بمجتمعه، وتصل به إلى الالتزام بالعقد الاجتماعي الذي يربط بين المواطنين المتساويين في الحقوق والواجبات.

والتي تتمثل في شرعيته، فالمساواة بين المواطنين هي التي تحقق الوطنية والانتماء إلى الوطن من خلال مجموع القيم التي تحدد علاقة الفرد بالمواطنين، بما يجعلها المحرك الحقيقي للحياة الاجتماعية، والوطنية تتيح مجموعة من الحقوق المتساوية التي يضمنها

الدستور، كما أنها ترتبط بمجموعة من الحقوق الاجتماعية التي تشمل كافة الجوانب الإنسانية المتعلقة بالمواطنين، وتتحقق الوطنية من خلال التفاعلية بين القيادة والمجموعات البشرية المستهدفة عبر قنوات الاتصال والإعلام حتى أصبح عنوانا لتلك القيادة بالاستناد إلى التطبيقات التكنولوجية وفي مقدمتها الإنترنت الذي يتضمن شبكات التواصل الاجتماعي. (إسماعيل، الغريب زاهر، ٢٠١٥، ٢)، وقد أتاحت شبكة الإنترنت تواصل المواطنين مع بعضهم البعض وتفاعلهم مع السياسات، مما يوفر إمكانية هائلة لتمكين المستخدمين من تدوين الأفكار والملاحظات والتعليقات وأصبح للمواطن مساحة خاصة به يستقبل بها، ويشارك الآخرين في الرأي من خلال المدونات والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية وغيرها. (حمدان، محمد زياد، ٢٠١٠، ٦٣)

● **مشكلة الدراسة:** تطور مفهوم المواطنة في المجتمعات الإنسانية خلال مراحل تاريخية متعاقبة حدثت فيها تحولات لأنماط الحكم التي سادت في هذه المراحل، ابتداءً من أنماط الحكم التقليدية والتي اقتصرَت المواطنة فيها على فئات معينة وانتهاءً بأنظمة الحكم الديمقراطية والتي تمثلت المواطنة فيها بالحقوق والواجبات والعدالة بين أفراد المجتمع. (السقا، غادة جورج مبارك، ٢٠٠٣، ٩٩)، أرتبط مفهوم المواطنة عبر التاريخ بالمشاركة في النشاط الاقتصادي والحياة الاجتماعية والمشاركة في اتخاذ القرارات العامة والمساواة أمام القانون. (الكواري، علي خليفة، ٢٠٠١، ١٠٢)

وبدخول المجتمعات الحالية للفضاء الإلكتروني ورغم أن الفضاء الإلكتروني لا يشكل الفضاء الاجتماعي والسياسي الوحيد الذي يتحرك فيه الفرد، إلا أن دوره بدأ متزايد في السنوات الأخيرة من حيث زيادة قدرة الأفراد علي المشاركة والسعي للحصول علي حقوق المواطنة وممارستها، ثم التأثير علي الأحداث والتفاعلات السياسية وغيرها سواء من يعيش داخل المجتمع أو المغتربين بالخارج، وخاصة المغتربين، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة مصدر أساسي للمعلومات ورايط بين المغتربين وأوطانهم، وبعد أن أضحت شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر بروزا ضمن المواقع الإلكترونية التي تزخر بها الشبكة العنكبوتية، وفي هذا الصدد يؤكد خبراء الإعلام الجديد أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت الأسرع في استقطاب ملايين الأعضاء والمستخدمين خلال سنوات قليلة حيث ظهرت

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
تلك المواقع فعليا خلال السنوات المبكرة من القرن الحالي، الأمر الذي يعكس قدرة تلك المواقع على تلبية الاحتياجات الاتصالية المتنوعة لمختلف فئات المستخدمين .
وتشير إحصائيات شهر يناير من عام ٢٠١٦ إلى أن حوالي ٣.٥٦٦.٣٢١.٠١٥ نسمة يستخدمون الشبكة العنكبوتية بنسبة ٤٨.٦% من إجمالي عدد سكان العالم. (www.internetworldstats.com/stats.htm)، وأن ٧٥% من مستخدمي الإنترنت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يوميا.

(<http://marketsvoice.com/blog/2016>)

وفي هذا الصدد يؤكد بعض الباحثين على أن ارتفاع معدلات الانضمام للشبكات الاجتماعية الإلكترونية بالولايات المتحدة الأمريكية ودول الاتحاد الأوروبي والدول النامية قد دفع بدوره الباحثين للرصد المتعمق لتلك الظاهرة. (Garton, Laura . . (Haythornthwaitem, Caroline & Wellman, Barry, 2005,25)

وفي ضوء الطرح السابق تتحدد المشكلة البحثية في: رصد وتحليل دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية.

• أهمية الدراسة : وتتمثل في:

- ١- طبيعة الموضوع الذي تتناوله الدراسة، حيث تعد المواطنة من القضايا الهامة ذات الأبعاد السياسية والأمنية التي تعبر عن معايير الانتماء ومستوى المشاركة من قبل الأفراد في الحماية والدود عن الوطن، كما تعبر عن وعي الفرد بالحقوق والواجبات والنظر للآخر، والحرص على المصلحة الوطنية، كما تعكس مدى إدراك المواطن لدوره في مجابهة التحديات التي تواجه المجتمع والدولة في آن واحد.
- ٢- التنامي المتسارع لدخول الأفراد للإنترنت التي نمت بمعدل ٨٨٧.٩% منذ عام ٢٠٠٠-٢٠١٦م، (www.internetworldstats.com/stats.htm)، وبالتالي لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية وما لها من خصائص تلبي احتياجات عدد كبير من مستخدميها جعل دراستها من الأمر المهم.

- ٣- الفئة التي هي موضع الدراسة وهي (المغتربين) حيث تعتبر فئة كبيرة قد تصل حوالي ٣.٥ مليون وتجيئ المملكة العربية السعودية أعلى دولة بها أكبر عدد من المغتربين

المغتربين من الفئات المهمشة، حيث لم تجري عليهم دراسات تتلاءم مع هذا الحجم الكبير وخاصة من الناحية الاعلامية علي حد علم الباحثة.

٤- تأتي أهمية هذه الدراسة كإضافة جديدة لسد النقص إلى حد ما، في البحوث والدراسات الخاصة بدراسة المصريين المغتربين والمواطنة لديهم المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي.

• هدف الدراسة:

التعرف علي دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدي المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية.

من خلال التعرف علي:

١. شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من قبل المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية.
٢. دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب المصريين المغتربين معرفة بحقوقهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) في وطنهم مصر.
٣. دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب المصريين المغتربين معرفة بواجباتهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) تجاه وطنهم مصر.
٤. دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب المصريين المغتربين قيمة الانتماء تجاه وطنهم مصر.

• الدراسات السابقة: وانقسمت إلي ثلاثة محاور وهي كالتالي:

أولاً: دراسات تناولت المواطنة بشكل عام.

ثانياً: دراسات ربطت بين وسائل الاعلام والمواطنة.

ثالثاً: دراسات تناولت المغتربين وسائل الاعلام:

أولاً: دراسات تناولت المواطنة بشكل عام:

(أ) : الدراسات العربية:

١- دراسة: الشرقاوي، موسي (٢٠٠٥). هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة، وتعد دراسة ميدانية علي عينة من طلبة جامعة الزقازيق، وقد تناول الباحث التأصيل النظري لمفهوم المواطنة وعلاقته بالمفاهيم الأخرى، وتناول في دارسته الميدانية طبيعة وعي طلاب الجامعات بأبعاد المواطنة، وقدم رؤية مقترحة حول آفاق تفعيل مبدأ المواطنة ودور مؤسسات المجتمع ذات العلاقة في ذلك، وخلص الباحث إلى: أن هناك وعي بقيم حب الوطن والانتماء والولاء والحرية والمشاركة الجماعية لطلبة الجامعة، باستثناء قيم الانتماء والولاء والحرية لصالح متغير الجنس باستثناء قيمة الجماعية، وثبت أن ومستوى تعليم الوالدين لا يؤثر على المعرفة بقيم المواطنة.

٢- دراسة: النبهاني، سعود سليمان بن مطر (٢٠٠٧). والتي هدفت إلى معرفة أهم التحديات المعاصرة التي تواجه تنمية المواطنة في المجتمع العماني، باستخدام استبانة موزعة على أربعة محاور أساسية، وهي (التربوية، والسياسية، الاقتصادية، والاجتماعية)، وتوصلت إلي أن التحديات السياسية احتلت المرتبة الأولى، يليها التحديات الاقتصادية فالتحديات التربوية، وأخيراً التحديات الاجتماعية.

٣- دراسة: جودة، عبد الفتاح، إسماعيل، طلعت حسين (٢٠١٠). هدفت الدراسة إلى التعرف علي مدي وعي طلاب جامعة الزقازيق بمبادئ المواطنة المتضمنة في تعديلات الدستور المصري عام ٢٠٠٧، ومن أبرز نتائج الدراسة أن الجامعة لا تساهم بصورة فاعلة في توعية الطلاب بمبادئ المواطنة، وهذا يتطلب إعادة النظر في العملية التعليمية في الجامعات من كافة جوانبها، وتحديد الأدوار، والأهداف لكافة العاملين في الجامعة، وتفعيل النشاطات الأكاديمية وغير الأكاديمية فيها تعزيزاً لمبادئ المواطنة والمحافظة عليها.

٤- دراسة: العامر، عثمان بن صالح (٢٠١١)، والتي هدفت إلى دراسة أثر الانفتاح الثقافي على مفهوم المواطنة لدى الشباب السعودي، و التعرف على طبيعة وعي الشباب السعودي بأبعاد مفهوم المواطنة، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث على بعد الانتماء للوطن وقد كانت الفروق لصالح الإناث،

وقد كانت الفروق ما بين الذين لديهم مؤهل جامعي والمستويات الأخرى لصالح الذين لديهم مؤهل جامعي، وأن هناك فروقاً تعزى لمتغير مصدر الثقافة السياسية، وقد كانت الفروق ما بين الذين يستمدون ثقافتهم السياسية من الفضائيات والإنترنت.

٥- دراسة: القرشي، خلف سليم، و صالح، محمد محمود عبده (٢٠١٣). هدفت الدراسة التعرف على دور الجامعة في تنمية قيم المواطنة لدى طلابها، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات لعينة ممثلة من طلاب كليتي التربية والعلوم كونهما ممثلين لطلاب المجال الانساني والتطبيقي جامعة الطائف، ثم انتهت إلى وضع تصور مقترح لدور الجامعة والدور الذي ينبغي عليها القيام به في تنمية قيم المواطنة لدى طلابها في ضوء متغيرات العصر، لإعلاء هذه القيم وتشكيل اتجاهاتهم الاجتماعية والثقافية وكنا السياسية من خلال تصحيح المعتقدات والمفاهيم والتي تصل بنا إلى تأصيل قيم المواطنة.

٦- دراسة: عليان، عمران علي (٢٠١٤). هدفت الدراسة إلى معرفة درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة، وعلاقتها بمتغيرات: الجنس، والسنة الدراسية، والكلية، وحالة المواطنة (مواطن - لاجئ)، وقد وصلت الدراسة إلى أن درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة كانت مرتفعة في جميع أبعادها، حيث جاء بعد الولاء بالمرتبة الأولى ثم بعد الانتماء بالمرتبة الثانية، وحل بعد الديمقراطية بالمرتبة الثالثة، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي الدلالة ٠.٥ في درجة تمثل الطلبة لقيم المواطنة تعزى لمتغيرات (الجنس أو السنة الدراسية أو حالة المواطنة).

٧- دراسة: الدويلة، أمل بدر (٢٠١٥). هدفت الدراسة إلى التعرف على قيم المواطنة لدى طلبة الجامعة بدولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في قيم المواطنة لصالح الإناث، كما بينت النتائج وجود فروق ذات بين متوسطي درجات طلبة الفرقة الأولى وطلبة الفرقة الرابعة لصالح طلبة الفرقة الرابعة، كما كان عامل الجنس أهم عامل من العوامل المستقلة التي تسهم في التنبؤ بقيم المواطنة.

٨- دراسة: الحراري، صلاح الدين أبو بكر (٢٠١٦). هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى قيم المواطنة لدى الأسرة الليبية و تحديد مدي مساهمة الأسرة في ترسيخ قيم المواطنة، وتعد دراسة ميدانية، تم إعداد استمارة اشتملت على (١٩) فقرة، ووزعت عشوائيا على عدد (٦٠) أسرة

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
بلدية عين زارة الفرع البلدي عين زارة الجنوبي، واستخلصت مجموعة من النتائج أهمها:
يوجد تأثير إيجابي على أن الأسرة تقوم بتريسيخ قيم المواطنة لدى أبنائها بنسبة ٨٠%.

(ب) : الدراسات الأجنبية:

- ١ - دراسة : كين، أوزبورن Ken, Osborne (٢٠٠٠) هدفت إلى معرفة أهم مفاهيم المواطنة والتعليم من أجل المواطنة، وحقوق وواجبات المواطنة، وعناصر التربية المدنية المرتبطة بالمواطنة ومؤسسات تنمية المواطنة وتطور وسائل الاتصال وأثارها على المواطنة، وتوصل الباحث أن: التعليم من أجل المواطنة اختلف منذ ١٩٨٠ وأصبح التركيز على المواد العلمية الأخرى، وأنه من الضروري استعادة المواطنة لمكانتها في التعليم أولاً، وأن سائل الإعلام وتطورها أصبحت تهدد قيم المواطنة في المجتمعات في ظل غياب رؤية واضحة لتنمية مفهوم .
- ٢ - دراسة: ماندل ، كرستين Mundel, Karsten (٢٠٠٣)، والتي تهدف إلى التعرف على أثر أنشطة وبرامج الجامعة الدولية بالمكسيك على تنشيط قيم المواطنة لدى الطلاب، وطبقت الدراسة على طلاب الجامعة الدولية بالمكسيك وكندا، وتوصلت الدراسة إلى أن طريقة التعليم والبحث القائم على المشاركة المجتمعية والتدريب المستمر على التعامل مع قضايا المجتمع والتفاعل معها في تعلمهم داخل الجامعة، ووعي الطلاب وانغماسهم في التغييرات والتحويلات التي تحدث للمجتمع، ساعدت بتعزيز قيم المواطنة.
- ٤ - دراسة: ولكر، جيويس Walker, Joyce (٢٠٠٥). والتي هدفت رصد صور المواطنة بين الشباب ودور المعلمين في الجامعة ومعاهد التعليم الأمريكية في إكساب هؤلاء الشباب قيم المواطنة، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها أن البرامج والأنشطة في الجامعة لها علاقة وتأثير إيجابي في مساعدة الشباب على اتخاذ القرار والإدراك الصحيح لاحتياجاته ومشكلاته والمساهمة في حلها وتدعيم المواطنة لديهم.
- ٥ - دراسة : بيترسون دونا Peterson, Donna (٢٠٠٥). هدفت التعرف على طريقة التأثير في الطلبة خارج المدرسة والعلاقة بين المجتمع والجامعة لتطوير الأخلاق والمواطنة، وطبقت على الشباب في جنوب الولايات المتحدة ، لمعرفة طرق تفكير الشباب بحقوق وواجباتهم نحو مجتمعهم وأفكارهم وميولهم وسلوكهم وطموحاتهم في المستقبل، وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن الاهتمام باحتياجات الشباب وتنمية المعارف العلمية لديهم

وتحقيق التعاون بين الجامعة ومؤسسات المجتمع ومساعدة الشباب على التفكير السليم ساعد في تنمية قيم المواطنة والانتماء لديهم.

٦- دراسة: كيلفرت روبرت **Calvert, Robert** (٢٠٠٦). هدفت التعرف على دور الجامعة في تعليم الطلاب الأمريكيين السياسة والديمقراطية والثقة بالنفس وتكوين العلاقات الطيبة والمشاركة الإيجابية في قضايا المجتمع وتنمية إحساسهم بالمواطنة وتحمل المسؤولية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن الجامعة من خلال أنشطتها ومشروعاتها التي تتيحها للطلاب من خلال دراستهم تساعدهم في تنمية القدرة على التعبير وإبداء الآراء، وتساهم في ارتباطهم بالجامعة وتشعرهم بالأهمية والتقدير.

٧- دراسة: ماجيك هنري **Magick, Hanray** (٢٠٠٧) هدفت إلى التعرف على تأثير الجامعة في تعليم الطلاب حقوق وواجبات المواطنة وأدوارهم في المجتمع الأمريكي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن ممارسة الطلاب للأنشطة المختلفة داخل الجامعة واشتراكهم في الحوارات والمناقشات مع المعلمين واشتراكهم في قضايا ومشكلات المجتمع وفهم الموضوعات الاجتماعية والسياسية داخل الجامعة وخارجها، وإعدادهم للتعامل مع التحديات التي تواجههم في الحياة وتعليمهم الأسلوب الديمقراطي، ساهم في غرس وتدعيم قيم المواطنة لديهم.

٨- دراسة: **Green, Pamela** (٢٠١٠). هدفت الدراسة التعرف على رأي صناع السياسة في أكثر من دولة في المواطنة والديمقراطية وسياسة التعليم من وجهة نظر فريدة، أوضحت نتائج تلك الدراسة أن صناع السياسة الذين احتلوا مكانا في الدراسة يصورون المواطنة الديمقراطية على أساس أن القانون يلتزم بالسلوك والمسئولية الشخصية، وأشاروا أيضا إلى أن كل منطقة سياسية تتضمن (المسئولية - المعايير - الممارسة) و ينبغي ان تصطف مع بعضها أو تتضمن سلوكيات وسمات المواطنة والديمقراطية، وعلى الرغم من ذلك كان عنصر الخلاف المتعلق باصطفاف إجراءات المسئولية مع سلوكيات وسمات المواطنة والديمقراطية قوى جدا .

ثانيا: دراسات ربطت بين وسائل الاعلام والمواطنة:

(أ): الدراسات العربية:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين

١-دراسة: القاري، سميحة بنت عبد الله عباس (٢٠٠٦) هدفت الدراسة إلى إيجاد الطريقة الأمثل لتقديم نماذج مقترحة تستخدم التقنية كوسيلة من وسائل تنمية وتفعيل المواطنة لدى الأفراد، وتقديم عدة مشاريع تتضمن عددا من النماذج والأفكار باستخدام بعض التقنيات المتوفرة للارتقاء بالمواطنة بالسعودية، وذلك بما يناسب طلاب وطالبات جميع المراحل، بدءا من الابتدائية ثم المتوسطة، وقد أوصت الدراسة بما يلي: تشكيل هيئة مكونة من بعض الوزارات في القطاعات المختلفة مثل التعليم العالي والتربية والتعليم والإعلام والشئون الإسلامية والتجارة والصناعة للإشراف علي تنمية المواطنة لدي كافة أفراد المجتمع من جميع النواحي، والإسراع في مواجهة الغزو الفكري والتدمير الاخلاقي، وذلك بتوعية مستخدمي الإنترنت وتعليمهم الجانب الإيجابي له وتوجيههم للاستفادة منه.

٢- دراسة: الحارثي، وليد، الشحام، عبدالله (٢٠١١). أكدت الدراسة أن تقنيات الاتصال الجديدة كان لها دور فاعل في صياغة التنمية الشاملة في السعودية، وأن تلك التنمية التي رافقها الإعلام الجديد أبرزت ثقافات جديدة في المجتمع السعودي الحديث وشجعت عليها، كثقافة المواطنة، وثقافة حقوق الإنسان وثقافة الأمن الفكري، وقد وجد الباحثان ارتفاعا في متوسطات الوزن النسبي لاستجابة أفراد العينة تجاه مدي الموافقة علي تأثير الإنترنت في بناء ثقافة المواطنة ومدي الموافقة علي قدرة الإنترنت في نشر ثقافة المواطنة، ومدي الاستعداد الشخصي للمساعدة بتفعيل ثقافة المواطنة عبر الإنترنت، وقد كان مستوي موافقة أفراد عينة علي ذلك عاليا.

٣- دراسة: الصلال، بدر حمد (٢٠١٢). هدفت الدراسة إلى معرفة دور الفضائيات الكويتية الرسمية منها والخاصة في تعزيز ابعاد المواطنة لدى شريحة الشباب، وجاءت أهم النتائج كالتالي: تبين ان نسب مشاهدة القنوات التلفزيونية الكويتية الرسمية كانت مرتفعة، لكن مستويات مشاهدة الفضائيات الكويتية كانت أعلى، وسجلت الفضائيات الخاصة متوسطات حسابية مرتفعة في ثلاث فقرات من فقرات الاستبيان وهما الفقرات المتعلقة: بالتعريف بأحوال المجتمع الكويتي، ونشر الوعي السياسي، والتعريف بالمؤسسات والشخصيات الوطنية الفاعلة في المجتمع الكويتي، وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة تعزى للنوع الاجتماعي للمبحوثين.

٤- دراسة: السبيعي، نورة سعود محمد (٢٠١٣). هدفت الدراسة إلى التعرف على اشهر البرامج الحواية في الفضائيات والفيديو بوك والتويتز في تنمية تربية المواطنة العالمية لدى طالبات مقرر تربية مواطنه لقسم المناهج وطرق التدريس بكلية التربية جامعة الكويت، والكشف عن أهم العوامل المؤثرة وبيان تأثيرها على وعي الطالبات من خلال تصميم برنامج تجريبي لكل من قيم (الواجبات والمسؤوليات والحوار والمشاركة الفعالة) للمواطنة العالمية، وظهرت نتائج الدراسة في كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمت ككل في مقياس الوعي للمجموعة التجريبية الى ان نسبة (٨٢%) من التغير الذي حدث في المقياس ككل في المجموعة التجريبية يرجع إلى استخدام البرنامج المقترح الذي سلب الضوء على دور الاعلام في تحديد المجتمع المستقبلي وأوصت بدور فعال للتربية في توعية المجتمع الكويتي .

٥- دراسة: تيتي، حنان (٢٠١٤). هدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير وسائل الاعلام على قيم المواطنة لدى الرأي العام العربي من خلال المعالجة الاعلامية للثورات العربية، فقد ساعدت القنوات الإخبارية على تنشيط الثورات من خلال المعالجة الإعلامية لها، فكانت القنوات العربية: الجزيرة والعربية، والقنوات الأجنبية: الناطقة بالعربية فرنس ٢٤ المرافق لهذه الثورات والمنبر المعبر عنها ويظهر هذا من خلال: الاعتماد المتبادل بين القنوات والشعوب العربية في تبادل المعلومات باعتمادها على تقنيات حديثة منها شبكة الانترنت كفضاء افتراضي يسمح للتواصل أكثر لإيصال المعلومة بالصوت والصورة.

٦- دراسة: اسماعيل، الغريب زاهر (٢٠١٥). هدفت الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية قيم المواطنة والانتماء لدى طلبة التعليم الجامعي بمصر، وأظهرت نتائج الدراسة أن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب بصفة عامة بدرجة ضعيفة مما يؤكد ضرورة العمل على تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والعمل على تنمية التفكير الناقد البناء لديهم ليتمكنوا من فرز ما يعرض عليهم من أفكار وعدم الانسياق وراء الأفكار الهدامة التي تضر بأمن واستقرار المجتمع.

٧- دراسة: البريري، نشوى عبد الحليم (٢٠١٥). هدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وكل من نكاه الوجدان ومفهوم المواطنة لدي عينة

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين من طلاب الجامعة المصريين، وجاءت النتائج بقبول الفرض الموجه الذي ينص على انه: توجد فروق بين متوسطات درجات الطلاب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وغير المستخدمين لصالح مجموعة المستخدمين في مقياس ذكاء الوجدان، وبالتالي تم قبول الفرض الموجه الذي ينص على انه: توجد فروق بين متوسطي درجات الطلاب المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وغير المستخدمين لصالح مجموعة المستخدمين على الدرجة الكلية لمقياس المواطنة.

٨- دراسة: النبان، شريف درويش، و الشريف، سامح محمد (٢٠١٦). هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية ودورها في تشكيل الاتجاهات السياسية لهم، وتم تحديد حجم العينة ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري في المرحلة العمرية (١٨-٣٥) عام، في ضوء عدد من الاعتبارات العلمية، وجاءت لأهم النتائج كالتالي: جاء فيس بوك Facebook في صدارة المواقع الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثون من الشباب المصري عينة الدراسة بنسبة ٩٢.٨%، وقد تحققت الدراسة من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام المواقع الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب.

(ب): الدراسات الأجنبية:

١- دراسة: شول، جوولي Chul, Joo Lee (٢٠٠٦). هدفت الدراسة إلى رصد الدور الاجتماعي للمواقع الاجتماعية الكترونية بالتطبيق على شباب الجامعات في كوريا الجنوبية، وقد اهتم الباحث بقياس دور المواقع الاجتماعية الإلكترونية في تعزيز الطموح الاجتماعي لدى الشباب من خلال دراسة مسحية على عينة من الجامعات البارزة في المجتمع الكوري، وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين استخدام الشباب الجامعي للمواقع الاجتماعية الإلكترونية، ورغبتهم في تحقيق مكانة اجتماعية مرموقة في المجتمع، كما أكدت النتائج على أن الشبكة العنكبوتية تمارس بدورها دوراً مهماً في دعم الفاعلية الاجتماعية لمستخدميها من الشباب.

٢- دراسة: باكستروم، لارس وآخرون Backstrom, Lars, et al (٢٠٠٦). هدفت الدراسة إلى رصد المتغيرات التي تؤثر في تشكيل المجموعات الإلكترونية بالشبكات الاجتماعية كبيرة الحجم، وقد استندت الدراسة إلى التحليل الكمي والاحصائي من خلال

التتبع الزمني لتطور الشبكات الاجتماعية الباردة في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد اهتم الباحثون بدراسة متغيرات العضوية في الشبكة الاجتماعية المعينة، والآليات التي تحكم نمو وتطور هذه الشبكة بالتطبيق على شبكة لايف جورنال التي تضم في عضويتها نحو عشرة ملايين عضواً، وقد أبرزت النتائج أن رغبة الفرد في الالتحاق بعضوية الشبكة الاجتماعية المعينة لا يتوقف فقط على عدد الأعضاء الذين يتواصل معهم إلكترونياً، وإنما يتوقف بالدرجة الأكبر على كيفية هذا التواصل، ومجالات الاهتمامات، ومن ثم فإن بنية الشبكة الاجتماعية وخصائصها الاجتماعية تعد المتغير الأبرز في تحديد نمو تلك الشبكة وتطورها

٣- دراسة: إليسون، نيكول و ستينفيلد، شارلز، و كليف ، لامب، Nicole, Ellison Stcinfield ,Charles, and Cliff, Lampe (٢٠٠٧). هدفت الدراسة إلى رصد وقياس المنافع التي يجنيها الشباب من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني و خاصة شبكة الفيس بوك، وقد أظهرت النتائج أن ٩٤ % من الطلاب هم أعضاء في شبكة الفيس بوك وأنهم يستخدمونها يوميا بمعدل يتراوح ما بين عشرة إلى عشرين دقيقة، ويتواصلون مع عدد يتراوح ما بين ١٥٠-٢٠٠ صديقا، كما أظهرت النتائج أن الطلاب يستخدمون الفيس بوك لتدعيم علاقاتهم ووشائجهم الاجتماعية القائمة بالفعل حيث يتواصلون في الأغلب الأعم مع أقاربهم وأصدقائهم ومعارفهم، كما أن شبكة الفيس بوك تنطوي على فوائد اجتماعية و سيكولوجية جمة لأولئك الطلاب الذين يحملون تقييما أقل لذواتهم، و أولئك الذين يشعرون بعدم الرضا عن واقعهم الاجتماعي.

٤- دراسة: يانج ، مي كيم Young, Mie Kin (٢٠٠٨). هدفت الدراسة إلى قياس الدور السياسي للمواقع الاجتماعية على الشبكة العنكبوتية، وقد قام الباحث بإجراء دراسة مسحية عبر الشبكة من الشباب خلال فترة الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٤م، وأهتم الباحث بقياس متغيري الاستخدامات العامة للمواقع الاجتماعية الإلكترونية بالإضافة إلى الاستخدامات السياسية لتلك المواقع، وقد أبرزت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين استخدام الشباب للمواقع الاجتماعية الإلكترونية والإقبال على التصويت في الانتخابات الرئاسية، كما كانت ثمة علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستخدامات السياسية للمواقع الاجتماعية الإلكترونية والدوافع الشخصية للتصويت لدى الناخب، والتي تمثلت بدورها في شعوره بالرضا عن ذاته لاضطلاعه بواجبه المدني، فضلا عن شعوره بأنه مؤثر وفاعل في

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
الحياة السياسية.

٥- دراسة: تيفاني ، بمبك و يفدوكيا ، ايرمولييفا، وساندرا كالفرت Tiffany A. Pernpek, Yevdokiya, A Yermolayeva, and Sandra L. Calvert (٢٠٠٩). هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الأمريكي لشبكة الفيس بوك في ضوء الاختلافات الثقافية لهؤلاء الشباب، وقد أجريت الدراسة على ٩٥ طالبا ينحدرون من أصول غير أمريكية حيث طلب منهم كتابة تقرير يومي لمدة أسبوع عن استخداماتهم المختلفة لشبكة الفيس بوك، وفي نهاية الأسبوع أجرى الباحثون مسحا متعمقا على هؤلاء الطلاب للوقوف على حجم خبراتهم بشبكات التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت النتائج أن الشباب يستخدمون شبكة الفيس بوك بمتوسط ثلاثين دقيقة يوميا، و أنهم يمضون معظم الوقت في تصفح المضامين و الصور، فضلا عن التواصل مع أصدقائهم ومعارفهم التقليديين، كما أبرزت النتائج أن الشاب الأمريكي يميل الي استخدام شبكة الفيس بوك للإفصاح والتعبير عن هويته، وبخاصة فيما يتعلق بالديانة، و الأيديولوجية السياسية، و طبيعة العمل الذي يمارسه.

٦- دراسة: يانج، كيرستي Young, Kirsty (٢٠٠٩). هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الأستراليين لشبكات التواصل الاجتماعي وحجم خبراتهم بها، وقد أجرى الباحث سحبا إلكترونيا على عينة، واستد الباحث في معالجة بيانات الدراسة إلى كل من التحليلين الكمي والكيفي، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن ٦٨ % من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وتأتي شبكة الفيس بوك على رأس قائمة تلك الشبكات وتليها شبكة ماي سبيس، ثم شبكة لينكد إن، كما أشارت النتائج إلى أن أسباب استخدامات الأستراليين للشبكات الاجتماعية تتمثل بدورها في تعضيد التواصل الاجتماعي مع الأسرة و الأقارب، فضلا عن تلبية دعوة الأصدقاء للانضمام إليهم والتواصل معهم إلكترونيا، كما أكد المبحوثون ان الشبكة العنكبوتية تدعم حرية تدفق المعلومات، وتساعدهم في اتخاذ القرارات السياسية.

٧- دراسة: شيو، إي هان Chew ,Ei Han, et al (٢٠١٠). هدفت الدراسة إلى قياس العلاقة بين استخدام الشباب الريفي للمواقع الاجتماعية الاليكترونية، وحدود استعدادهم للمشاركة في أنشطة تنمية القرى التي يقطنون بها وبخاصة بعد تخرجهم في الجامعة، وقد

أجرى الباحثون مسحا عبر البريد على عينة من الشباب الريفي قوامها ٢٢١ مجوئا، قد أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدامات الشباب الريفي للمواقع الاجتماعية الاللكترونية واستعدادهم للانخراط في تنمية مجتمعاتهم المحلية، على الجانب الآخر أكدت النتائج وجود علاقة إيجابية دالة إحصائيا بين استخدامات الشباب الريفي للمواقع الاجتماعية الاللكترونية وإدراكهم لمزايا و إيجابيات التواصل الاجتماعي مع أصدقائهم عبر الشبكة العنكبوتية.

ثالثا: دراسات تناولت المغتربين ووسائل الاعلام:

١- دراسة: محمد، بركات عبد العزيز(٢٠٠٢). هدفت إلى التعرف على استخدام التلفزيون كمصدر لمعرفة المغتربين المصريين بالانتخابات البرلمانية تطبيقا على انتخابات مجلس الشعب المصري لعام ٢٠٠٠، والتطبيق على عينة من المصريين لمقيمين بدولة الكويت، وانتهت الدراسة لارتفاع نسبة المشاهدة واحتلت القنوات التلفزيونية المصرية المركز الأول، لها قناة الجزيرة ثم القنوات الكويتية، وأثبتت الدراسة بوجه عام أن التلفزيون له دور ملحوظ في معرفة المغتربين بالانتخابات.

٢- دراسة: Mario ,Charles (٢٠٠٤) . هدفت الدراسة إلى التعرف على اثير القنوات الفضائية الأمريكية والعربية على عينة من الشباب العربي الذين ولدوا في أمريكا وذلك باستخدام منهج المسح، وانتهت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية العربية قدمت العديد من البرامج التي ساعدت على دعم الهوية لدى العينة، وأن تفضيلات العينة تتجه نحو البرامج الإخبارية والوثائقية، وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل المزيد من البرامج الاجتماعية والثقافية والتربوية الخاصة بالوطن الأم حتى تواجه خطورة تأثير الفضائيات الأجنبية بشكل عام، والقنوات الفضائية الأمريكية بشكل خاص.

٣- دراسة: كرداش، فاطمة(٢٠٠٥). هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجالية العربية في كندا للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة منها استخدمت الباحثة المنهج المسحي على عينة من الجمهور من أبناء الجالية العربية من المقيمين في مدينة وينزر بولاية أونتاريو الكندية، وتم جمع البيانات بطريقة استمارة الاستقصاء بالمقابلة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن قناة الجزيرة من أهم الفضائيات التي تحظى بالمشاهدة بنسبة ٤٧.٧ % ، كما جاءت الأخبار في مقدمة المواد التي يفضلها المبحوثين، وكانت أهم

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
القضايا التي تحرص العينات على متابعتها هي قضايا الدين والتشريع والقضية الفلسطينية والملف العراقي والمشاكلات الاجتماعية وقضايا التنمية والتنافس الرياضي.

٤- دراسة: سيد، محمد هلال (٢٠٠٧). هدفت إلى التعرف على دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية واعتمدت على تحليل مضمون ١٢٢ نشرة إخبارية من قناتي الجزيرة والعربية، بجانب ٤ برامج يعتمد عليها أبناء الجاليات العربية للحصول على المعلومات السياسية، بجانب دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٢٠ مبحوث من أبناء الجاليات العربية في مصر، وانتهت الدراسة إلى أن أهم القضايا التي تناولتها الأخبار هي القضية العراقية، والقضية الفلسطينية، والوضع في لبنان، وأخيرا الإصلاح السياسي في الوطن العربي، واحتلت القنوات الفضائية العربية المركز الأول في تفضيلات العينة، يليها الانترنت.

٥- دراسة: البطل، هاتي إبراهيم (٢٠٠٨). هدفت الدراسة إلى التعرف على التفضيلات الإخراجية للمغتربين للصحف الإلكترونية المصرية، وانتهت الدراسة لارتفاع درجة انتظام المغتربين المصريين في التعرض للصحف الإلكترونية، واحتلت صحيفة الأهرام المركز الأول تليها المصري اليوم، وتفاوتت التفضيلات للصور أو إخراج العناوين واستخدام الألوان في المتن، وأوصت بضرورة التزام الصحف الإلكترونية لقواعد الإخراج ومفهوم الانقرئية التيبوغرافية.

٦- دراسة: الشلقاني، نشوى حافظ (٢٠٠٩). هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات المصريين والأجانب المقيمين لقناة النيل الدولية والاشباعات المتحققة ورصدت الدراسة التطورات التي حدثت في القناة على مدى ٨ سنوات وتطور علاقة الأجانب المقيمين في مصر بها، تطبيقا على عينة قوامها ٥٠ ، وانتهت الدراسة لأهمية قناة النيل وعدم ارتباط مشاهدتها بجنس أو عمر ، وانخفاض نسبة المشاهدة المنتظمة لها بنسبة ٢٠.٣% للأجانب، و ٨.١% للمصريين، وأوصت بالاهتمام بتقنيات الإخراج والصوت، ووضع توصيف وظيفي يحدد كفاءة العاملين بها.

٧- دراسة: الربيعي، محمد عبيد (٢٠١١). هدفت الدراسة التعرف على عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية بالتطبيق على المهاجرين العرب في مصر نموذجاً للدراسة، وسعت لتقييم وتحليل عادات تلقي المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية من حيث حجم التعرض وأنماطه، ودراسة تأثير المتغيرات الديموجرافية على طي التلقي للقنوات الفضائية العربية، ووضحت الدراسة أهمية دور الفضائيات العربية في تعامل المغتربين مع القضايا الوطنية وأكد ذلك ٨٢.١%، وثبت وجود علاقة طردية بين أعمار المتلقين ونسبة المشاهدة، وأيضاً بين عدد سنوات الهجرة ونسبة المشاهدة.

٨- دراسة: الجمال، رباب رأفت (٢٠١٢). هدفت الدراسة التعرف على دور المواقع الإخبارية في تشكيل معارف واتجاهات المصريين المغتربين نحو الأحداث السياسية في مصر لفترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير، وتم اختيار عينة عشوائية متعددة المراحل، قوامها ١٠٠ مفردة بالسعودية، وتوصلت إلى: ارتفاع معدل استخدام لشبكة الانترنت، وأكدت العينة بأكملها بنسبة ١٠٠% تابعوا بانتظام الأحداث في مصر عقب قيام الثورة في مصر والإعلام، وكان من أهم أسباب استخدام العينة للمواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات خاصة التفاعل، وتغطية كافة الأحداث، وجود ما يهم المتلقي،

مساعدته في فهم الأحداث، عنصر فورية التغطية، اتساع مساحة الحرية، أحدث استخدام المواقع الإخبارية مجموعة التأثيرات المعرفية فقد أكد ٨٧.٤% على أن متابعة المواقع الإخبارية أفادت في (التعرف على ما يحدث داخل مصر)

٩- دراسة: محمود، سعدية فوزي (٢٠١٣). هدفت الدراسة التعرف على أهم المواقع الإخبارية التي تناولت أحداث ٢٥ يناير في مصر، والتعرف على الخدمات التي تنتجها المواقع الإخبارية وتميزها في تحقيق إضافة جديدة لمشاهدها. وقد طبقت الدراسة على عينة من شباب المصريين المغتربين في ألمانيا والنمسا، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن اختلاف مستويات اعتماد الباحثين على المواقع الإخبارية على الإنترنت كمصدر للمعلومات باختلاف المتغيرات الديموجرافية والمتمثلة في (النوع، المستوى التعليمي، السن، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي)، وأثبتت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين إعمار الباحثين على الإنترنت كمصدر للمعلومات للذكور أو الإناث، كما أنه لا توجد علاقة بين أعمار الباحثين على المواقع الإخبارية على الإنترنت كمصدر للمعلومات وبين السن.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين

١٠- دراسة: عزوي، وديع العز (٢٠١٥). هدفت الدراسة التعرف على دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن، وتمثلت العينة في ٤٠٠ مفردة من اليمنيين الذين يعملون بالسعودية، واستخدم الباحث أداة الاستبيان، وجاءت أهم النتائج كالتالي: توصلت الدراسة أن هناك علاقة دالة إحصائية بين كثافة التعرض للمواقع الإخبارية الإلكترونية ودرجة الاعتماد عليها في متابعة قضايا اليمن، وثبت صحة الفرض أنه يختلف معدل استخدام المغتربين للمواقع الإخبارية الإلكترونية باختلاف المتغيرات الديموجرافية (المدينة التي يقيم فيها- العمر- مستوى التعليم- المهنة).

التعقيب على الدراسات السابقة:

- جاءت أغلب الدراسات العربية والأجنبية التي تعرضت للمواطنة اهتمت بفئة الشباب مع التركيز علي طلبة الجامعات بالخاص، في حين أن الدراسة الحالية تهتم بفئة المغتربين.
- سعت بعض الدراسات لتناول قيم المواطنة في حين سعي البعض الآخر لإستطلاع آراء المبحوثين نحوها، كما هدفت بعض الدراسات لرصد دور مؤسسات المجتمع في تنميتها مع التركيز علي المؤسسات التربوية والتعليمية كالاسرة والجامعة، وبعد التركيز علي هذه المؤسسات منطقيا باعتبارها الأساس الأول في قضية المواطنة.
- تتدرج الدراسات التي أجريت علي شبكات التواصل الاجتماعي ضمن فئة الدراسات الوصفية التي تستند علي منهج المسح الإعلامي علي حين تمثل المنهج التجريبي بقله، وهنا تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث النوع والمنهج .
- جاءت الدراسات التي أجريت علي المغتربين بالتركيز علي تناول وسائل إعلام مختلفة كالتليفزيون والقنوات الفضائية والصحف الإليكترونية والمواقع الإخبارية، حيث كانت الأكثر طرحا في بحوث المغتربين، مع الندرة في تناول شبكات التواصل الاجتماعي والمغتربين وهو موضوع البحث الحالي.
- كما تؤكد نتائج الدراسات السابقة التي أجريت في سياقات ثقافية مختلفة كما هو الحال في مصر، والمملكة العربية السعودية، الكويت، والولايات المتحدة الامريكية، وأستراليا، وكندا، وألمانيا، وغيرها من الدول علي أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في حياة مستخدميها وتأثيرهم بها، مما يؤكد علي أهمية الدراسة الحالية لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين المغتربين بالسعودية.

ولقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في التالي:

- تعد نتائج الدراسات السابقة حافزا يدفع لإجراء الدراسة الحالية، وذلك من خلال الوقوف علي أحدث النتائج التي توصل لها الباحثين السابقين.
- صياغة المشكلة البحثية، واختيار العينة، وتحديد نوع ومنهج الدراسة، وصياغة تساؤلات الدراسة.
- تعريف مفاهيم الدراسة، وبناء أداة الدراسة، ومقارنة النتائج.

• **تساؤلات الدراسة:**

١. ما هي شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من المصريين بالسعودية؟
٢. ما معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المصريين بالسعودية ؟
٣. ما عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المصريين المغتربين بالمملكة العربية بالسعودية ؟
٤. ما أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المصريين بالسعودية ؟
٥. ما مدي مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدي المصريين بالسعودية؟
٦. ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب المصريين المغتربين معرفة بحقوقهم(الاجتماعية-الاقتصادية-السياسية) في وطنهم مصر؟
٧. ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب المصريين المغتربين معرفة بواجباتهم(الاجتماعية-الاقتصادية-السياسية) تجاه وطنهم مصر؟
٨. ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيمة الانتماء لدي المصريين المغتربين بالسعودية تجاه وطنهم مصر؟

• **متغيرات الدراسة:**

- ١-المتغير المستقل: معدل التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي.
- ٢-المتغيرات الوسيطة: (الجنس - السن - مستوى التعليم - عدد سنوات الاغتراب).
- ٣-المتغير التابع: المعرفة بالحقوق والواجبات والانتماء(تعزيز المواطنة).

• فروض الدراسة:

١. توجد علاقة بين درجة تعرض المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعي و تعزيز المواطنة لديهم.
٢. توجد فروق في اكتساب المغتربين معرفة بحقوقهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) في وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي .
٣. توجد فروق في اكتساب المغتربين معرفة بواجباتهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) تجاه وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي .
٤. توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (النوع).
٥. توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (السن).
٦. توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (مستوي التعليم).
٧. توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (سنوات الاغتراب).

• **نوع ومنهج الدراسة:** تعد الدراسة وصفية واستخدمت منهج المسح الإعلامي باعتبارها الأكثر ملائمة لطبيعة الدراسة ومحققا لأغراضها من حيث الرصد الدقيق لكل أبعادها واستقراء البيانات والأدبيات وتحليلها للتوصل إلى فهم عميق للدراسة .

• **حدود الدراسة:** - الحد الموضوعي : تناولت هذه الدراسة المواطنة، بما تشمله من حقوق وواجبات (اجتماعية- اقتصادية- اجتماعية) والانتماء.

- **الحد البشري:** المصريين المغتربين. -**الحد المكاني :** المملكة العربية السعودية.

- **الحد الزمني:** التطبيق في شهور يوليو واغسطس للعام ٢٠١٦م.

• **مفاهيم الدراسة:** المواطنة: **citizenship** يقصد بها اجرائيا: علاقة الفرد بوطنه الذي يتمتع بمجموعة من الحقوق والواجبات تجاهه والشعور بالولاء والانتماء

له، والهوية الرسمية للفرد خارج مجتمعه، ويتجاوز مفهوم المواطنة حدود ومكان الإقامة الضيق.

• شبكات التواصل الاجتماعي: **Social networks** يقصد بها اجرائيا:

مجموعة من المواقع الاليكترونية تتيح التواصل بين مستخدميها ولكن بشكل رقمي تقاطعي وتعتمد علي اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر أو الهواتف الذكية كآلية في عملية الإنتاج والعرض وتؤثر علي المستخدمين، ومن ابرزها (فيس بوك- تويتر- يو تيوب)

Expatriates: المغتربين:

يقصد به اجرائيا: أشخاص خرجوا من الوطن(مصر) بشكل مؤقت للعيش في المملكة العربية السعودية لأسباب اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو أسباب أخرى.

• عينة الدراسة: عينة عشوائية من المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية بواقع ٤٠٠ مبحوث مقسمين كالتالي: ١٥٠ ذكور ٢٥٠ إناث، بمدن الباحة والطائف والرياض، بطريقة المقابلة الفردية.

جدول(١) توزيع عينة الدراسة وفقا للنوع، السن، المستوى الاجتماعي الاقتصادي

النسبة	الذكور	المجموعات	المغتر
٣٧.٥٠	١٥٠	ذكور	النوع
٦٢.٥٠	٢٥٠	إناث	
١٩.٠٠	٧٦	من ١٨ إلى ٣٥ سنة	السن
٦٩.٠٠	٢٧٦	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة	
١٢.٠٠	٤٨	من ٥٠ سنة فأكثر	
٥٩.٥٠	٢٣٨	أقل من ١٠ سنوات	عدد سنوات الاعتراب
٢٣.٠٠	٩٢	من ١٠ إلى ٢٠ سنة	
١٧.٥٠	٧٠	أكثر من ٢٠ سنة	
١٢.٨٠	٥١	أقل من جامعي	مستوى التعليم
٤١.٨٠	١٦٧	جامعي	
٤٥.٥٠	١٨٢	أعلى من جامعي	
١٠٠	٤٠٠	المجموع	

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
• أداة الدراسة: (*)

استمارة استبيان: استعانت الباحثة بأداة الاستبيان بهدف التوصل إلى الوصف الكمي والكيفي للظاهرة والتوصل للأهداف الموضوعية للبحث " إعداد الباحثة". (**)
ويشتمل علي أساليب القياس المستخدمة في الاستبيان وهي كالتالي:
١- قياس معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تم قياس معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال ثلاثة أسئلة تضمنتها استمارة الاستبيان (١، ٣، ٤) وبناء علي ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٣: ١١ درجات، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل فيما يلي:

- منخفض الاستخدام : من ٣: ٥ درجة.
- متوسط الاستخدام : من ٦: ٨ درجة .
- كثيف الاستخدام : من ٩: ١١ درجة .

٢- قياس مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات:

تم قياس مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات بالنسبة للمختبرين من خلال سؤال تضمنته استمارة الاستبيان (١١) مقياس مكون من عشر عبارات باختيار أحد الاستجابات الثلاثة (موافق-محايد-معارض) وبناء علي ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث، فنتج لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ١٠: ٣٠ درجات، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل فيما يلي:

- منخفض : من ١٠: ١٦ درجة.
- متوسط : من ١٧: ٢٣ درجة.
- مرتفع : من ٢٤: ٣٠ درجة .

٣- مقاييس الحقوق والواجبات والانتماء:

حيث أخذت نفس المستويات في باقي الاستمارة في أسئلة رقم (١٢ حي ١٨) الحقوق في أسئلة (من ١٢ حتي ١٤)، الواجبات في (من ١٥ حتي ١٧) مقياس

(*) أسماء السادة المحكمين ملحق (١)
(**) استمارة الاستبيان ملحق (٢).

الانتماء في سؤال (١٨) وكل مقياس مكون من محاور وعبارات لكل محور واستجابات ثلاثة (موافق-محايد-معارض) وبناء علي ذلك تم حساب المتوسطات لكل مبحوث، ففتح لدينا مقياس تتراوح درجاته ما بين ٥ : ١٥ درجات، تم تقسيمه إلي ثلاث فئات تتمثل فيما يلي:

- منخفض : من ٥:٨ درجة.
- متوسط : من ٩ : ١٢ درجة.
- مرتفع : من ١٣ : ١٥ درجة

اجراءات الصدق والثبات للأداة:

الصدق: عرضت الاستمارة على السادة المحكمين وجاءت نسبة الاتفاق عليها (٨٥%)، واستفادت الباحثة من إجراء الصدق في إلغاء بعض الأسئلة، وإعادة صياغة البعض الآخر بما يتلاءم وأهداف الدراسة وفي ضوء توجيهات السادة المحكمين.

الثبات: تم حساب معامل الثبات وذلك باستخدام إعادة الاخبار Test-Reset حيث تم تطبيق الاستبيان على عينة عشوائية قوامها (٣٠) فردا من غير أفراد العينة، ثم قامت الباحثة بعد ذلك بإعادة التطبيق بعد خمسة عشر يوما من التطبيق الأول على نفس العينة، وتم حساب ثبات الاستبيان باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات التطبيقين الأول والثاني، وقد تراوحت قيم معامل الثبات ما بين ٠.٨٢، ٠.٩٢ عند مستوى معنوية ٠.٠١ كما بلغت قيمة معامل الثبات للدرجة الكلية للاستبيان ٠.٨٥ عند مستوى معنوية ٠.٠١ .

• الإطار المعرفي:

المواطنة: المفهوم اللغوي: (المواطنة) نسبة إلي(الوطن) وهو مولد الإنسان، ويتسع معني المواطنة ليتمثل التعلق بالبلد والانتماء إلي تراثه التاريخي ولغته وعاداته .(ملنقي ابن خلدون، ٢٠١٦)

وهو المنزل الذي تقيم فيه(ابن منظور، ١٩٦٨، ٤١٥)، أما في اللغة الأجنبية فيعود أصل كلمة(المواطنة) ومدلولها إلي عهد الحضارة اليونانية القديمة، والكلمة من (polis) وكانت تعني المدينة باعتبارها بناءً حقوقيًا ومشاركة في شؤون المدينة، كما تستعمل كلمة المواطنة كترجمة لكلمة الفرنسية(Citoyenneté)، وهي مشتقة من كلمة (Citè) وتقبلها

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
باللغة الإنجليزية كلمة (Citizenship) المشتقة من كلمة (City) أي المدينة (نافع، بشير،
وآخرون، ٢٠٠١).

المفهوم الاصطلاحي للمواطنة: أما المواطنة في الاصطلاح: فهي صفة المواطن الذي له
حقوق وعليه واجبات تفرضها طبيعة إنتمائه إلى وطن، ومن هذ الحقوق علي سبيل المثال لا
الحصر: حق التعليم، حق الرعاية الصحية، حق الشغل... إلخ، أما الواجبات: فمنها علي
سبيل المثال لا الحصر كذلك: واجب الولاء للوطن والدفاع عنه، وواجب أداء العمل، وإتقانه
... إلخ، وبناء عليه فالمواطنة علاقة الفرد بدولته، علاقة يحددها الدستور والقوانين المنبثقة
عنه (عبد التواب، عبد الله، ١٩٩٣، ١٠٨)، وتعرف الموسوعة العربية العالمية المواطنة بأنها
"اصطلاح يشير إلى الانتماء إلى أمة أو وطن . (الموسوعة العربية العالمية، ١٩٩٦، ٢١١)
وينظر إليها البعض من منظور نفسي بأنها الشعور بالانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية
التي هي مصدر الإشباع للحاجات الأساسية وحماية الذات من الأخطار المصيرية (هلال،
فتحي وآخرون، ٢٠٠٠، ٢٥)، فالعنصر الأساسي في مفهوم المواطنة هو الانتماء، من هنا
نستنتج بأن المواطنة هي روح الديمقراطية، والمواطنة هي الصلة أو الرابطة القانونية بين
الفرد والدولة، وتحدد هذ العلاقة عادة حقوق الفرد في الدولة وواجباته تجاهها. (الوطنية
والمواطنة في ظل الشبكات الاجتماعية الالكترونية، ٢٠١٦).

مكونات المواطنة: تتكون المواطنة من العناصر والمكونات الأساسية وهي كالتالي:
(الكواري، علي خليفة، ٢٠٠١، ٢٨٩)

أ- **الانتماء:** الإنتساب الحقيقي للدين والوطن فكراً، تجسده الجوارح عملاً، والانتماء شعور
داخلي يجعل المواطن يعمل بحماس وإخلاص للدفاع عن الوطن.

ب- **الحقوق:** تتضمن المواطنة حقوقاً يتمتع بها جميع المواطنين وهي في نفس الوقت
واجبات على المجتمع منها (حفظ الحقوق الخاصة، توفير التعليم، وتقديم الرعاية الصحية،
وتقديم الخدمات، توفير الحياة الكريمة، العدل والمساواة).

ج- **الواجبات:** تختلف الدول عن بعضها البعض في الواجبات المترتبة على المواطن
بإختلاف الفلسفة التي تقوم عليها الدولة.

د- المشاركة: والتي تتضمن العديد من الحقوق مثل الحق في تقديم حملات الضغط السلمي على الحكومة أو بعض المسؤولين لتغيير سياستها أو برامجها، ومما ساهم في أشكال الاحتجاج السلمي مثل التظاهر والإضراب، كما ينظمها القانون والتصويت في الانتخابات العامة بكافة أشكالها، وتأسيس أو اشتراك في الأحزاب السياسية أو الجمعيات أو أي تنظيمات أخرى تعمل لخدمة المجتمع أو لخدمة بعض أفرادها، والترشيح في الانتخابات العامة بكافة أشكالها. (الكواري، علي خليفة، ٢٠٠١، ٨١)

شبكات التواصل الاجتماعي: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي مثير للجدل، وعكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. (حجازي، هدي محمود ، ٢٠١١، ٢٧)، ويعرفها البعض بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (راضي، زاهر، ٢٠٠٣، ٢٣)، تعرض العالم المعاصر إلى عدد من المتغيرات التي كان من أهمها تنامي ظاهرة العولمة التي تقوم على الارتباط بين دول العالم، وكان لتلك الظاهرة أدواتها التكنولوجية والتي منها التطور الهائل في وسائل الإتصال والإعلام، وأدت هذه الثورة إلى تحويل العالم بطابعه المادي إلى عالم رقمي إفتراضي، حيث انتقلت كافة مجالات الحياة لتأخذ طابعاً رقمياً يدور في فلك الفضاء الإلكتروني، ولقد أدى ذلك إلى إنتاج وسائل إلكترونية حديثة في التواصل الاجتماعي عملت على إحداث تغيير في علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم، بالإضافة إلى مساهمات الانترنت في تشكيل وعي الفئات الاجتماعية التي تتفاعل مع بعضها بداخلها وتلعب أيضاً دور حيوياً في تكامل منظومة الثقافات المختلفة، (عبد الصادق، عادل، د.ت، ٢)، وتتطلب حقوق المواطنة أن ينتهج المجتمع نهجاً يدعمها بأنواعها المختلفة، ويوطد العلاقات بين المواطنين والدولة ويعزز ثقته في أجهزتها ويفعل مشاركته السياسية والاجتماعية، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تحديث بنية العلاقات بين المواطن والدولة والمساواة في الفرص المتاحة والعدالة الاجتماعية وتوفير المناخ الذي يمكنهم من ممارسة جميع الحقوق المدنية والسياسية ويسهل من المشاركة الفعالة في عمليات التنمية وتوفير خدمات الرعاية لتحسين نوعية الحياة. (السروجي، طلعت، ٢٠٠٤، ٥٨)

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين

وقد أتاحت شبكة تواصل المواطنين مع بعضهم البعض وتفاعلهم مع السياسات، مما يوفر إمكانية هائلة للتمكين منتدوين الأفكار والملاحظات والتعليقات وأصبح للمواطن مساحة خاصة به يستقبل بها ويشارك الآخرين في الرأي من خلال المدونات والمننديات ومواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية وغيرها، (حمدان، محمد زياد، ٢٠١٠، ٣١٢) كما تفاعلت حركة شبكات التواصل الاجتماعي في مصر مع ما يجري في الشارع المصري والعربي من أحداث خاصة منذ عام ٢٠٠٥، كما أن بعض شواهد الإحتجاج السياسي والمظاهرات خلال الفترة ٢٠٠٦ ارتبطت بصورة أو بأخرى بما يجري من إحتجاج رقمي علي الإنترنت، وما تشهد فعاليات مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيس بوك) و (تويتر) والمدونات والمننديات السياسية من عمليات تعبئة مكثفة لجمهور كبير، وأصبح هذا المجتمع الافتراضي يؤثر علي المجتمع الفعلي ويثير تساؤلات تتعلق بتطوير هويات المواطنين من خلال الفضاء الالكتروني الذي يربطهم بالمواطنين الاخرين في الثقافات المختلفة، وتعزيز مجتمعات الشتات وتأثير ذلك علي علاقة المواطن بالدولة، وانعكاساته علي قضايا المواطنة ومردوداته السلبية والإيجابية، كما أنه من الطبيعي أن لهذه المساحة من الفضاء الالكتروني أبعاد سياسية وإجتماعية قد تفوق ما للبعد التقني من أهمية، (أبو سكين، حنان، ٢٠١١) وينشر ثقافة المواطنة والتأكيد على ثقافة الحقوق والواجبات لدى المواطن وكذا ترسيخ مبادئ الديمقراطية والتأكيد على قيم الولاء والانتماء والمشاركة المجتمعية أصبحت ضرورة واجبة تفرضها الأديان السماوية وتحث عليها وكذلك تؤكد عليها ثقافة المجتمع، والقيام بذلك من جانب المنظمات المجتمعية يضمن تحقيق التنمية الشاملة التي يبتغيها المجتمع المحلى والقومي (عبد العزيز، إبراهيم شريف، ٢٠١٥، ٥٧)، وتستطيع شبكات التواصل الاجتماعي كأحد وسائل الإعلام البديل أن تلعب دورا بارزا في ترسيخ قيمة المواطنة لدى المغتربين باعتبارهم فئة من المجتمع وشريك فاعل في إحداث التنمية، ومن خلال الطرح السابق يتضح أهمية الدور الذي يجب أن قوم به شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى وسائل الإعلام الجديد في تنمية وتعزيز المواطنة لدى المغتربين خاصة في ظل الظروف والمتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تمر بها مصر الآن، ونظرا للبعد المكاني عن الوطن واعتبار هذه الشبكات أدوات وصل جيدة بين المغتربين وأوطانهم، الأمر الذي يدعو إلى ضرورة تأكيد قيمة المواطنة وتعميقها وترسيخها لديهم، وتحديد الدور

الفعلية لشبكات التواصل الاجتماعي كإحدى صور الإعلام البديل في تعزيز قيمة المواطنة لدى المصريين المغتربين .

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة

جدول (١) مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	٦٩	٤٦.٠٠	٢٤٢	٩٦.٨٠	٣١١	٧٧.٧٥
أحياناً	٧٦	٥٠.٦٧	٨	٣.٢٠	٨٤	٢١.٠٠
لا	٥	٣.٣٣	٠	٠.٠٠	٥	١.٢٥
الإجمالي	١٥٠	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٤٠.٠٣ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٥٠٩ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١، وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١٤٠.٠٣ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٥٠٩ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) لصالح الإناث ومدى استخدام - إجمالي مفردات عينة الدراسة - لشبكات التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة "دائماً" من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٧٧.٧٥%، موزعة بين ٤٦.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩٦.٨٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها بصفة غير منتظمة (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢١.٠٠% موزعة بين ٥٠.٦٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣.٢٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي مطلقاً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١.٢٥% موزعة بين

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 ٣.٣٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث .

جدول (٢) أهم أسباب عدم استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

الترتيب	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	دلالة
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	شعر أنها تهدر الوقت	٣	٦.٠٠	٠	٠.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٢٤٢	دالة*
٢	أفضل الاتصال المباشر	٢	٤.٠٠	٠	٠.٠٠	٢	٤.٠٠	١.٨٢٨	غير دالة
١	أجد سببها أكثر من إيجابياتها	٣	٦.٠٠	٠	٠.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٢٤٢	دالة*
٢	مصدر ازعاج متواصل	٢	٤.٠٠	٠	٠.٠٠	٢	٤.٠٠	١.٨٢٨	غير دالة
	جملة من سنتوا		٥		٠		٥		

تفسير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب عدم استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول (اشعر أنها تهدر الوقت)، و(أجد سببها أكثر من إيجابياتها) حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٠% موزعة بين ٦٠.٠% من الذكور في مقابل ٠.٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٢٤٢ وهي منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني (أفضل الاتصال المباشر)، و(مصدر ازعاج متواصل)، بنسبة ٤٠.٠%، موزعة بين ٤٠.٠% من الذكور في مقابل ٠.٠% من الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٨٢٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%، في حين لم تأتي كل من (تحتاج لأجهزة بمواصفات خاصة)، و(لا تتمتع بالمصداقية) بأي نسبة تذكر، مما يعكس مصداقيتها وتوفر الأجهزة اللازمة لاستخدامها نظراً لارتفاع المستوى الاقتصادي للعمل بالخارج.

جدول (٣) عدد أيام استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى أسبوعياً.

عدد الأيام	نكور		إناث		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ثلاثة أيام	٤٤	٣٠.٣٤	٧	٢.٨٠	٥١	١٢.٩١
من ثلاثة إلى أربع أيام	٣٦	٢٤.٨٣	١٠٤	٤١.٦٠	١٤٠	٣٥.٤٤
من خمس إلى ست أيام	٣٢	٢٢.٠٧	١٠١	٤٠.٤٠	١٣٣	٣٣.٦٧
يومية	٣٣	٢٢.٧٦	٣٨	١٥.٢٠	٧١	١٧.٩٧
الإجمالى	١٤٥	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٣٩٥	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٧٣.٢٩ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠.٣٩٦ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١، بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٧٣.٢٩ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٩٦ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) لصالح الإناث وعدد أيام استخدام - إجمالى مفردات من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعى من إجمالى مفردات عينة الدراسة - لشبكات التواصل الاجتماعى أسبوعياً.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعى (أقل من ثلاثة أيام أسبوعياً) بلغت ١٢.٩١%، موزعة بين ٣٠.٣٤% من الذكور فى مقابل ٢.٨٠% من الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها من (ثلاثة إلى أربع أيام أسبوعياً) بلغت ٣٥.٤٤%، موزعة بين ٢٤.٨٣% من الذكور فى مقابل ٤١.٦٠% من الإناث، وبلغت نسبة (من خمس إلى ست أيام) من ٣٣.٦٧%، موزعة بين ٢٢.٠٧% من الذكور فى مقابل ٤٠.٤٠% من الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها (يومية) ١٧.٩٧%، موزعة بين ٢٢.٧٦% من الذكور فى مقابل ١٥.٢٠% من الإناث، مما يعكس كثافة الاستخدام.

جدول (٤) عدد ساعات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي يومياً.

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	عدد الساعات
٢١.٠١	٨٣	٢.٨٠	٧	٥٢.٤١	٧٦	أقل من ساعة
٧٠.١٣	٢٧٧	٩٦.٤٠	٢٤١	٢٤.٨٣	٣٦	من ساعة إلى أقل من ساعتين
٠.٧٦	٣	٠.٨٠	٢	٠.٦٩	١	من ساعتين إلى أقل من ثلاثة ساعات
٨.١٠	٣٢	٠.٠٠	٠	٢٢.٠٧	٣٢	من ثلاثة ساعات فأكثر
١٠٠	٣٩٥	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	١٤٥	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٢٢٩.٧٣ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠.٦٠٦ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١، بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٢٢٩.٧٣ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٦٠٦ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) لصالح الإناث وعدد ساعات استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي يومياً.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أقل (من ساعة) يومياً من إجمالي مفردات من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بلغت ٢١.٠١%، موزعة بين ٠.٣٤% من الذكور في مقابل ٢.٨٠% من الإناث، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Yermolayeva, and Sandra Tiffany A.) (Pernpek, Yevdokiya, A L. Calvert, 2009) وبلغت نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (من ساعة إلى أقل من ساعتين) ٧٠.١٣%، موزعة بين ٢٤.٨٣% من الذكور في مقابل ٩٦.٤٠% من الإناث، وبلغت نسبة (من ساعتين إلى أقل من ثلاثة ساعات) ٠.٧٦%، موزعة بين ٠.٦٩% من الذكور في مقابل ٠.٨٠% من الإناث، وبلغت نسبة (من ثلاثة ساعات فأكثر) ٨.١٠%، موزعة بين ٢٢.٠٧% من الذكور في مقابل ٠.٠٠% من الإناث، أيضاً مما يعكس كثافة الاستخدام.

جدول (٥) سنوات خبرة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من عام	١	٠.٦٩	٠	٠	١	٠.٢٥
من عام إلى أقل من عامين	٠	٠	٨	٣.٢	٨	٢.٠٣
من عامين إلى أقل من ثلاثة	٣٦	٢٤.٨٣	١٣٧	٥٤.٨	١٧٣	٤٣.٨
من ثلاثة فأكثر	١٠٨	٧٤.٤٨	١٠٥	٤٢	٢١٣	٥٣.٩٢
الإجمالى	١٤٥	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٣٩٥	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٤٣.١٤ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠.٣١٤ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠١، بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٤٣.١٤ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣١٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) لصالح الإناث وسنوات خبرة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعى.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعى منذ (أقل من عام) بلغت ٠.٢٥%، موزعة بين ٠.٦٩% من الذكور فى مقابل ٠.٠٠% من الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها من (عام إلى أقل من عامين) ٢.٠٣%، موزعة بين ٠.٠٠% من الذكور فى مقابل ٣.٢٠% من الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها من (عامين إلى أقل من ثلاثة أعوام) ٤٣.٨٠%، موزعة بين ٢٤.٨٣% من الذكور فى مقابل ٥٤.٨٠% من الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها منذ (ثلاثة أعوام فأكثر) ٥٣.٩٢%، موزعة بين ٧٤.٤٨% من الذكور فى مقابل ٤٢.٠٠% من إناث.

جدول (٦) مدى وجود أيام معينة يستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعى.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٣٣	٢٢.٧٦	١٤٠	٥٦	١٧٣	٤٣.٨
أحياناً	١١٢	٧٧.٢٤	١١٠	٤٤	٢٢٢	٥٦.٢
لا	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الإجمالى	١٤٥	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٣٩٥	١٠٠

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 قيمة $\chi^2 = 1.20$ درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.307 مستوى الدلالة = دالة عند 0.001، بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 1.20 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، أى أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.307 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) لصالح الإناث ومدى وجود أيام معينة يستخدم فيها المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يخصصون أيام معينة يستخدمون فيها شبكات التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة (دائماً) بلغت 43.80%، موزعة بين 22.76% من الذكور في مقابل 56.00% من الإناث، وبلغت نسبة من يخصصون أيام معينة يستخدمون فيها شبكات التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة (أحياناً) 56.20% موزعة بين 77.24% من الذكور في مقابل 44.00% من الإناث، بينما بلغت نسبة من (لا يخصصون) أيام معينة يستخدمون فيها شبكات التواصل الاجتماعي مطلقاً 0.00%.

جدول (7) أهم الأيام التي يكثر فيها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الأيام	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%		
١	العطلات الأسبوعية	١٠٩	٧٥.١٧	٢٥٠	١٠٠	٣٥٩	٩٠.٨٩	٨.٧١٥	دالة***
٢	الأعياد والمناسبات	١٠٨	٧٤.٤٨	٢٤٩	٩٩.٦	٣٥٧	٩٠.٣٨	٨.٦١٧	دالة***
٣	وقت الأحداث المهمة في مصر	٧٢	٤٩.٦٦	٢٥٠	١٠٠	٣٢٢	٨١.٥٢	١٢.٦٩	دالة***
٤	حسب الظروف	٣٩	٢٦.٩	٨٢	٣٢.٨	١٢١	٣٠.٦٣	١.٤٣٢	غير دالة
جملة من سئلوا		١٤٥		٢٥٠		٣٩٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الأيام التي يكثر فيها استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول (العطلات الأسبوعية)، بنسبة بلغت 90.89% إجمالاً، موزعة بين 75.17% من الذكور في مقابل 100.00% الإناث،

حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٨.٧١٥ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩. وجاء في الترتيب الثاني (الأعياد والمناسبات)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٩٠.٣٨% موزعة بين ٧٤.٤٨% من الذكور في مقابل ٩٩.٦٠% من الإناث، يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٨.٦١٧ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب الثالث (وقت الأحداث المهمة في مصر)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨١.٥٢%، موزعة بين ٤٩.٦٦% من الذكور في مقابل ١٠٠.٠٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١٢.٦٩ وهي منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب الرابع (حسب الظروف)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٠.٦٣%، موزعة بين ٢٦.٩٠% من الذكور في مقابل ٣٢.٨٠% من الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٤٣٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

جدل (٨) أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		التوزيع أهم الشبكات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة*	٢.٣٣٤	٩٩.٧٥	٣٩٤	٩٩.٦	٢٤٩	١٠٠	١٤٥	الفييس بوك Facebook
٣	دالة***	١٥.٤٩	٦٩.٣٧	٢٧٤	٩٦.٤	٢٤١	٢٢.٧٦	٣٣	تويتر twitter
٢	دالة***	٨.٩٧٢	٨٩.٦٢	٣٥٤	٩٩.٦	٢٤٩	٧٢.٤١	١٠٥	يوتيوب you tube
٥	دالة***	٨.٩٩٦	٢٦.٥٨	١٠٥	٤١.٦	١٠٤	٠.٦٩	١	لينكد إن Linked in
٤	دالة***	٣.٩٢٠	٣٤.٤٣	١٣٦	٤١.٢	١٠٣	٢٢.٧٦	٣٣	بلوجر blogger
			٣٩٥		٢٥٠		١٤٥		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول (الفييس بوك Facebook)، حيث جاءت

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
بنسبة بلغت ٩٩.٧٥% إجمالي مفردات من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٠٠.٠٠٠% من الذكور في مقابل ٩٩.٦٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٣٣٤ وهي منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥، واتفقت مع هذه النتيجة كل من الدراسات التالية: (Ellison Cliff, Lampe, 2007)، ودراسة (Young, Kirsty, 2009)، ودراسة (إسماعيل، الغريب زاهر، ٢٠١٥)، ودراسة (الليان، شريف درويش، و الشريف، سامح محمد، ٢٠١٦).

وجاء في الترتيب الثاني (يوتيوب you tube)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨٩.٦٢% ، موزعة بين ٧٢.٤١% من الذكور في مقابل ٩٩.٦٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٨.٩٧٢ وهي منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.

وجاء في الترتيب الثالث (تويتر twitter)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٩.٣٧% ، موزعة بين ٢٢.٧٦% من الذكور في مقابل ٩٦.٤٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١٥.٤٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.

وجاء في الترتيب الرابع (بلوجر blogger)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤.٤٣% ، موزعة بين ٢٢.٧٦% من الذكور في مقابل ٤١.٢٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٩٢٠ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.

وجاء في الترتيب الخامس (لينكد إن Linked in)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٦.٥٨% ، موزعة بين ٠.٦٩% من الذكور في مقابل ٤١.٦٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال عند مستوى ٠.٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٨.٩٩٦ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.

جدول (٩) أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

الترتيب	الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة ***	٨.٧١٥	٩٠.٨٩	٣٥٩	١٠٠.٠٠	٢٥٠	٧٥.١٧	١٠٩	معرفة المعلومات
٤	دالة ***	١١.٤٦	٦١.٠١	٢٤١	٨٢.٠٠	٢٠٥	٢٤.٨٣	٣٦	التسلية والترفيه
٨	دالة ***	٩.٠٥٢	٢٥.٨٢	١٠٢	٤٠.٨٠	١٠٢	٠.٠٠	٠	تضييع وقت الفراغ
٣	دالة ***	١١.٩٥	٧٣.١٦	٢٨٩	٩٧.٢٠	٢٤٣	٤٧.٥٩	٦٩	لتبادل المعلومات والآراء
٣	دالة ***	١٥.٧٥	٧٣.١٦	٢٨٩	٩٩.٦٠	٢٤٩	٢٧.٥٩	٤٠	التواصل مع الأهل والأصدقاء
٥	دالة ***	٤.٩٢٦	٥١.٣٩	٢٠٣	٤١.٢٠	١٠٣	٦٨.٩٧	١٠٠	لأغراض تعليمية
٧	دالة ***	٣.٩٢٠	٣٤.٤٣	١٣٦	٤١.٢٠	١٠٣	٢٢.٧٦	٣٣	لأغراض ترفيهية
٢	دالة ***	١٢.٧٤	٨٠.٧٦	٣١٩	٩٩.٦٠	٢٤٩	٤٨.٢٨	٧٠	تعزيز مصر
٦	دالة ***	٦.٧١٠	٤٤.٠٥	١٧٤	٥٦.٤٠	١٤١	٢٢.٧٦	٣٣	يقدم التعرض لوسائل الإعلام الأخرى
			٣٩٥		٢٥٠		١٤٥		جملة من سننوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول (معرفة المعلومات)، حيث جاءت بتسبة بلغت ٩٠.٨٩%، موزعة بين ٧٥.١٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٠٠.٠٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٨.٧١٥ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٥، واتفقت مع هذه النتيجة دراسة (Tiffany A. Pernpek, A Yermolayeva, and Sandra L. Calvert, 2009) في حين اختلفت مع دراسة (اللبان، شريف درويش، و الشريف، سامح محمد، ٢٠١٦) حيث جاء (المشاركة الاجتماعية) في المرتبة الأولى، وقد يرجع ذلك

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
لاختلاف طبيعة المبحوثين، بين المغتربين اللذين يحرصون على معرفة المعلومات في المقام
الأول وبين من يقيم داخل وطنه.

وجاء في الترتيب الثاني (بريطني بمصر)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨٠.٧٦% موزعة
بين ٤٨.٢٨% من الذكور في مقابل ٩٩.٦٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين
دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١٢.٧٤ وهي قيمة منبئة
بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب الثالث (لتبادل المعلومات والآراء)، جاءت بنسبة بلغت ٧٣.١٦% ،
موزعة بين ٤٧.٥٩% من الذكور في مقابل ٩٧.٢٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين
النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١١.٩٥ وهي قيمة
منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب الرابع (التسلية والترفيه)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١.٠١% ، موزعة
بين ٢٤.٨٣% من الذكور في مقابل ٨٢.٠٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين
دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١١.٤٦ وهي قيمة منبئة
بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب الخامس (لأغراض تعليمية)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥١.٣٩% ،
موزعة بين ٦٨.٩٧% من الذكور في مقابل ٤١.٢٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين
النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٤.٩٢٦ وهي
منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب السادس (يغنيني عن التعرض لوسائل الإعلام الأخرى)، حيث جاءت
بنسبة بلغت ٤٤.٠٥% ، موزعة بين ٢٢.٧٦% من الذكور في مقابل ٥٦.٤٠% من
الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z
المحسوبة ٦.٧١٠ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب السابع (لأغراض تثقيفية)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤.٤٣% ،
موزعة بين ٢٢.٧٦% من الذكور في مقابل ٤١.٢٠% من الإناث، حيث يوجد فارق بين
النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٩٢٠ وهي قيمة
منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٠٩٩٩.

وجاء في الترتيب الثامن (تمضية وقت الفراغ)، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٥.٨٢% .
موزعة بين ٠.٠٠% من الذكور في مقابل ٤٠.٨٠% من الإناث، حيث يوجد فارق
بين النسبتين ذال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٠١، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٩.٠٥٢ وهي
منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٠.٩٩٩.

جدول (١٠) أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
المصدر الأهم والوحيد للمعلومات	٠	٠.٠٠	١٠٤	٤١.٦٠	١٠٤	٢٦.٣٣
مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية	٣٣	٢٢.٧٦	٣٧	١٤.٨٠	٧٠	١٧.٧٢
مصدر كأي مصدر معلومات آخر	٧٥	٥١.٧٢	١٠٢	٤٠.٨٠	١٧٧	٤٤.٨١
مصدر للمعلومات لكن يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية	٣٧	٢٥.٥٢	٧	٢.٨٠	٤٤	١١.١٤
الإجمالي	١٤٥	١٠٠	٢٥٠	١٠٠	٣٩٥	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٠٨.٥٦ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠.٤٦٤ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠٠١، بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ١٠٨.٥٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٤٦٤ تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين كمصدر للحصول على المعلومات.

تشير نتائج للجدول أن من يرون أنها (المصدر الأهم والوحيد للمعلومات) بلغت ٢٦.٣٣%، موزعة بين ٠.٠٠% من الذكور في مقابل ٤١.٦٠% من الإناث، وبلغت نسبة من يرون (أنها مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية) ١٧.٧٢% موزعة بين ٢٢.٧٦% من الذكور في مقابل ١٤.٨٠% من الإناث، وبلغت نسبة من يرون أنها (مصدر كأي مصدر معلومات آخر) ٤٤.٨١%، موزعة بين ٥١.٧٢% من الذكور في مقابل ٤٠.٨٠% من الإناث، وبلغت نسبة من يرون أنها (مصدر للمعلومات لكن يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية) ١١.١٤%، موزعة بين ٢٥.٥٢% من الذكور في مقابل ٢.٨٠% من الإناث، في حين لم تأتي أنها (مصدر غير مفيد للمعلومات تغني عنه مصادر أخرى) بأي نسبة تذكر.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 جدول (١١) استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية مواقع
 التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

الترتيب	العبارة	الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		درجة التأثير
				%	ك	%	ك	%	ك	
٤	تقدم لنا شبكات التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الوطن	موافق	٢.٧٧	١.٧٧	٧	٨.٩٩	٧٥	٧٩.٢٤	٣١٣	
٦	أخبار شبكات التواصل الاجتماعي أفضل لأنها مفصلة للحدث	موافق	٢.٤٩	١٠.٨٩	٤٣	٢٨.٨٦	١١٤	٦٠.٢٥	٢٣٨	
٥	تتمتع أخبار شبكات التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس	موافق	٢.٦٧	١.٧٧	٧	٢٩.٦٢	١١٧	٦٨.٦١	٢٧١	
٨	أخبار شبكات التواصل الاجتماعي تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره	محايد	٢.٣٢	٢١.٠١	٨٣	٢٦.٠٨	١٠٣	٥٢.٩١	٢٠٩	
٢	ما نقرأه تكتمل جوانبه بالصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو	موافق	٢.٨٢	٠.٠٠	٠	١٧.٧٢	٧٠	٨٢.٢٨	٣٢٥	
٧	اشعر مع أخبار شبكات التواصل الاجتماعي بالكيفية التي لا أجد لها مع أي وسيلة إعلامية أخرى	محايد	٢.٣٣	١٠.٨٩	٤٣	٤٥.٠٦	١٧٨	٤٤.٠٥	١٧٤	
١	تطرح شبكات التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات	موافق	٢.٨٣	٣.٥٤	١٤	٩.٨٧	٣٩	٨٦.٥٨	٣٤٢	
٩	تطرح شبكات التواصل الاجتماعي حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية	محايد	١.٨٥	٣٥.١٩	١٣٩	٤٤.٣٠	١٧٥	٢٠.٥١	٨١	
١٠	تترك شبكات التواصل الاجتماعي تركيزها على السلبيات والمبالغة في نشرها	محايد	١.٦٩	٤٣.٥٤	١٧٢	٤٣.٢٩	١٧١	١٣.١٦	٥٢	
٣	تهتم شبكات التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول مختلف القضايا	موافق	٢.٧٩	٠.٠٠	٠	٢٠.٧٦	٨٢	٧٩.٢٤	٣١٣	
٣٩٥										جملة من سلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس مستوى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، حيث جاءت في الترتيب الأول (تطرح شبكات التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٣، وجاءت ما (نقرأه تكتمل جوانبه بالصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو) في الترتيب الثاني بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٢، وجاءت (تهتم شبكات التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول مختلف القضايا) في

الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابى ٢.٧٩، وجاءت (تقدم لنا شبكات التواصل الاجتماعى ما نريد أن نعرفه حول الوطن) فى الترتيب الرابع بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابى ٢.٧٧، وجاءت (تتمتع أخبار شبكات التواصل الاجتماعى بمصداقية لدى معظم الناس) فى الترتيب الخامس بمعدل استجابة موافق بمتوسط ٢.٦٧، وجاءت (أخبار شبكات التواصل الاجتماعى أفضل لأنها مفصلة للحدث) فى الترتيب السادس بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابى ٢.٤٩، وجاءت (أشعر مع أخبار شبكات التواصل الاجتماعى بالكفاية التى لا أجدها مع أى وسيلة إعلامية) أخرى فى الترتيب السابع بمعدل استجابة محايد بمتوسط ٢.٣٣، وجاءت (أخبار شبكات التواصل الاجتماعى تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره) فى الترتيب الثامن بمعدل استجابة محايد بمتوسط ٢.٣٢، وجاءت (تطرح شبكات التواصل الاجتماعى حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية) فى الترتيب التاسع بمعدل استجابة محايد بمتوسط حسابى ١.٨٥، وجاءت (تركز شبكات التواصل الاجتماعى على السلبيات والمبالغة فى نشرها) فى الترتيب العاشر بمعدل استجابة محايد بمتوسط حسابى ١.٦٩.

جدول (١٢) استجابات الباحثين حول العبارات التى تقيس دور شبكات التواصل

الاجتماعى فى معرفة الحقوق الاجتماعية.

الترتيب	الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاستجابة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
٢	موافق	٢.٧٧	١.٧٧	٧	١٨.٩٩	٧٥	٧٩.٢٤	٣١٣	تسهم شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز معرفتنا حتى فى ابداء الراي والتعبير.	
١	موافق	٢.٩٠	٠.٠٠	٠	٩.٨٧	٣٩	٩٠.١٣	٣٥٦	تسهم شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز معرفتى بسؤال المجتمع المصيرى.	
٥	موافق	٢.٤٨	٣.٨٠	١٥	٤٤.٠٥	١٧٤	٥٢.١٥	٢٠٦	تسهم شبكات التواصل الاجتماعى فى معرفة حتى فى الاعتقاد.	
٣	موافق	٢.٥٩	٩.١١	٣٦	٢٢.٢٨	٨٨	٦٨.٦١	٢٧١	تسهم شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز معرفتى بحفى فى العيش داخل الوطن او خارجه.	
٤	موافق	٢.٥٧	١٠.٨٩	٤٣	٢٠.٧٦	٨٢	٦٨.٣٥	٢٧٠	تسهم شبكات التواصل الاجتماعى فى تعزيز معرفتى بمفهوم العدالة والمساواة الاجتماعيه.	
٣٩٥									جملة من سلولا	

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق الاجتماعية في تعزيز المواطنة، حيث جاءت في الترتيب الأول (أنها تسهم في تعزيز معرفتي بأحوال المجتمع المصري) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٩٠، وجاءت (تسهم في تعزيز معرفة حقي في إبداء الرأي والتعبير) في الترتيب الثاني بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٧، وجاءت (في تعزيز معرفتي بحقي في العيش داخل الوطن أو خارجه) في الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٥٩، وجاءت (تسهم في تعزيز معرفي بمفهوم العدالة والمساواة الاجتماعية) في الترتيب الرابع بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت (تسهم في معرفة حقي في الاعتقاد) في الترتيب الخامس بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٤٨.

جدول (١٣) استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق السياسية.

العبارة	الاستجابة		معارض		محايد		موافق		المتوسط	الاستجابة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الدستور.	٣٠٦	٧٧.٤٧	٤٦	١١.٦٥	٤٣	١٠.٨٩	٢	٢.٦٦	موافق	
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي حقي في الهيكل التنظيمي للدولة.	٢٣٨	٦٠.٢٥	١١٤	٢٨.٨٦	٤٣	١٠.٨٩	٥	٢.٤٩	موافق	
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي حقي في نظم الحكم.	٢٧٧	٧٠.١٣	٧٥	١٨.٩٩	٤٣	١٠.٨٩	٤	٢.٥٩	موافق	
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي حقي في الترشح و التصويت.	٢٨١	٧١.١٤	٧١	١٧.٩٧	٤٣	١٠.٨٩	٣	٢.٦٠	موافق	
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي حقي في الاشتراك في الأحزاب السياسية.	٣٤٣	٨٦.٨٤	٤٥	١١.٣٩	٧	١.٧٧	١	٢.٨٥	موافق	
٣٩٥									جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق السياسية في تعزيز المواطنة، حيث جاءت في الترتيب الأول (تسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الاشتراك في الأحزاب السياسية) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٥، وجاءت (تسهّم في تعزيز معرفة حقي في الدستور) في الترتيب الثاني بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت (تسهّم في تعزيز معرفة حقي في الترشيح والتصويت) في الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وجاءت (تسهّم في تعزيز معرفة حقي في نظم الحكم) في الترتيب الرابع بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٥٩، وجاءت (تسهّم في تعزيز معرفة حقي في الهيكل التنظيمي للدولة) في الترتيب الخامس بمعدل استجابة موافق بمتوسط ٢.٤٩.

جدول (١٤) استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق الاقتصادية.

الترتيب	العبارة	موافق		محايد		معترض		المتوسط	الاجتهاد
		ك	%	ك	%	ك	%		
٢	تسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في إقامة مشروعات	٣١٧	٨٠.٢٥	٧٨	١٩.٧٥	٠	٠.٠٠	٢.٨٠	موافق
٣	تسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الضرائب	٣٠٧	٧٧.٧٢	٨٨	٢٢.٢٨	٠	٠.٠٠	٢.٧٨	موافق
٤	تسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي بحسبتي إنخلي	٣٢١	٨١.٢٧	٣٨	٩.٦٢	٣٦	٩.١١	٢.٧٢	موافق
٢	تسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في البيع	٣١٨	٨٠.٥١	٧٧	١٩.٤٩	٠	٠.٠٠	٢.٨٠	موافق
١	تسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في التملك	٣٥٠	٨٨.٦١	٤٥	١١.٣٩	٠	٠.٠٠	٢.٨٩	موافق
٣٩٥									جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق الاقتصادية في تعزيز المواطنة، حيث جاءت في الترتيب الأول (تسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في التملك)

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٩، وجاءت كل من (تسهمة في تعزيز معرفة حقي
في إقامة مشروعات)، و(تسهمة في تعزيز معرفة حقي في البيع) في الترتيب الثاني بمعدل
استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٠، وجاءت (تسهمة في تعزيز معرفة حقي في الشراء)
في الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٨، وجاءت (تسهمة في تعزيز
معرفة حقي في تحسين دخلي) في الترتيب الرابع بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي
٢.٧٢.

جدول (١٥) استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل
الاجتماعي في معرفة الواجبات الاجتماعية .

الترتيب	العبارة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٣	موافق	٢.٧٨	١.٧٧	٧	١٨.٧٣	٧٤	٧٩.٤٩	٣١٤	تسهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي بالعمل التطوعي.
٤	موافق	٢.٧٠	٩.١١	٣٦	١١.٩٠	٤٧	٧٨.٩٩	٣١٢	تسهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي دوري تجاه وطني في الازمات.
٥	موافق	٢.٣٢	١٠.٨٩	٤٣	٤٦.٠٨	١٨٢	٤٣.٠٤	١٧٠	تسهمة شبكات التواصل الاجتماعي في معرفتي بتحمل المسؤولية.
٢	موافق	٢.٧٩	٠.٠٠	٠	٢٠.٥١	٨١	٧٩.٤٩	٣١٤	تسهمة شبكات التواصل الاجتماعي في أن أكون مشرفة مسرقة لوطني في الخارج.
١	موافق	٢.٨٢	٠.٠٠	٠	١٧.٩٧	٧١	٨٢.٠٣	٣٢٤	تسهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي وثقافتي عن مصر.
٣٩٥									جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات الاجتماعية في تعزيز المواطنة، حيث جاءت في الترتيب الأول (تسهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي وثقافتي عن مصر) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٢، وجاءت (تسهمة في أن أكون مشرفة لوطني في الخارج) في الترتيب الثاني بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٩،

وجاءت (تسهم في تعزيز معرفتي بالعمل التطوعي) في الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٨، وجاءت (تسهم في تعزيز معرفة دوري تجاه وطني في الأزمات) في الترتيب الرابع بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٠، وجاءت (تسهم في معرفتي بتحمل المسؤولية) في الترتيب الخامس بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٢٢.

جدول (١٦) استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات السياسية في تعزيز المواطنة

الترتيب	الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاستجابة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
١	موافق	٢.٨٩	٠.٠٠	٠	١١.٣٩	٤٥	٨٨.٦١	٣٥٠	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعيي السياسية.	
٢	موافق	٢.٧٨	١.٧٧	٧	١٨.٧٣	٧٤	٧٩.٤٩	٣١٤	تسهم في قيامي بالمشاركة السياسية.	
٢	موافق	٢.٧٨	١.٧٧	٧	١٨.٧٣	٧٤	٧٩.٤٩	٣١٤	تسهم في معرفتي واجبي في التصويت.	
٣	موافق	٢.٧٧	١.٧٧	٧	١٩.٧٥	٧٨	٧٨.٤٨	٣١٠	تسهم في الدفاع عن الوطن قولا وعملا.	
٢	موافق	٢.٧٨	١.٧٧	٧	١٧.٩٧	٧١	٨٠.٢٥	٣١٧	تسهم في دعم وطني سياسيا بالخارج.	
٣٩٥									جملة من سللوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات السياسية في تعزيز المواطنة، حيث جاءت في الترتيب الأول (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعيي السياسية) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٩، وجاءت كل من (تسهم في قيامي بالمشاركة السياسية)، و(تسهم في معرفة واجبي في التصويت)، و(تسهم في دعم وطني سياسيا بالخارج) في الترتيب الثاني بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٨، وجاءت (تسهم في الدفاع عن الوطن قولا وعملا) في الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٧.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 جدول (١٧) استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل
 الاجتماعي في معرفة الواجبات الاقتصادية

الترتيب	الاستجابة	المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٥	موافق	٢.٦٧	١.٧٧	٧	٢٩.٦٢	١١٧	٦٨.٦ ١	٢٧١	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في الاهتمام بدفع الضرائب
٣	موافق	٢.٧٧	٠.٠٠	٠	٢٢.٥٣	٨٩	٧٧.٤ ٧	٣٠٦	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في الحفاظ على موارد البيئة
٤	موافق	٢.٦٨	١٠.٨ ٩	٤٣	٩.٨٧	٣٩	٧٩.٢ ٤	٣١٣	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في جعلي حسن استخدام الموارد المتاحة
١	موافق	٢.٨١	٠.٠٠	٠	١٨.٩٩	٧٥	٨١.٠ ١	٣٢٠	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تزويد الدولة بالعملة الأجنبية
٢	موافق	٢.٧٨	٠.٠٠	٠	٢٢.٢٨	٨٨	٧٧.٧ ٢	٣٠٧	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة دعمي لمشروعات الوطنية
٣٩٥									جمعة من سنوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات الاقتصادية في تعزيز المواطنة، حيث جاءت في الترتيب الأول (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تزويد الدولة بالعملة الأجنبية) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨١، وجاءت (تسهم في زيادة دعمي المشروعات الوطنية) في الترتيب الثاني بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٨، وجاءت (تسهم في الحفاظ علي موارد البيئة) في الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧٧، وجاءت (تسهم في جعلي أحسن استخدام الموارد المتاحة) في الترتيب الرابع بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٦٨، وجاءت (تسهم في زيادة الاهتمام بدفع الضرائب) في الترتيب الخامس بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٦٧.

جدول (١٨) استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل

الاجتماعي في إكساب قيمة الانتماء

الترتيب	العبارة	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	موافق	٢.٨٨	٠.٠٠	٠	١١.٦٥	٤٦	٨٨.٣٥	٣٤٩	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الشعور بالانتماء الوطني ورؤيته لمصر وجغرافيتها.
٣	موافق	٢.٧١	٠.٠٠	٠	٢٨.٦١	١١٣	٧١.٣٩	٢٨٢	في المشاركة في المناسبات الوطنية.
٤	موافق	٢.٥٩	١.٧٧	٧	٣٧.٢٢	١٤٧	٦١.٠١	٢٤١	تسهم في التخلص من اللامبالاة والفردية والعنف.
١	موافق	٢.٨٨	٠.٠٠	٠	١١.٦٥	٤٦	٨٨.٣٥	٣٤٩	تسهم في تسديد العنصر الإيجابي والحب للوطن.
٢	موافق	٢.٨٠	٠.٠٠	٠	١٩.٧٥	٧٨	٨٠.٢٥	٣١٧	تسهم في ربطى بالوطن.
٣٩٥									جملة من سئلا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في إكساب قيمة الانتماء، حيث جاءت في الترتيب الأول كل من (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تجسيد المشاعر الإيجابية والحب للوطن)، و(تسهم في تجسيد المشاعر الإيجابية والحب للوطن) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٨، وجاءت (تسهم في ربطى بالوطن) في الترتيب الثاني بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٠، وجاءت (تسهم في المناسبات الوطنية) في الترتيب الثالث بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٧١، وجاءت (تسهم في التخلص من اللامبالاة والفردية والعنف) في الترتيب الرابع بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٥٩.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة بين درجة تعرض المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعي و تعزيز المواطنة لديهم.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
جدول (١٩) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس
المواطنة تبعا لاختلاف كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	٧٩٧.٠٨	١٦.٣١١	٢	٣٢.٦٢٢	بين المجموعات
		٠.٠٢	٣٩٢	٨.٠٢١	داخل المجموعات
			٣٩٤	٤٠.٦٤٣	المجموع

تفسير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك علي مقياس مستويات المواطنة، حيث بلغت قيمة ف ٧٩٧.٠٨ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت أنه تختلف مستويات المواطنة لدى المبحوثين باختلاف كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويؤكد علي صحة الفرض: توجد علاقة بين درجة تعرض المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعي و تعزيز المواطنة لديهم، اتفقت مع هذه النتيجة دراسة (الحارثي، وليد الشخام، عبدالله، ٢٠١١)، ودراسة (البريري، نشوى عبد الحليم، ٢٠١٥).

جدول (٢٠) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس المواطنة

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٩٨
متوسط	٠.٠١٠	-		٢.٩٩
منخفض	***٠.٨٤٩	***٠.٨٥٩	-	٢.١٤

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٥٩ لصالح المبحوثين متوسطي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٤٩ لصالح المبحوثين مرتفعي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

والمبجوثين مرتفعى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠٠١٠ وهى قيمة غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥ .

الفرض الثانى: توجد فروق فى اكساب المغتربين معرفة بحقوقهم (الاجتماعية-الاقتصادية-السياسية) فى وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعى .

جدول (٢١) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبجوثين على مقياس المعرفة: بالحقوق تبعا لاختلاف كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى

الدقة	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
اجتماعية	بين المجموعات	٤٥.٧٨٣	٢	٢٢.٨٩٢	١٦٠.٩٠٠	دالة***
	داخل المجموعات	٥٥.٧٧١	٣٩٢	٠.١٤٢		
	المجموع	١٠١.٥٥٤	٣٩٤			
سياسية	بين المجموعات	٤٢.٠٣٥	٢	٢١.٠١٨	٦٢.٦٤٤	دالة***
	داخل المجموعات	١٣١.٥١٩	٣٩٢	٠.٣٣٦		
	المجموع	١٧٣.٥٥٤	٣٩٤			
اقتصادية	بين المجموعات	٢٦.٣٦٥	٢	١٣.١٨٣	١٣٥.٩٠٦	دالة***
	داخل المجموعات	٣٨.٠٢٥	٣٩٢	٠.٠٩٧		
	المجموع	٦٤.٣٩	٣٩٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبجوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعى، وذلك على مقياس معرفة المبجوثين بالحقوق الاجتماعية فى تعزيز المواطنة، حيث بلغت قيمة ف ١٦٠.٩٠٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، كما تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبجوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعى، وذلك على مقياس معرفة المبجوثين بالحقوق السياسية فى تعزيز المواطنة، حيث بلغت قيمة ف ٦٢.٦٤٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، كما تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبجوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعى، وذلك على مقياس معرفة المبجوثين بالحقوق الاقتصادية فى تعزيز المواطنة،

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 حيث بلغت قيمة ف ١٣٥.٩٠٢ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يدل على أنه تختلف مستويات معرفة المبحوثين بالحقوق (الاجتماعية - السياسية - الاقتصادية) في تعزيز المواطنة باختلاف كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ما يثبت صحة الفرض والذي ينص على أنه: توجد فروق في اكساب المبحوثين معرفة حقوقهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) في وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي، إتفقت مع هذه النتيجة دراسة (Chul, JooLee, ٢٠٠٦) (٢٠٠٦) جدول (٢٢) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس المعرفة بالحقوق (الاجتماعية والسياسية والاقتصادية)

الحقوق	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
اجتماعية	مرتفع	-			٢.٤٩
	متوسط	***٠.٣٧٢	-		٢.٨٦
	منخفض	***٠.٦٣٠	***١.٠٠٢	-	١.٨٦
سياسية	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.٢٦٧	-		٢.٧٣
	منخفض	***١.١٣٧	***٠.٨٦٩	-	١.٨٦
اقتصادية	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.١٣٥	-		٢.٨٦
	منخفض	***٠.٨٦٣	***٠.٧٢٧	-	٢.١٤

أولاً: فيما يتعلق بالحقوق الاجتماعية:

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٠٠٢ لصالح المبحوثين متوسطي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي استخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٣٠ لصالح المبحوثين مرتفعي استخدام وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين متوسطي استخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٧٢ لصالح المبحوثين متوسطي استخدام وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١.

ثانياً: فيما يتعلق بالحقوق السياسية:

يتضح من الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٦٩ لصالح المبحوثين متوسطى الاستخدام، وهى قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.١٣٧ لصالح المبحوثين مرتفعى الاستخدام، وهى قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، كما تبين هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٦٧ لصالح المبحوثين مرتفعى الاستخدام، وهى قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١.

ثالثاً: فيما يتعلق بالحقوق السياسية:

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧٢٧ لصالح المبحوثين متوسطى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى وهى قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، كما تبين أيضاً أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى والمبحوثين منخفضى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٦٣ لصالح المبحوثين مرتفعى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى وهى قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، كما تبين هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى والمبحوثين متوسطى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٣٥ لصالح المبحوثين مرتفعى استخدام شبكات التواصل الاجتماعى وهى قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، واتفقت مع هذه النتيجة دراسة (للبنان، شريف درويش، والشريف، سامح محمد، ٢٠١٦).

الفرض الثالث: توجد فروق في اكساب المغتربين معرفة بواجباتهم (الاجتماعية-الاقتصادية- السياسية) تجاه وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعى.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 جدول (٢٣) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس
 المعرفة بالواجبات تبعاً لاختلاف كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الواجبات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
اجتماعية	بين المجموعات	٢٦.٣٦٥	٢	١٣.١٨٣	١٣٥.٩٠٢	دالة***
	داخل المجموعات	٣٨.٠٢٥	٣٩٢	٠.٠٩٧		
	المجموع	٦٤.٣٩	٣٩٤			
سياسية	بين المجموعات	٤٤.١٥٨	٢	٢٢.٠٧٩	٥٧٧.١٤٠	دالة***
	داخل المجموعات	١٤.٩٩٦	٣٩٢	٠.٠٣٨		
	المجموع	٥٩.١٥٤	٣٩٤			
اقتصادية	بين المجموعات	٣٥.٩٧٦	٢	١٧.٩٨٨	٢١٣.٨٥٩	دالة***
	داخل المجموعات	٣٢.٩٧١	٣٩٢	٠.٠٨٤		
	المجموع	٦٨.٩٤٧	٣٩٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك علي مقياس معرفة المبحوثين بالواجبات الاجتماعية في تعزيز المواطنة، حيث بلغت قيمة ف ١٣٥.٩٠٢ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، كما تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة، وذلك علي مقياس معرفة المبحوثين بالواجبات السياسية، حيث بلغت قيمة ف ٥٧٧.١٤٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، كما تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاستخدام المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك علي مقياس معرفة المبحوثين بالواجبات الاقتصادية، حيث بلغت قيمة ف ٢١٣.٨٥٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت أنه تختلف مستويات معرفة المبحوثين بالواجبات (الاجتماعية - السياسية - الاقتصادية) تجاه وطنهم مصر باختلاف كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مما يثبت صحة الفرض: توجد فروق في اكساب المغتربين معرفة بواجباتهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) تجاه وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات

التواصل الاجتماعي، واتفقت مع هذه النتيجة دراسة (السبيعي، نورة سمور محمد، ٢٠١٣) ودراسة (عبد العزيز، إبراهيم شريف، ٢٠١٥)

جدول (٢٤) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس المعرفة بالحقوق

الواجبات	المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
اجتماعية	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	***٠.١٣٥	-		٢.٨٦
	منخفض	***٠.٨٦٣	***٠.٧٢٧	-	٢.١٤
سياسية	مرتفع	-			٣.٠٠
	متوسط	٠.٠٠٤	-		٢.٩٩
	منخفض	***١.٠٠	***٠.٩٩٦	-	٢.٠٠
اقتصادية	مرتفع	-			٢.٩٨
	متوسط	**٠.١٢١	-		٢.٨٦
	منخفض	***٠.٩٨٦	***٠.٨٦٤	-	٢.٠٠

أولاً: فيما يتعلق بالواجبات الاجتماعية:

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧٢٧ لصالح المبحوثين متوسطي الاستخدام، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي الاستخدام ومنخفضي الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٦٣ لصالح المبحوثين مرتفعي الاستخدام، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي الاستخدام والمبحوثين متوسطي الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٣٥ لصالح المبحوثين مرتفعي، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، اتفقت هذه النتيجة مع دراسة

(Chew , Ei Han , et al, 2010)

ثانياً: فيما يتعلق بالواجبات السياسية:

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٩٩٦ لصالح المبحوثين متوسطي الاستخدام، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي الاستخدام ومنخفضي الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٠٠٠ لصالح المبحوثين مرتفعي

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 الاستخدام، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، بينما تبين انه ليس هناك اختلافاً بين
 المبحوثين مرتفعي الاستخدام والمبحوثين متوسطي الاستخدام، حيث بلغ الفرق بين
 المتوسطين الحسابيين ٠.٠٠٤ وهي قيمة غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.
 ثالثاً: فيما يتعلق بالواجبات الاقتصادية:

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي استخدام
 شبكات التواصل الاجتماعي والمبحوثين منخفضي الاستخدام بفرق بين المتوسطين
 الحسابيين بلغ ٠.٨٦٤ لصالح المبحوثين متوسطي الاستخدام، وهي قيمة دالة عند مستوى
 ٠.٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي الاستخدام والمبحوثين منخفضي
 الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٩٨٦ لصالح المبحوثين مرتفعي
 الاستخدام، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين هناك اختلافاً بين المبحوثين
 مرتفعي الاستخدام والمبحوثين متوسطي الاستخدام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ
 ٠.١٢١ لصالح المبحوثين مرتفعي الاستخدام، وهي قيمة دالة عند مستوى ٠.٠٠١.
 الفرض الرابع: توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء
 لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (النوع).

جدول (٢٥) اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في إكساب المغتربين قيمة

الانتماء لوطنهم مصر وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٤٥	٢.٦٨٩	٠.٤٦٤	١٠.٢٨	٣٩٣	دالة***
إناث	٢٥٠	٢.٩٩٦	٠.٠٦٣			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين
 متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس إكساب المغتربين قيمة
 الانتماء لوطنهم مصر لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" ١٠.٢٨ وهي قيمة دالة
 إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، وبالتالي فقد يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين
 متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس إكساب المغتربين قيمة
 الانتماء لوطنهم مصر، وثبت صحة الفرض: توجد فروق بين المصريين المغتربين في
 اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب

(النوع)، اتفقت مع هذه النتيجة دراسة كل من (العامر، عثمان بن صالح، ٢٠١١).
 ودراسة (الصلال، بدر حمد، ٢٠١٢)، ودراسة (الدويلة، أمل بدر، ٢٠١٥).
 الفرض الخامس: توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء
 لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (السن).
 جدول (٢٦) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس
 إكتساب المغتربين قيمة الانتماء لوطنهم مصر تبعاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١.٣٨٢	٢	٠.٦٩١	٦.٩٠٠	دالة ***
داخل المجموعات	٣٩.٢٦١	٣٩٢	٠.١		
المجموع	٤٠.٦٤٣	٣٩٤			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين
 الذين يمثلون الفئات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس إكتساب المغتربين قيمة الانتماء
 لوطنهم مصر، حيث بلغت قيمة ف ٦.٩٠٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١،
 وهو ما يثبت أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس
 إكتساب المغتربين الانتماء وفقاً لاختلاف السن، مما يثبت صحة الفرض أنه: توجد فروق
 بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات
 التواصل الاجتماعي حسب (السن)، اتفقت مع هذه النتيجة دراسة (الدويلة، أمل
 بدر، ٢٠١٥)

جدول (٢٧) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس إكتساب
 المغتربين قيمة الانتماء لوطنهم مصر

المجموعات	١٨ إلى ٣٥	٣٥ إلى ٥٠	٥٠ فأكثر	المتوسط
٣٥ إلى ١٨	-			٣.٠٠
٥٠ إلى ٣٥	***٠.١٣٦٥	-		٢.٨٦
٥٠ فأكثر	***٠.١٨٧٥	٠.٠٥١٠	-	٢.٨١

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين مبحوثي الفئة العمرية من ١٨ إلى
 أقل من ٣٥ ومبحوثي الفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين
 بلغت قيمته ٠.١٨٧٥ لصالح مبحوثي الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٥، وهو فرق دال

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
 إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين مبحوثي الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٥ ومبحوثي الفئة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ سنة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.١٣٦٥ لصالح مبحوثي الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٥، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين مبحوثي الفئة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ ومبحوثي الفئة العمرية من ٥٠ سنة فأكثر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٠٥١٠، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض السادس: توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (مستوي التعليم).
 جدول (٢٨) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إكساب المغتربين قيمة الانتماء لوطنهم مصر تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٤.٦٠٢	٢	٢.٣٠١	٢٥.٠٢٤	دالة ***
داخل المجموعات	٣٦.٠٤٢	٣٩٢	٠.٠٩٢		
المجموع	٤٠.٦٤٣	٣٩٤			

تفسير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة، وذلك على مقياس إكساب المغتربين قيمة الانتماء لوطنهم مصر، حيث بلغت قيمة ف ٢٥.٠٢٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١، وهو ما يثبت وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إكساب المغتربين الانتماء تبعاً لاختلاف مستوى التعليم، مما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (مستوي التعليم).

جدول (٢٩) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي مقياس إكساب المغتربين قيمة الانتماء لوطنهم مصر

المجموعات	أعلى من جامعي	جامعي	أقل من جامعي	المتوسط
أعلى من جامعي	-			٣.٠٠
جامعي	***٠.٢٢١٦	-		٢.٧٨
أقل من جامعي	***٠.١٩٥٧	٠.٢٥٩	-	٢.٨٠

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي أقل من جامعي والمبحوثين ذوي المستوى التعليمي أعلى من جامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.١٩٥٧ لصالح المبحوثين ذوي المستوى التعليمي أعلى من جامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، كما تبين أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي جامعي والمبحوثين ذوي المستوى التعليمي أعلى من جامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته ٠.٢٢١٦ لصالح المبحوثين ذوي المستوى التعليمي أعلى من جامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، بينما تبين أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوي المستوى التعليمي أقل من جامعي والمبحوثين ذوي المستوى التعليمي جامعي، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين ٠.٢٥٩، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (العامر، عثمان بن صالح، ٢٠١١)

الفرض السابع: توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (سنوات الاغتراب).

جدول (٣٠) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس إكساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر تبعاً لاختلاف عدد سنوات الاغتراب

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F	الدلالة
بين المجموعات	٠.٤٥٩	٢	٠.٢٢٩	٢.٢٣٨	غير دالة
داخل المجموعات	٤٠.١٨٤	٣٩٢	٠.١٠٣		
المجموع	٤٠.٦٤٣	٣٩٤			

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين

تفسير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون عدد سنوات الاغتراب المختلفة، وذلك على مقياس إكساب المغتربين قيمة الانتماء لوطنهم مصر، حيث بلغت قيمة ف ٢.٢٣٨ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إكساب المغتربين قيمة الانتماء لوطنهم مصر تبعا لإختلاف عدد سنوات الاغتراب، وعدم صحة هذا الفرض والذي ينص على توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (سنوات الاغتراب).

ملخص النتائج والتفسير:

- تشير النتائج أن نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة (دائماً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٧٧.٧٥%.

- جاءت نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من ثلاثة إلى أربع أيام أسبوعياً من إجمالي مفردات من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٣٥.٤٤%.

- جاءت نسبة من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من (ساعة إلى أقل من ساعتين) في الترتيب الأول من إجمالي مفردات من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبلغت ٧٠.١٣%.

- جاءت العطلات الأسبوعية أهم الأيام التي يكثر فيها استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بنسبة بلغت ٩٠.٨٩%.

❖ جاءت كل النسب السابقة الخاصة بمعدل وعادات استخدام المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعي لتدل على كثافة الاستخدام وتؤكد، كما أوضحت النتائج الخاصة بكل جدول أنه جاءت فروق لصالح الإناث في كثافة الاستخدام مما يعكس طبيعة المرأة التي تميل إلى معرفة الأخبار وإقامة علاقات إجتماعية والتواصل مع الآخرين من الأهل والأصدقاء بصورة أكبر من الرجل.

- جاءت كل من عبارتي (أشعر أنها تهدر الوقت)، و(أجد سلبياتها أكثر من إيجابياتها) بنسبة بلغت ٦٠.٠٠% في الترتيب الأول كأسباب لعدم الاستخدام لدي من لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

- جاء (الفييس بوك Facebook) أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين بنسبة بلغت ٩٩.٧٥% إجمالي مفردات من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

❖ وقد يرجع ذلك إلى: إتاحتها العديد من الأدوات التفاعلية التي لا تتوفر في الكثير من الشبكات الاجتماعية الأخرى، وعدم اقتصرها على جانب واحد يتعلق بالصورة أو الفيديو على سبيل المثال، وعدم تقييد رغبة المستخدمين في الكتابة بعدد معين من

- دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين**
- الكلمات، إلى جانب أدوات التواصل النصي والصوتي وإرسال الملفات ومصادقة أكبر عدد من الأصدقاء ومتابعة عدد أكبر من الخصيات.
- جاءت معرفة المعلومات أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت ٩٠.٨٩%.
- وجاء من حيث أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات من يرون أنها مصدر كأي مصدر معلومات آخر في الترتيب الأول ٤٤.٨١%.
- ❖ وجاءت هذه النتيجة طبيعية بالنسبة للمصريين المغتربين، ونظرا للعيش خارج الوطن يجعلهم حريصين علي التعرف على أخباره ومعلوماته من شتي الوسائل ومها شبكات التواصل الاجتماعي، ومما يؤكد ذلك اتفاق هذه النتيجة مع نتيجة معرفة الحقوق الاجتماعية حيث جاءت (معرفة أحوال المجتمع المصري) في الترتيب الأول.
- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس مستوى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عبارة (تطرح شبكات التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات) بمتوسط حسابي ٢.٨٣.
- ❖ وحظيت شبكات التواصل الاجتماعي بالمصداقية لدى الالمصريين المغتربين والدليل الذي يؤكد علي ذلك بالإضافة لإرتفع متوسطات جميع عبارات المصداقية لها، أنه لم تأتي بأي نسبة تذكر عبارة (لا تتمتع بمصداقية) كأسباب لمن لم يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من المصريين المغتربين بالسعودية.
- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق الاجتماعية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي بأحوال المجتمع المصري) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٩٠.
- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق السياسية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الاشتراك في الأحزاب السياسية) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٥، مما يدل علي ارتباط المغترب بوطنه ورغبته أن يكون فاعلا سياسياً به من خلال الانضمام للأحزاب.

- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق الاقتصادية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في التملك) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٩، وجاءت هذه النتيجة منطقية نظرا لتوفر العنصر المادي لدي المصريين المقترين ورغبتهم في الشراء والتملك في وطنهم .

- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات الاجتماعية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي وثقافتي عن مصر) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٢، واتفقت هذه النتيجة مع ما جاء سابقا من نتائج جعلت الحصول علي المعلومات في الترتيب الأول من أسباب استخدام شبكات التواصل.

- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات السياسية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعيي السياسي) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٩، مما يترتب عليه من مشاركات سياسية مختلفة.

- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات الاقتصادية في تعزيز المواطنة عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدي الدولة بالعملة الأجنبية) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨١، وجاءت هذه النتيجة متسقة مع ما شهدته مصر خاصة في الفترة الأخيرة من نقص في العملة الأجنبية وما نبعه من إجراءات إقتصادية مختلفة من قبل الدولة انتهاء بتعويم الجنية المصري، وها يبرز دور العاملين بالخارج للمساهمة في حل تلك المشكلة.

- جاءت في الترتيب الأول من العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في إكساب قيمة الانتماء عبارة (تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تجسيد المشاعر الإيجابية والحب للوطن) بمعدل استجابة موافق بمتوسط حسابي ٢.٨٨، وهي لب وجوهر الإلتواء للوطن حيث عرف الانتماء كاتجاه إيجابي مدعم بالحب يستشعره الفرد تجاه وطنه مؤكدا

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
وجود ارتباط وانتساب نحو هذا الوطن ويشعر نحوه بالفخر والولاء. (العامر، عثمان بن
صالح، ٢٠١١)

نتائج التحقق من صحة الفروض: ثبت صحة الفروض التالية:

- توجد علاقة بين درجة تعرض المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعي و تعزيز المواطنة لديهم.
- توجد فروق في اكتساب المغتربين معرفة حقوقهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) في وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي .
- توجد فروق في اكتساب المغتربين معرفة بواجباتهم (الاجتماعية- الاقتصادية- السياسية) تجاه وطنهم مصر حسب درجة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي .
- توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (النوع).
- توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (السن).
- توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (مستوي التعليم).
- ولم ثبت صحة الفرض الذي ينص علي:
توجد فروق بين المصريين المغتربين في اكتساب قيمة الانتماء لوطنهم مصر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب (سنوات الاغتراب)، وقد يرجع ذلك لأن المصري أي ما كانت سنوات اغترابه عن وطنه لا تؤثر في انتماءة له، ولا حتي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

• التوصيات:

١. أن تضطلع وسائل الاعلام المختلفة لما لها من تأثير كبير بدورها في تعزيز المواطنة لدي الجمهور العادي و المغتربين خاصة.
٢. اجراء دراسات تحليلية لمحتوي شبكات التواصل الاجتماعي وما تتيحه من قيم سلبية وإيجابية في المجتمعات المختلفة.
٣. الأهتمام بهذا النوع من الدراسات وتطبيقه علي مجتمعات مختلفة وخاصة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وتدعيم المواطنة لدي الأطفال .
٤. توصي الدراسة بأهمية اجراء المزيد من الدراسات المتخصصة على المغتربين خارج مصر وعلاقتهم بوسائل الاعلام المختلفة واعتمادهم عليها وتأثيراتها عليهم، واشباعتها لهم.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١. ابن منظور(١٩٦٨). لسان العرب، مجلد ١٣، لبنان، دار صادر بيروت.
٢. أبو حشيش، بسام (٢٠١٠). دور كليات التربية في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة المعلمين بمحافظات غزة، مجلة جامعة الأقصى، المجلد (١٤)، العدد ١.
٣. أبو سكين، حنان(٢٠١١). ممارسة المواطنة عبر الفضاء الإلكتروني. متاح علي: <http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=770003> تم الدخول في: ٢٣-١-٢٠١٦.
٤. إسماعيل، الغريب زاهر (٢٠١٥). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات، ندوة علمية حول تعزيز قيم المواطنة ودورها في مكافحة الإرهاب، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ١٧-١١-٢٠١٥.
٥. البربري، نشوى عبد الحليم(٢٠١٥). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و علاقته بذكاء الوجدان ومفهوم المواطنة لدى طلاب الجامعة، مجلة البحوث النفسية والتربوي، كلية التربية جامعة المنوفية، عدد ٤، المجلد ٣٠، أكتوبر.
٦. البطل، هاني إبراهيم أحمد(٢٠٠٨). تفضيلات المغتربين المصريين لإخراج الصحف الإلكترونية، دراسة تطبيقية على ملكة البحرين، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثلاثون، المجلد الثاني، أكتوبر.
٧. الجمال، رباب رأفت (٢٠١٢). دور المواقع الإخبارية في تشكيل معارف واتجاهات المصريين المغتربين نحو الأحداث السياسية في مصر لفترة ما بعد ثور ٢٥

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
يناير، المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام، بعنوان الإعلام وبناء الدولة الحديثة ،
جامعة القاهرة، يوليو.

٨. الحارثي، وليد، الشخام، عبدالله (٢٠١١). ثقافة المواطنة عبر الانترنت : رؤية
طلاب الإعلام في الجامعات السعودية ، مؤتمر محو الامية الرقمية، اتجاهات
جديدة (AUSACE) الجامعة الأمريكية في بيروت ٢٧ أكتوبر إلي ١ نوفمبر.

٩. الحراري، صلاح الدين أبوبكر (٢٠١٦). دور الأسرة في ترسيخ قيم المواطنة،
مجلة التربوي، كلية التربية بالخمسة، جامعة المرقب، ليبيا، العدد ٨،

١٠. الدولية، أمل بدر (٢٠١٥). قيم المواطنة لدى طلبة جامعة الكويت وعلاقتها ببعض
المتغيرات، المجلة التربوية، الكويت، المجلد ٢٩، العدد ١١٤، مارس.

١١. الربيعي، محمد عبيد (٢٠١١). عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للفتوات
الفضائية العربية، رسالة دكتوراة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك.

١٢. السبيعي، نورة سعود محمد (٢٠١٣). اثر البرامج الحوارية في الفضائيات و
الفيس بوك و التويتر على تنمية قيم تربية المواطنة العالمية لدى طالبات كلية التربية بجامعة
الكويت، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، السعودية، العدد ٤٢، أكتوبر.

١٣. السروجي، طلعت (٢٠٠٤). السياسة الاجتماعية والحقوق الاجتماعية للإنسان
(الشكل والمضمون)، المؤتمر العلمي الخامس عشر ٩ - ١٠ مايو، كلية الخدمة الاجتماعية،
جامعة القاهرة، فرع الفيوم .

١٤. السقا، غادة جورج مبارك (٢٠٠٣). الجندر والمواطنة في كتب التربية الاجتماعية
والمطالعة في الأردن، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

١٥. الشرفاوي، موسى (٢٠٠٥). وعي الطلاب ببعض قيم المواطنة دراسة ميدانية،
دراسات في التعليم الجامعي، مجلة مركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس، العدد
التاسع، أكتوبر.

١٦. الشلقاني، نشوي حسانين، (٢٠٠٩). استخدامات المصريين والأجانب المقيمين في
مصر لقناة النيل الدولية والإشباع المتحققة، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر،
العدد ٣١، يناير.

١٧. الصلال، بدر حمد (٢٠١٢). دور الفضائيات الكويتية الرسمية و الخاصة في تعزيز
المواطنة لدى الشباب الكويتي، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط،
الأردن.

١٨. العامر، عثمان بن صالح (٢٠١١). أثر الانفتاح الثقافي على مفهوم المواطنة لدى
الشباب السعودي: دراسة استكشافية، اللقاء الثالث عشر (التربية و المواطنة) لقادة العمل
التربوي، الباحة، المملكة العربية السعودية.

١٩. الغزوي، أمال، و عرابي، دينا أحمد (٢٠١٢). درر وسائل الإعلام في تشكيل
معارفي وتكوين اتجاهات المصريين، المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام، بعنوان
الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، جامعة القاهرة، يوليو.

٢٠. بالحاح نحو قضايا الوطن

د/نورة حمدي محمد ابو سنة

٢١. القاري، سميحة بنت عبد الله عباس (٢٠٠٦). توظيف التقنية في الارتقاء بالمواطنة، دراسة مقدمة إلى اللقطاء الثالث عشر لقادة العمل التربوي المنعقد في محرم، ١٤٢٦ هـ، بالباحة، السعودية.
٢٢. القرشي، خلف سليم سليم، و صالح، محمد محمود عبده (٢٠١٣). دور الجامعة في تنمية قيم المواطنة لدي طلابها في ضوء بعض المتغيرات المعاصرة (جامعة الطائف كنموذج)، مجلة الثقافة والتنمية، مصر، العدد ٤٧، نوفمبر.
٢٣. الكواري، علي خليفة (٢٠٠١). المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية، مشروع دراسات الديمقراطية في البلدان العربية، ط ١، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
٢٤. اللبان، شريف درويش، و الشريف، سامح محمد (٢٠١٦). استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي و علاقته باتجاهاتهم السياسية، مجلة آفاق سياسية، المركز العربي حوث والدراسات، مصر، العدد ٢٩، مايو.
٢٥. النبهاني، سعرد بن سليمان بن مطر (٢٠٠٧). المواطنة والتحديات المعاصرة في المجتمع العماني نقلا عن <http://www.damascusuniversity.edu.sy/faculties/edu> الاونترز ٢٠١١م. ٢-١٥
٢٦. الموسوعة العربية العالمية (١٩٩٦). الرياض، مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوز.
٢٧. الوطنية والمواطنة في ظل الشبكات الاجتماعية الالكترونية (٢٠١٦)، متاح علي: <http://www.bloginy.com/post/details> تم الدخول في: ١٣-١-٢٠١٦م.
٢٨. نيتي، حنان (٢٠١٤). دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام حالة الثورات وقيم الإنتماء لدى الشعوب العربية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر. بسكرة، الجزائر.
٢٩. جودة، عبد الفتاح، إسماعيل، طلعت حسين (٢٠١٠). دور الجامعة في توعية الطلاب بمبادئ المواطنة كمدخل تحتمه التحديات العالمية المعاصرة (التعديلات الدستورية للعام ٢٠٠٧ نموذجا)، مجلة دراسات تربوية ونفسية، كلية التربية جامعة الزقازيق، العدد ٦٦، الجزء الثاني.
٣٠. حمدان، محمد زياد (٢٠١٠). التربية الالكترونية المفتوحة عن بعد بتكنولوجيا المعلومات المعاصرة - الواقع وتنبؤات المستقبل في الوطن العربي، مجلة التربية والتقدم، عربية الكترونية محكمة، مايو / أيار. ص ٣١٢.
٣١. راضي، زاهر (٢٠٠٣). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد ١٥، جامعة عمان الأهلية، عمان.
٣٢. عبد التواب، عبد الله عبد التواب (١٩٩٣). دور كليات التربية في تأصيل الولاء الوطني، مجلة دراسات تربوية، القاهرة.
٣٣. سيد، محمد هلال محمد (٢٠٠٧). دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية، رسالة كتورا، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
٣٤. عبد الصادق، عادل(د.ت). الفضاء الإلكتروني والرأي العام، تغير المجتمع والأدوات والتأثر، ورقة عمل أولية، القاهرة، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام .

٣٥. عبد العزيز، إبراهيم شريف (٢٠١٥). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المواطنة لدى الشباب الجامعي، دراسة وصفية مطبقة على طلاب الفرقة الأولى بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية ببنها، مجلة الشرق الأوسط، مركز بحوث الشرق الأوسط، بجامعة عين شمس، العدد ٣٦، مارس.

٣٦. عزي، وديع العز(٢٠١٥). دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل اتجاهات المغتربين اليمنيين نحو قضايا الوطن، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، مصر، العدد ٧٤.

٣٧. عليان، عمران علي (٢٠١٤). درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة في ظل العولمة "دراسة تطبيقية على عينة طلبة جامعة الأقصى بقطاع غزة، مجلة جامعة الأقصى، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد ١٨، العدد ٢، يونيو .

٣٨. كارنش، فاطمة نصر (٢٠٠٥). استخدامات الجالية العربية في كندا للقنوات الفضائية العربية والإشبيعات المتحققة، القاهرة، دار الفكر العربي.

٣٩. محمد، بركات عبد العزيز(٢٠٠٣). التلفزيون كمصدر لمعرفة المغتربين المصريين بالانتخابات البرلمانية في مصر: دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين بدولة الكويت، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس عشر، أبريل/ يونيه .

٤٠. محمود، سعدية فوزي(٢٠١٣). دور المواقع الإخبارية في حصول شباب المغتربين المصريين على المعلومات عن أحداث ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير، كلية الاداب، قسم الاعلام، جامعة المنصورة، عن طريق

<http://www.arrai.org/pages.php?option=browse&id=100728#> في ٣-٢٠١٥-١٢

٤١. ملتقي ابن خلدون (٢٠١٦). تعريف المواطنة وشروط تحقيقها، متاح علي:

http://ebn-khaldoun.com/article_details.php?article=693، تم الدخول في: ٢٠١٦-٣-١٢

٤٢. نافع ، بشير ، الشميري ، سمير ، الكواري، علي لليفه (٢٠٠١). المواطنة والديموقراطية في البلدان العربية ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت .

٤٣. هلال، فتحي وآخرون(٢٠٠٠). تنمية المواطنة لدى طلبة المرحلة الثانوية بدولة الكويت، الكويت، مركز البحوث التربوية والمناهج، وزارة التربية.

- ثانيا:المراجع الأجنبية:

1. Backstrom, Lars, et al(2006). GroupFormation in Large Networks: Membership, Growth and Evolution", Research Track paper, united state.

2. Ellison B. Nicole, Steinfield. Charles. & Chiff ,Lampe (2007). The Benefits Facebook "Friends": Social capital and College Students. Use of Online Social Network Sites", **Journal of Computer -mediate Communication**, vol.12 .
3. Calvert, Robert (2006) . **to Restore American Democracy Political Education and the modern university**, Roman and little Field Education, united state.
4. Chew, Ei Han.et al (2010).The Use of Online Social Networking by Rural Youth and Its Effects on Community Involvement", **Paper Presented at Pile Annual Meeting of. The International Communication Association , Suntec Singapore, international Convention& Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 22.** www.internetworldstats.com/stats.htm,Date of Search. 20/7/2016.
5. Chul joo Lee, (2006).A social Network Approach to Status Aspiration: The Power of Online Social Network ,Capital: The Case of South Korea, **Paper Presented at The Annual Meeting of The International Communication Association ,Dresden International Congress Centre, Dresden, Germany, Jun I6.**
6. Garton, laura . Haythornthwaitem, Caroline & Wellman, Barry (2005); **Studying online Social networks.(online)**, available at: <http://jeme Idiana.edu/vol3/garton.html>, Date of Search. 3/5/2016.
7. Green,Pamela(2010). Amulet-methods dispositional study of the undersection of democratic citizenship and Education policy from the unique perspectives of twenty state level policy makers ,**PHD** ,united states , Ohio state university.
8. Ken, Osborne (2000). **"Education for Citizenship"**, Issue Fourteen,University of Manitoba, united states.
9. Magick, Hanray (2007) . **post 16 citizenship in colleges an introduction to effective practice**, learning and skills network, unite state.
10. Mario, Charles(2004). News Channels and Arabic Identity for the Yong People in USA, **Dissertation Abstracts International**, vol71
11. Mundel, Karsten (2003). **examining the impact of university international programs on active citizenship**, the case of students praxical participation in the Mexico Canada Rural development Exchange, University of Toronto Canada .

12. Petesron ,Donna (2005). **Pathways of influence in out of school ,time Community University partnership to develop Ethics new directions for youth development.**
13. Tiffany, Pempek, Yevdokiya, A Yermolayeva, and Calvert, .Sandra (2009).College Students' Social Networking Experiences on face book. **Journal of Applied Developmental Psychology**, vol.30.
14. Walker, Joyce (2005). shaping Ethics Youth workers matter. New directions for youth development, **Journal Articles Reports descriptive American.**
15. Young, Mie Kim (2008)."Politics as friendship: The Impact of Online Social Networks on Young Voters' Political Behavior", **Paper Presented at The Annual Meeting of The International Communication Association**, TBA , Montreal Quebec, Canada, May 22.
16. Young, Kirsty (2009). Online Social Networking: An Australian Perspective", **International Journal of emerging Technologies and Society**. vol.7.
17. <http://marketsvoice.com/blog/2016>, Date of Search. 3/5/2016.
18. <http://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/408424>, Date of Search. 26/6/2016.

ملحق (١)

أسماء السادة المحكمين مرتب أبجدياً

- أ. د / اعتماد خلف معبد - أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس، مصر.
- أ. م. د / دعاء فكري - الأستاذ المساعد بقسم العلوم الاجتماعية والإعلام - بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية، مصر.
- أ. م. د / هناء السيد - الأستاذ المساعد ورئيس قسم العلوم الاجتماعية والإعلام - بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية، مصر.

ملحق (٢) استمارة الاستبيان

١. هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

[انتقل لسؤال رقم ٣]

- دائماً ()
- أحياناً ()
- لا ()
٢. ما أسباب عدم استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟ (انتهاء الأسئلة)
- اشعر أنها تهدر الوقت. () - أفضل الاتصال المباشر. ()
- أجد سلبياتها أكثر من إيجابياتها. () - تحتاج لأجهزة بمواصفات خاصة. ()
- لا تتمتع بالمصداقية. () - مصدر ازعاج متواصل. ()
٣. كم يوم تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع؟
- أقل من ثلاثة أيام () - من ثلاث إلى أربع أيام أسبوعياً ()
- من خمس إلى ست أيام أسبوعياً () - يومياً ()
٤. كم ساعة تقريباً تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم؟
- أقل من ساعة () - من ساعة إلى ثلاث ساعات ()
- من ثلاث ساعات إلى خمس ساعات () - خمس ساعات فأكثر ()
٥. منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
- أقل من عام () - من عام إلى أقل من عامين ()
- من عامين إلى أقل من ثلاثة () - منذ ثلاث أعوام وأكثر ()
٦. هل هناك أيام معينة يكثر فيها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

- نعم () - أحياناً () - لا () [انتقل للسؤال ٩]
٧. ما هي الأيام التي يكثر فيها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟ [يمكن اختيار أكثر من بديل]
- العطلات الأسبوعية () - الأعياد والمناسبات ()

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين

- وقت الأحداث المهمة في مصر () - حسب الظروف ()

٨- ما شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ [يمكن اختيار أكثر من بديل]

- الفيس بوك Facebook () - تويتر twitter ()

- يوتيوب you tube () - لينكد إن Linked in ()

- بلوجر blogger () - أخرى تذكر.....

٩- ما أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟ [يمكن اختيار أكثر من بديل]

- معرفة المعلومات () - التسلية والترفيه ()

- تمضية وقت الفراغ () - لتبادل المعلومات والآراء ()

- التواصل مع الأهل والأصدقاء () - لأغراض تثقيفية ()

- لأغراض تعليمية () - يربطني بمصر ()

- يغنيني عن التعرض لوسائل الاعلام الأخرى () - أخرى تذكر.....

١٠- تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لك كمصدر للحصول على المعلومات؟ (من فضلك

اختر بديل واحد فقط)

- المصدر الأهم والوحيد للمعلومات () - مصدر كأي مصدر معلومات أخرى ()

- مصدر مهم للمعلومات مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية ()

- مصدر للمعلومات لكن يسبقه مصادر أخرى أكثر أهمية ()

- مصدر غير مفيد للمعلومات تغني عنه مصادر أخرى ()

١١- سأقرأ عليك بعض العبارات حول شبكات التواصل الاجتماعي .. حدد مدى موافقتك عليها؟

(مقياس مصداقية مواقع التواصل)

معارض	محايد	موافق	العبارة
			تقدم لنا شبكات التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الوطن
			أخبار شبكات التواصل الاجتماعي أفضل لأنها مفصلة للحدث
			تتمتع أخبار شبكات التواصل الاجتماعي بمصداقية
			شبكات التواصل الاجتماعي تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره
			ما نقرأه تكتمل جوانبه بالصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو
			أشعر مع أخبار شبكات التواصل الاجتماعي بالكفاية التي لا أجدها مع أي وسيلة إعلامية أخرى
			تطرح شبكات التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات
			تطرح شبكات التواصل الاجتماعي حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية
			تركز شبكات التواصل الاجتماعي على السلبيات والمبالغة في نشرها
			تتعمق شبكات التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول مختلف القضايا

١٢- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق الاجتماعية؟

م	الفقرة	موافق	محايد	معارض
١	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في ابداء الرأي والتعبير.			
٢	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي بأحوال المجتمع المصري.			
٣	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة حقي في الاعتقاد.			
٤	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي بحقي في العيش داخل الوطن أو خارجه.			
٥	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي بمفهوم العدالة والمساواة الاجتماعية.			

١٣- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق السياسية؟

م	الفقرة	موافق	محايد	معارض
١	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الدستور.			
٢	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الهيكل التنظيمي للدولة.			
٣	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في نظم الحكم.			
٤	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الترشيح و التصويت.			
٥	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الاشتراك في الأحزاب السياسية.			

١٤- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الحقوق الاقتصادية؟

م	الفقرة	موافق	محايد	معارض
١	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في إقامة مشروعات.			
٢	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في الشراء.			
٣	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي تحسين دخلي.			
٤	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في البيع.			
٥	تسهل شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة حقي في التملك.			

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى المصريين
١٥- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات الاجتماعية ؟

م	الفقرة	موافق	محايد	معارض
١	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفتي بالعمل التطوعي.			
٢	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معرفة دوري تجاه وطني في الازمات.			
٣	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في معرفتي كيفية تحمل المسؤولية.			
٤	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في أن أكون صورة مشرفة لوطني في الخارج.			
٥	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معارفي وثقافتي عن مصر			

١٦- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات السياسية ؟

م	الفقرة	موافق	محايد	معارض
١	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعيي السياسية.			
٢	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في قيامي بالمشاركة السياسية			
٣	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة واجبي في التصويت.			
٤	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في الدفاع عن الوطن قولا وعملا.			
٥	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وطني سياسيا بالخارج.			

١٧- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة الواجبات ؟

م	الفقرة	موافق	محايد	معارض
١	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في الاهتمام بدفع الضرائب.			
٢	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في الحفاظ علي موارد البيئة.			
٣	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في حسن استخدام الموارد المتاحة.			
٤	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدي الدولة بالعملة الأجنبية.			
٥	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة دعمي المشروعات الوطنية.			

م	الفقرة	موافق	محايد	معارض
١	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة التاريخ الوطني ورموزه لمصر وجغرافيتها.			
٢	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة في المناسبات الوطنية.			
٣	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التخلص من اللامبالاه والفردية والعنف.			
٤	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تجسيد المشاعر الإيجابية والحب للوطن.			
٥	تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في ربطتي بالوطن			

بيانات أولية

- ١- الجنس: - ذكر () - انثى ()
- ٢- السن: - من ١٨ إلى ٣٥ () - من ٣٦ إلى ٥٠ () - من ٥١ فأكثر .
- ٣- مستوي التعليم:
- لا يقرأ ولا يكتب () - يقرأ ويكتب ()
- مؤهل أقل من المتوسط () - مؤهل متوسط فأكثر ()
- مؤهل جامعي () - مؤهل أعلى من الجامعي ()
- ٤- عدد سنوات الاغتراب:
- من سنة إلى ١٠ سنوات () - من ١٠ سنوات إلى ٢٠ سنة ()
- من ٢١ سنة فأكثر ()

Abstract:

The title of the study: The role of social networks in promoting citizenship have Egyptian expatriates.

The present study was a field study aims to identify the role of social networks in promoting citizenship have Egyptian expatriates in Saudi Arabia, it conducted on a random sample irregularly by 400 Single 150 male and 250 female expatriates in Saudi Arabia, applied questionnaire tool covered by the individual corresponding manner.

The most important results:

The results indicate that the percentage of those who use social networks on a regular basis (always) of the total study sample items amounted to 77.75%, and the percentage of those who use it (from an hour to less than two hours) in the first place with 70.13%, came (Facebook) as the most important social networks used by the respondents at a rate of 99.75%, came in first place for the phrases that measure the level of credibility of social networking sites is a source of information (put social networking topics neutrally not overlook the negatives) an average of 2.83.

- Came in first in terms that measure the role of social networks in the knowledge of social rights in promoting citizenship phrase (contributing to social networks to enhance my knowledge of the conditions of Egyptian society) an average of 2.90, it came in first in terms that measure the knowledge of political rights (contributing networks social communication in promoting knowledge of my right to participate in political parties) an average of 2.85, came in first in terms of rights, which measure knowledge phrase (contributing to social networks in promoting knowledge of my right to own property) with an average of 2.89.

- Came in first in terms that measure the role of social networks in the knowledge of social obligations in promoting citizenship phrase (contributing to social networks to enhance my knowledge and my culture from Egypt), an average of 2.82, it came in first in terms that measure the knowledge of the political duties phrase (contribute

social networks increase in political consciousness) with an average of 2.89, came in first in terms that measure the knowledge of the economic duties of citizenship phrase (contributing to social networks to provide me with the state in foreign currency) at an average of 2.81.

- It came in first in terms that measure the role of social networks in the acquisition value of belonging phrase (contributing to social networks in the embodiment of positive emotions and love for the homeland) with an average of 2.88.

Results validate the hypothesis is proven correct following hypotheses:

- There is a relationship between the degree of exposure of Egyptian expatriates to social networks and enhance their citizenship.
- There are differences in the acquisition of expatriates to know their rights and duties (socio-economic-political) to Egypt by the degree of their exposure to social networks.
- There are differences between expatriates in the acquisition value of belonging to their homeland Egypt through social networks by (Gender- Age- level of education).

It has not proved true, the hypothesis which states: There are differences between expatriates in the acquisition value of belonging to Egypt through social networks by (years of alienation).