



ISSN 2735-4822 (Online) \ ISSN 2735-4814 (print)



Egyptian University Students' Uses of Social Media Applications and Its Relationship to the Formation of their Digital Social Capital" (A Field Study)

PhD. Samar Ahmed Hasanein Mahran

Assistant Lecturer ,Department of Sociology ,Media Division, Faculty of women, Ain Shams University ,Egypt

Samar.mahran@women.asu.edu.eg

Prof. Dr . Wail Ismail Abdel Bary

Professor of Mass Communication, Faculty of women, Ain Shams University ,Egypt

wailbary@gmail.com

Prof .Dr ,Aliaa Abo Doma

Assistant Professor Department of Sociology ,Media Division, Faculty of women, Ain Shams University ,Egypt

Aliaadoma57@gmail.com

Receive Date: 17 September 2023, Revise Date: 3 October 2023

Accept Date: 14 October 2023.

DOI: [10.21608/BUHUTH.2023.236941.1564](https://doi.org/10.21608/BUHUTH.2023.236941.1564)

Volume 4 Issue 3 (2024) Pp.1-23.

Abstract

The current study drives at investigating the impact of social media applications on the formation of digital social capital among Egyptian university students. It also aims to identify the motivations for using these applications and the needs associated with their use. Additionally, the study seeks to determine the rate of usage of these applications, the number of hours spent using them per day, and the extent of reliance on these applications. Furthermore, Lastly, the study aims to explore the attitudes of Egyptian university students towards using these applications and highlight the significance of digital social capital and its various dimensions. The study has utilized the survey methodology, employing as well, various measurement techniques, including the "Use Intensity of Social Media Applications" scale developed by Eillson (2006) to measure the usage patterns of social media applications among the study sample. The selection of these applications is based on a pilot survey conducted using a questionnaire distributed to a sample of (50) participants. The study also relies on the Social Capital Theory, specifically, the digital social capital aspect, to provide a comprehensive theoretical framework for the study and guide the interpretation and analysis of the results.

Keywords: Digital social capital - Smartphone applications - University students.

استخدامات الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتكوين رأس المال الرقمي لديهم "دراسة ميدانية"

سمر أحمد حسنين مهران

باحثة دكتوراه - قسم علم الاجتماع - شعبة الإعلام

كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر

Samar.mahran@women.asu.edu.eg

أ.م. د/ عالية عبد العال أبو دومه
أستاذ مساعد بقسم الاجتماع شعبة الإعلام
كلية البنات جامعة عين شمس، مصر
Aliaadoma57@gmail.com

أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري
أستاذ الإعلام بكلية البنات
جامعة عين شمس، مصر
wailbarry@gmail.com

المستخلص:

يهدف البحث إلى التحقق من تأثير تطبيقات التواصل الاجتماعي، على تكوين رأس المال الاجتماعي الرقمي بين الشباب الجامعي المصري، والتعرف على دوافع استخدام الشباب -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي، وحاجات هذا الاستخدام، فضلاً عن التعرف على معدل الاستخدام لهذه التطبيقات، وكذلك التعرف على عدد ساعات الاستخدام للتطبيقات في اليوم الواحد، ومعدل الاعتماد على الاستخدام للتطبيقات سواء إن كان الاعتماد بدرجة كبيرة أو متوسطة أو ضعيفة، والتعرف على أكثر الموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- على متابعتها سواء موضوعات (اجتماعية، دينية، اقتصادية...)، والإشباع المتحققة من استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي، وأخيراً معرفة اتجاه الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- نحو استخدام تلك التطبيقات، فضلاً عن عرض أهميته والتطرق إلى أشكال رأس المال الاجتماعي الرقمي وأركانه. وقد اعتمدت الدراسة على صحيفة استقصاء وعلى عدد من أساليب القياس؛ منها: مقياس كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي "عينة الدراسة" لـ 2006 Eilsson لقياس كيفية استخدام تلك التطبيقات، ووقع اختيار الباحثة على هذه التطبيقات بناءً على دراسة استطلاعية من خلال استخدام استمارة استبيان على عينة عددها 50 مفردة، كما تم الاعتماد على نظرية رأس المال الاجتماعي Social Capital Theory الرقمي Digital، ومدخل الاستخدامات والإشباع، وكشفت الدراسة على أن تطبيقات التواصل الاجتماعي: تسهم في تكوين شبكة اجتماعية افتراضية، وتحقق تفاعلاً اجتماعياً يسهم في تبادل المنافع، وتؤسس لرأس مال اجتماعي رقمي مشترك بينهم

الكلمات المفتاحية: رأس المال الاجتماعي الرقمي، تطبيقات التواصل الاجتماعي، الاستخدامات والإشباع.

المقدمة:

يشهد العالم اليوم العصر الرقمي الذي يعد نقطة تحول لوسائل الإعلام الجماهيري محدداً ثورة جديدة في الاتصال جاءت في أعقاب ثلاث ثورات: الثورة الأبجدية، فالمطبوعة، ثم الإلكترونية، وكان لكل ثورة من هذه الثورات استحقاقات نتجت عنها تحولات اجتماعية وفكرية واقتصادية. ويقوم العصر الرقمي بدور ملحوظ من الناحية الإعلامية والسياسية والاقتصادية وغيرها، حيث يسهم على الصعيد الإعلامي في تحقيق مزيد من الحرية في التعبير عن الرأي بوصفه منبراً مفتوحاً دون قيود. وقد أتاحت "الثورة الرقمية" تواسلاً تفاعلياً اجتماعياً يربط بين الأفراد، فيتبادلون الأفكار مهما تكن المسافات بعيدة، ومن دون المرور بحواجز الرقابة، وقاد ذلك إلى تطور برامج التواصل الاجتماعي؛ مثل: فيسبوك، وتويتر وغيرهما. (Li S., 2020)، حيث اكتسبت تطبيقات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة. وتمكنت من اختراق حياة الأفراد وتغيير طبيعة الحياة الاجتماعية، ويقوم الأفراد بالتواصل عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي، بهدف تكوين شبكة علاقات اجتماعية، والتواصل مع الأصدقاء واستعادة شبكة العلاقات والمعارف السابقة، وساعد ذلك في تبادل خبرات المجتمع والمعلومات، مع تزايد تفاعلات الأفراد عبر الإنترنت بشكل عام، وتطبيقات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، (Sam.K, 2021)

أولاً: إشكالية البحث:

توصلت العديد من المؤلفات العلمية إلى طرح فرضية جديدة مفادها أن تطبيقات التواصل الاجتماعي تتحول إلى رأس مال اجتماعي رقمي حقيقي، إذا وظفت عمداً لتحقيق أهداف اجتماعية محددة؛ مثل: الرغبة في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية، واكتساب صداقات جديدة أو التواصل مع العالم الخارجي، أو كـرغبة في تقوية العلاقات والروابط الاجتماعية الموجودة بالفعل بين الأقارب والأصدقاء وزملاء الدراسة (KPMG, 2020). كما يشير رأس المال الاجتماعي الرقمي، إلى إجمالي الموارد المتأصلة في توازن العلاقات، التي يتمتع بها الفرد من خلال قدرته على تكوين شبكة علاقات اجتماعية افتراضية حقيقية، تزوده بالموارد والمزايا والمعلومات والامتيازات التي تساعده على تحقيق أهداف معينة، وتجلب له فوائد مادية ورمزية بما في ذلك مستويات معينة من الثقة التي تمكن الفرد من الاستثمار في تلك العلاقات من أجل حشدها نحو تحقيق أهدافه (Wilson, L., 2020)، ولا شك أن الشباب هم الفئة المستهدفة من تلك التطبيقات لما لها من تأثير على مجتمعاتهم سلباً أو إيجاباً، فكان التركيز على تشويه أفكارهم وتحريف معتقداتهم وتهميش أدوارهم، من خلال هذا العالم الافتراضي الذي يجدون فيه: الفرصة للانفلات من واقعهم، والرغبة في الهروب من عزلتهم، والتسلية والضحك مع أشخاص يشبهونهم في الحياة اليومية (بركات عبد العزيز، ٢٠١١).

وبناءً على ذلك، وفي ضوء ما تفرره نظريتنا رأس المال الرقمي والاستخدامات والإشباع، على أن هذه التطبيقات تسهم في بناء العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، وبهذه الطريقة تسهل التفاعلات على الإنترنت، حيث تتعدد معدلات تحقيق مظاهر رأس المال الرقمي، نتيجة استخدام تلك التطبيقات من مجتمع لآخر، وذلك لاختلاف طبيعة المرجعيات الثقافية والاجتماعية السائدة في المجتمع من ناحية، ووفقاً للآليات المختلفة الخاصة بإدارة الأعضاء لعلاقاتهم الاجتماعية من ناحية أخرى، وبسبب الطبيعة المتعددة لأنظمة القيم السائدة في المجتمع. (Tay keong, T., 2019)، التي تؤثر بالضرورة على مستوى الانغلاق أو الانفتاح من جانب ثالث؛ كما أن هناك زيادة واضحة في عدد المستخدمين النشطين لتطبيقات التواصل الاجتماعي خلال عام ٢٠٢٣م، حيث وصل العدد إلى ٥٥ مليون مستخدم بحسب ما نشره مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار إنفو جرافك (طلعت السروجي، ٢٠١٩، ص ٦٥). ومن هنا

تتبلور مشكلة الدراسة في رصد استخدامات الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي، وعلاقتها برأس المال الرقمي لديهم. ومن ثم التعرف على دوافع استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي، ورصد الإشباع المتحققة منها، فضلاً عن رصد اتجاهات الشباب المصري نحو تطبيقات التواصل الاجتماعي.

ثانياً- أهمية الدراسة:

- ١- أهمية دراسة تطبيقات التواصل الاجتماعي بوصفها ظاهرة عالمية قوبلت بالاهتمام الجماهيري على المستوى العالمي، تمثل نمطاً جديداً من الإعلام يتخذ اتجاهاً متصاعداً من حيث عددها ومعدلات استخدامها خاصة من جانب جمهور الشباب الجامعي.
- ٢- توظيف هذا البحث نظرية رأس المال الاجتماعي، الأمر الذي يوفر إطاراً نظرياً أكثر شمولاً لاستكشاف تأثير استخدام تطبيقات الهواتف الذكية على تشكّل رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري "عينة الدراسة".
- ٣- أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة وهم الشباب الجامعي، الذي يمتاز بإدراكه للمتغيرات التي تحدث له وللواقع من حوله الأمر الذي أدى بالباحثة إلى اختيار هذه المرحلة العمرية.

ثالثاً- أهداف البحث:

- ١- التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي.
- ٢- رصد الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي.
- ٣- التعرف على دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في التأثير على رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري.
- ٤- الكشف عن نوعية الموضوعات التي يسعى الشباب المصري للحصول عليها من هذه التطبيقات.
- ٥- التعرف على كثافة تعرض الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي، ومدى حرصهم وانتظامهم في التعرض لتلك التطبيقات.
- ٦- رصد اتجاهات الشباب المصري نحو تطبيقات التواصل الاجتماعي.

رابعاً- تساؤلات البحث:

- ١- ما هي دوافع استخدام الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي؟
- ٣- ما دور تطبيقات التواصل الاجتماعي في التأثير على رأس المال الاجتماعي للشباب الجامعي المصري بشقيه التواصل (الذي يعكس قدرة الشباب على اكتساب علاقات جديدة)، والترابطي (الذي يعكس قدرة الشباب على تدعيم الروابط القائمة).
- ٤- ما معدل كثافة تعرض الشباب المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي؟
- ٥- ما الموضوعات التي يسعى الشباب الجامعي المصري إلى الحصول عليها من هذه التطبيقات؟
- ٦- ما اتجاه الشباب الجامعي المصري نحو تطبيقات التواصل الاجتماعي؟

خامساً- التصميم المنهجي للبحث:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف العلاقة بين استخدام الشباب -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي، وإنشاء رأس المال الاجتماعي على المستوى الفردي، وأنواع العلاقات / الروابط سواء القوية أو الضعيفة الناتجة عن تفاعل الأفراد من خلال التطبيقات التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص؛ بل تمتد إلى وصف العلاقات الارتباطية لاكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها، كما تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح لعينة عمدية من الشباب الجامعي المصري، وسيتم استخدام منهج المسح الوصفي، للإجابة عن تساؤلات البحث، ويساعد استخدام منهج المسح في إمكانية استخدام الأرقام للتوصل إلى نتائج محددة. وفي إطار هذا المنهج سيتم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة، وذلك لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة.

١- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة المسحية من الشباب الجامعي المصري من مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي للتعرف على مدى قدرة التطبيقات "عينة الدراسة" في إنشاء رأس المال الاجتماعي وكيفية استفادة الشباب -عينة الدراسة- من نتائجها من خلال الاستخدام المكثف للمواقع، والتعرف على نتائج رأس المال الاجتماعي الناتجة عن استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي، وضمت عينة الدراسة مفردات من الجنسين (ذكور وإناث) ممن تبدأ أعمارهم من ١٨ سنة فأكثر، وقد بلغ حجم العينة ٦١١ مفردة، على اختلاف التخصصات الأدبية والعلمية من أنظمة تعليمية مختلفة (حكومية - خاصة) ومستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة، خلال العام الدراسي ٢٠٢٢-٢٠٢٣.

٢- أدوات جمع البيانات:

- استبانة إلكترونية:

طبقت استبانة إلكترونية، تم توزيعها بالاستعانة بـ Google Forms، عن طريق نشرها عبر المواقع والتطبيقات الإلكترونية المختلفة، في محاولة للوصول لأكبر عدد من مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي المصري، ولإختبار صدق صحيفة الاستبيان^١، تم عرضها على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام والاجتماع وعلم النفس لتحكيمها، واستفادت الباحثة من توجيهاتهم وإرشادهم في إعادة صياغة بعض الأسئلة، ووضع بدائل أخرى يمكن اختيارها من قبل المبحوث، وكذلك في غلق الأسئلة وعدم تركها مفتوحة بقدر الإمكان، لتحديد إجابات المبحوثين بشكل يسهل التعامل معه إحصائياً، وللتأكد من مدى ملاءمة العبارات واستخدام الكلمات المناسبة لقياس المتغيرات المختلفة. كما تم إجراء (Pre test) للتأكد من الفهم الجيد لمضمون الأسئلة والقدرة علي

١ - أ.د/ علي عجوة أستاذ متفرغ بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د/ محمد عتران أستاذ الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د/ إعتداد علام أستاذ الاجتماع بكلية البنات، جامعة عين شمس.

أ.د/ محمد سعد أستاذ الإعلام، جامعة المنيا.

أ.د/ محرز غالي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أ.د/ محمد طاحون أستاذ الإعلام، جامعة حلوان.

أ.د/ هيام صابر شاهين أستاذ علم النفس بكلية البنات، جامعة عين شمس.

أ.د/ عابدة فؤاد النبلاوي أستاذ الاجتماع بكلية البنات، جامعة عين شمس.

أ.م. د/ وليد رشاد زكي أستاذ مساعد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.

أ.م. د/ عماد شلبي أستاذ مساعد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.

الإجابة بشكل واضح وذلك لعينة قوامها (٦٠ مبحوثاً)، وتم إجراء التعديلات اللازمة، ولاختبار ثبات صحيفة الاستبيان تم إعادة تكرار تطبيق الاستبيان على (١٠%) من أفراد العينة أي (٦٠ مبحوثاً) بعد أسبوعين من تطبيقهم الأول لها، وتم تطبيق معامل الارتباط بيرسون لاختبار مدى ثبات الاستبيان، وبلغ معامل الثبات (٩١%) وهو معامل ثبات مرتفع يدل على صلاحية صحيفة الاستبيان للتطبيق.

أساليب القياس:

- اعتمدت الدراسة على عدد من أساليب القياس منها مقياس كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي "عينة الدراسة" لـ Eillson2006 لقياس كيفية استخدام تلك التطبيقات، وهو مقياس يتكون من ستة بنود بسيطة لتقييم:

- مدة الاستخدام.
- كثافة التردد على تلك التطبيقات.
- استخدام مقياس ويليامز Williams2006 لقياس نوعي رأس المال الاجتماعي الرابط والعاير.
- وقد تم استخدام مقياس ليكرت الذي يتكون من خمس درجات (أوافق بشدة - أوافق - محايد - معارض - معارض بشدة) لعبارة كثافة استخدام التطبيقات عينة الدراسة ونتائج رأس المال الاجتماعي.

سادساً: التراث البحثي للدراسة:

عند الحديث عن رأس المال الاجتماعي الرقمي فإنما يقصد بأن يكون لدى الفرد أرصدة وموارد اجتماعية، أي شبكة من العلاقات الاجتماعية مع مجموعة من أفراد المجتمع، وتتسم تلك العلاقات بالتفاعل المثمر والتعاون والتضامن بين هؤلاء الأفراد، ففي ضوء وجود توافر رأس مال اجتماعي لدى الفرد، فإنه يمكن القول بأن الحياة سوف تكون أكثر ثراءً وإشباعاً، حيث تتوافر للشخص المساندة الاجتماعية في ضوء علاقه مع أشخاص آخرين، وذلك في مناخ يسوده التعاون المتبادل.

كما اتضح من خلال الاطلاع على التراث البحثي المتاح ذي الصلة بموضوع البحث أن الدراسات التي اهتمت بتطبيقات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب نحوها، تشعبت في العديد من مجالات الحياة؛ مثل: الاقتصاد، والسياسة، والتعليم، والتنمية البشرية، وعلم الاجتماع، وأخيراً الأخبار. وقد يرجع هذا إلى أن التواصل الاجتماعي وسيلة تكنولوجية تضم العديد من المميزات الخاصة بوسائل الاتصال الأخرى، وظهر ذلك في العديد من الدراسات؛ منها: (Okazaki .S:٢٠١٩)، (Light,B:2019)، كما اهتم الباحثان Nojin Kwak 2019 & Scott Campbell بمعرفة تأثير استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في قدرة المستخدم على التفاعل مع الآخرين في المواقف المختلفة، وخاصة مع الأشخاص الغرباء حيث إنه توجد ادعاءات كثيرة حول كون تطبيقات التواصل الاجتماعي، تقلل من التفاعل الاجتماعي المباشر وتساعد على انعزال المستخدم عما يحدث حوله في الواقع، (طلعت السروجي، ٢٠٠٩)، إلا أنه مع الاقتراب من الدراسات الأحدث، يُلاحظ أن النتائج تشير إلى ارتفاع استخدام الهواتف الذكية، فقد ظهر منذ هذه الفترة أجيال كثيرة من التواصل الاجتماعي حيث أصبح استقبال وإرسال الأخبار أسهل وأرخص كثيراً الأمر الذي يدفع الباحثة إلى افتراض أن التواصل الاجتماعي أصبح له دور أكبر في نشر واستقبال الأخبار والمعلومات. وظهر ذلك في دراسات (Townsend, A:2017) (Stachl,C:2020)، (Martin Hand 2019). واهتمت دراسة (Su CC, Chan NK) (٢٠١٧) بدور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء وتشكيل رأس المال الاجتماعي، وتم إجراء الدراسة من خلال استبيان رأي على عينة قوامها ٥٤٥ من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وخلصت النتائج إلى

زيادة استخدام مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأن مواقع الشبكات الاجتماعية وبالتحديد موقع الفيس بوك تسهم بشكل كبير داخل الدول النامية في بناء وتشكيل رأس المال الاجتماعي التواصلي.

واهتمت دراسة (Aarseth E) (٢٠١٩) بدراسة الشبكات الاجتماعية ودورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي لديهم، وهي دراسة نقدية اعتمدت على تحليل التقارير البحثية الأخيرة، وخلصت إلى أن الأمهات المراهقات تستطعن تشكيل رأس المال الاجتماعي التواصلي من خلال بناء العلاقات مع من تبحثن عن ساحات خاصة بالحوار حول الموضوعات الصحية للأطفال ومن منظور تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على تعزيز ودعم رأس المال الاجتماعي والحفاظ عليه بادرت إلى بحث العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي.

أما فيما يخص دراسات رأس المال الاجتماعي الرقمي ودراسات مدخل الاستخدامات والإشباعات، ذهب بعض الدراسات إلى أن رأس المال الاجتماعي في مجتمع الواقع الافتراضي بمختلف قنواته ووسائله، لا يعني المزيد من الأصدقاء لكن يشمل التفاعلات المتبادلة، والتمتع بقدرة التأثير على الآخرين؛ ومنها: (James, S :2018), (Moghadam,B:2017) حيث أثبتت دراسة (Chan,M:2017) أن الخصائص الشخصية لها تأثير على تكوين العلاقات عبر الإنترنت، حيث بينت أن الأشخاص الاجتماعيين كانوا أكثر نشاطاً على الفيس بوك في التفاعل مع الأصدقاء المعروفين الأمر الذي أدى إلى زيادة رأس المال الاجتماعي من خلال الفيسبوك، وأن الشخصية الاجتماعية لديها رأس مال اجتماعي في العلاقات عبر الإنترنت، وأظهرت دراسة (Seem, T:2018) أن ارتفاع مستوى الكفاءة الاجتماعية على الفيسبوك يؤدي إلى أعلى مستوى من الثقة الاجتماعية.

وجاءت دراسة (Balnaves M, Willson M, Leaver T) (٢٠١٨) التي اهتمت بدراسة رأس المال الاجتماعي والحفاظ عليه والإشباعا الاجتماعية المتحققة منها في مجال تعزيز رأس المال الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى التفاوت بين رأس المال الاجتماعي، وبوجه عام احتل مستخدمو موقع تويتر المرتبة الأولى من حيث مستخدمي هذه المواقع في حجم رأس مالهم الاجتماعي بالكشف عن العلاقة بين استخدام مواقع الشبكات. ودراسة (Korkeila H, Hamari J) (٢٠٢٠) التي استهدفت التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على رأس المال الثقافي بتطبيق استبيان على عينة قوامها ٥٤٤ طالباً جامعياً، حيث استخدمت أسلوب المسح الشامل لهم، وتوصلت الدراسة من خلال تلك الوسائل إلى تشكيل الصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي، وكذلك تشكيل الوعي الثقافي لديهم. ودراسة (حنان أحمد آسي، ٢٠٢٠) التي هدفت إلى التعرف على دوافع واستخدامات الهواتف الذكية لدى طلبة جامعة الملك عبد العزيز، وذلك للتعرف على حدود وطبيعة واتجاهات الشباب السعودي نحو التطبيقات التكنولوجية للهاتف وتأثير المتغيرات الديموغرافية (النوع - الدخل - السن)، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واعتمدت الدراسة على صحيفة استبيان، وكان من أهم نتائجها أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متغير كثافة الاستخدام والدوافع النفعية لعينة الدراسة.

تعقيب على الدراسات السابقة وحدود الإفادة منها:

- تنوّعت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة، وهدفت إلى التعرف بمدى اعتماد الشباب على تطبيقات التواصل الاجتماعي ودورها في الحصول على معلومات، بالإضافة إلى تأثير الفيس بوك في تشكيل رأس مال ثقافي واجتماعي للشباب.

- اتفقت الدراسات في نتائجها على أن هناك علاقة بين استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وتحقيق مظاهر رأس المال الاجتماعي الرقمي.

سابقاً- الإطار النظري والمفاهيمي للبحث:

يشتمل هذا الجزء على عنصرين؛ الأول يتمثل في: المفاهيم الأساسية التي اعتمدت عليها الدراسة؛ في حين يتمثل الجزء الثاني في: أهم القضايا النظرية التي ينطلق منها البحث، ويأتي ذلك كما يلي:

رأس المال الاجتماعي الرقمي Coldewey D. (2019, August)	قدرة الفرد على الحصول على فوائد من الموارد المدمجة في الشبكات الاجتماعية والعلاقات بوصفه عضوًا في المجموعة عبر الإنترنت، ويعتمد رأس المال الاجتماعي الرقمي على حجم الشبكات الاجتماعية وحجم الموارد التي يملكها كل من يتصل به من خلال وسائل التواصل المختلفة.
---	--

-نظرية رأس المال الاجتماعي الرقمي:

يوضح كولمان أن رأس المال الاجتماعي يعتمد على القيمة المحتملة للعلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وأنه يسهل التعاون بين الأفراد للحصول على نتائج مفيدة؛ والفكرة الأساسية لكولمان التي يقوم عليها رأس المال الاجتماعي هي أن شبكات العلاقات التي يكونها الأفراد وخاصة ذات العلاقات الضعيفة تفيد في تحقيق عدة أهداف¹، (Carr, john & C. Shaw: 2008) وستطبق الباحثة نظرية رأس المال الاجتماعي للتعرف على قدرة الأفراد في الحصول على المعلومات وتبادلها وتحقيق أهداف جماعية تخدم الأفراد وتحقق الصالح العام، من خلال العلاقات التي يكونها الأفراد على تطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث يتبادلون المعلومات والآراء والاقتراحات التي تحقق أهدافهم، ويتم تحويلها إلى واقع، وتحقق فوائد للمجتمع.

- أبعاد رأس المال الاجتماعي الرقمي:

- 1- **الجماعات والشبكات:** يتعلق هذا البعد بطبيعة ومدى مشاركة الأفراد في مختلف الشبكات الاجتماعية، ومعدل المساهمة التي يحصل عليها الأفراد أو يقدمونها لهذه الشبكات. (Miki nay, H. (2008).
- 2- **الثقة والتكافل:** تحظى الثقة باهتمام الباحثين في رأس المال الاجتماعي، ويقصد بها الثقة بالآخرين.
- 3- **الفعل الجمعي:** يتعلق ذلك بالكيفية التي يعمل بها سكان مجتمع ما، وكيف يعملون مع بعضهم بعضًا، ودرجة المشاركة المجتمعية لإشباع احتياجاتهم. أحمد زايد وآخرون، (٢٠٠٦)

- مدخل الاستخدامات والإشباع:

كما يحظى مدخل الاستخدامات والإشباع باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية، وذلك لتركيزه على الجمهور الذي يستخدم وسائل الإعلام، ولماذا؟ وينطلق مدخل الاستخدامات والإشباع من فرضية أساسية هي الجمهور النشط، وهو ذلك الجمهور الذي يسعى لإشباع حاجات معينة لديه نتيجة مجموعة من العوامل الاجتماعية والتقنية التي تدفعه بدورها إلى اتخاذ سلوك معين من شأنه أن يشبع هذه الحاجات ويلببها. محمد عبد الحميد: (٢٠١٩)

وتم توظيف مدخل الاستخدامات والإشباع في هذه الدراسة للتعرف على دوافع تعرض الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة من التعرض، حيث إن النظرية قائمة على الجمهور النشط الذي يتميز بالحيوية والإيجابية في اختيار ما يحتاج إليه من مضامين ومواد إعلامية تشبع حاجاتهم.

ثامناً- القضايا التي تشكل الإطار النظري:

- ١- ظهور رأس المال الاجتماعي الرقمي كرد فعل لقوة وسائل الإعلام بهدف السيطرة على الجماهير المختلفة لوسائل الاتصال الحديثة، وتعد هذه القضية من أهم ركائز "رأس المال الاجتماعي".
- ٢- رأس المال الاجتماعي يدعم مكانة الفرد داخل البنية الاجتماعية.
- ٣- الهواتف الذكية وتطبيقاتها تعد أدوات اتصال وتواصل بين أفراد المجتمع ومجالاً عاماً يتيح للجمهور مساحة من الحرية والتفاعلية والمشاركة في قضايا المجتمع.

تاسعاً- نتائج الدراسة الميدانية:

في ضوء نظرية رأس المال الاجتماعي الرقمي، وبلاستعانة بنتائج الدراسات السابقة سيتم عرض نتائج الدراسة الراهنة التي تهدف إلى التعرف على مدى فاعلية استخدام الشباب الجامعي المصري - عينة الدراسة - لتطبيقات التواصل الاجتماعي كنموذج لأداة تواصلية وإعلامية حديثة، وكذلك التعرف على كيف تسهم التطبيقات في بناء العلاقات الاجتماعية التي تربط بين الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- سواء كانت قرابية، علاقات جيرة، أو مهنية أو صداقة، وما تحققه من تأثير على رأس المال الاجتماعي لديهم.

1- التعرف على معدل استخدام الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي

جدول ١

يوضح معدل استخدام الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي

معدل استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي	ك	%
دائمًا	٤٥٦	٧٥%
أحيانًا	٨٥	١١.٥%
نادرًا	٧٠	٩.٥%
الإجمالي	٦١١	١٠٠%

يتضح من نتائج الجدول السابق ارتفاع معدل استخدام الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة ٧٥%، حيث أكثر من نصف حجم عينة الدراسة تحرص على استخدام تطبيقات تواصل اجتماعي؛ بينما جاءت نسبة ٩.٥% هم من يستخدمون التطبيقات ولكن بمعدل أقل ويمكن أن يرجع ذلك لعدة عوامل؛ منها: عدم اشتراكهم الدائم في باقة إنترنت، وبالتالي معدل استخدامهم لتطبيقات الهاتف يكون نادر الاستخدام أو لانشغالهم بمهام أخرى، فمنهم من يعمل في أثناء فترة الدراسة الجامعية وبالتالي يكون معدل استخدامه لتطبيقات التواصل الاجتماعي قليلًا.

٢- التعرف على عدد ساعات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد:

جدول ٢

عدد ساعات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد

عدد الساعات	ك	%
ست ساعات فأكثر	٤٠٠	٦٥.٤%
من أربع إلى أقل من ست ساعات	٩٥	١٥.٥%
من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات	٥٩	٩.٦%
أقل من ساعتين	٥٧	٩.٣%
الإجمالي	٦١١	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن عدد ساعات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد (من ست ساعات فأكثر) جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٦٥.٤%) يليها في المرتبة الثانية لعدد استخدام التطبيقات في اليوم الواحد (من أربع إلى أقل من ست ساعات) بنسبة (١٥.٥%)، ثم جاء (من ساعتين لأقل من أربع ساعات) بنسبة (٩.٦%)، وأخيراً أقل (من ساعتين) جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة (٩.٣%) في عدد ساعات استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد.

وذلك يؤكد نتائج الدراسات التي تناولت تطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث إنها تحتل جزءاً كبيراً من الأوقات اليومية، فاستخدام الشباب الجامعي المصري -محل الدراسة- تطبيقات التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد (من ست ساعات فأكثر) جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٦٥.٤%) يؤكد أن استخدام التطبيقات يأخذ وقتاً كبيراً في حياة الأفراد اليومية، وهذا ما يتفق مع دراسة (Stachi.c.2017) التي توصلت إلى أن الأفراد يقضون وقتاً طويلاً في استخدام تطبيقات هواتفهم الذكية. وكل هذا يعكس أن تطبيقات التواصل الاجتماعي لها استخدامات متعددة؛ منها: حرص الشباب الجامعي المصري على تكوين صداقات، والحفاظ على العلاقات القائمة، وتنظيم بعض الخدمات الخاصة التي تقدمها تطبيقات التواصل الاجتماعي كالتسويق والتعلم عن بعد وخدمة معرفة الطقس، والتفاعل مع الأصدقاء لمعرفة معلومات عن اللياقة البدنية، والتواصل مع الأصدقاء عن بعد بهدف التعلم من خلال المنصات التعليمية والتواصل مع الأساتذة وزملاء الدراسة.

٣- التعرف علي معدل اعتماد الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية.

جدول ٣

يوضح معدل اعتماد الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية

معدل الاعتماد على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية	ك	%
اعتمد بدرجة كبيرة	٤٤٥	٧٢.٨%
اعتمد بدرجة متوسطة	٩٥	١٥.٥%
اعتمد بدرجة ضعيفة	٧١	١١.٦%
الإجمالي	٦١١	١٠٠%

يتضح من نتائج الجدول السابق ارتفاع معدل اعتماد الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت أعلى نسبة استخدام في الحياة اليومية ٧٢.٥% لأكثر من نصف حجم عينة الدراسة التي تعتمد على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي في حياتها اليومية باختلاف أنواع ومجالات الاستخدام، فمنها استخدامات خاصة بالتطبيقات التعليمية التي يعتمد عليها الشباب بشكل أساسي أيضاً كتطبيقات المنصات التعليمية وتطبيقات زووم لسهولة التواصل والتعاون مع الأساتذة والزملاء وتبادل المعلومات والآراء والخبرات فيما بينهم، وأيضاً الاعتماد على تطبيقات الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك والواتس أب ولينكد إن والتيليجرام مع تعدد استخداماتهم، من: التواصل مع الأهل والأصدقاء وتدعيم العلاقات الاجتماعية القائمة، تكوين صدقات جديدة، البحث عن عمل، الحصول على كورسات ومتابعة المتخصصين في المجالات المختلفة للتأهيل لسوق العمل أو للتسوية والترفيه من خلال التطبيقات الترفيهية، فكل هذه التطبيقات التي تم ذكرها تساعد على ارتفاع معدل الاستخدام بحيث إنها تكون جزءاً من حياتهم؛ بينما جاء الاعتماد على استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي بدرجة ضعيفة بنسبة ١١.٦% من إجمالي حجم عينة الدراسة، الأمر الذي يعكس مدى أهمية استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في حياة الشباب الجامعي -عينة الدراسة-.

٤- التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- على تطبيقات التواصل الاجتماعي:

جدول ٤

يوضح استخدام الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا	نادرًا	أحيانًا	غالبًا	دائمًا	الموقف	
							ك	العبارات
%78	3.89		80	117	205	209	ك	فيسبوك Facebook
			%13.1	%19.1	%33.6	%34.2	%	
%77.7	3.88	-	79	119	207	206	ك	إنستجرام Instagram

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا	نادرًا	أحيانًا	غالبًا	دائمًا	الموقف	
							العبارات	%
		-	12.9%	19.5%	33.9%	33.7%	%	
77.3%	3.86		79	123	209	200	ك	لينكد إن LinkedIn
			12.9%	20.1%	34.2%	32.7%	%	
77%	3.85	1	80	121	208	201	ك	واتساب What's App
		2%	13.1%	19.8%	34%	32.9%	%	
76.9%	3.84	7	82	118	208	199	ك	You Tub
		0.7%	13.4%	19.3%	34%	32.6%	%	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر تطبيقات الهواتف الذكية استخدامًا من قبل الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- هي تطبيقات التواصل الاجتماعي "الشبكة الاجتماعية" من بين تطبيقات الهواتف الأخرى؛ مثل: التطبيقات التعليمية، الترفيهية، تطبيقات ألعاب الفيديو والموسيقى، حيث انتشرت الشبكات الاجتماعية أو ما يسمى بشبكات التواصل الاجتماعي، وتعددت وظائفها وخدماتها التي تؤديها إلى مستخدميها، ولم تعد فقط وسائل تسلية وترفيه أو اتصال بين الأصدقاء؛ بل أصبح لها الكثير من الفوائد في مختلف المجالات والقطاعات، حيث جاء تطبيق الفيسبوك من أكثر التطبيقات المستخدمة من قبل الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- بوزن نسبي 78% وهذه النتيجة تتفق مع عدة دراسات كدراسة رحمة محمد، محمد وهدان، 2019 التي توصلت إلى أن أفراد العينة قيد البحث يستخدمون الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية عن طريق تطبيق الفيس بوك، كما تتيح أيضًا، توافر مهارات التواصل عبر مواقع الشبكات بين الشباب الجامعي بعضهم بعضًا، وانفتحت معها أيضًا في أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية وتنمية مهارات التواصل بينهم، وأيضًا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية ومهارات التواصل فيما بينهم، وهذا يؤكد مدى أهمية تطبيق الفيسبوك إذ إنه يساعد على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتكوين وتنمية العلاقات الاجتماعية وتطوير المهارات، إذ يساعد التفاعل الاجتماعي من ناحية في تأسيس مجموعات متجانسة من حيث اهتماماتها، لأن البيانات المتاحة على الصفحة تساعد على تحقيق التواصل بين الأفراد الأعضاء معًا. ومن ثم تقوم الصداقة بين الأعضاء المتشابهين في الأفكار والصفات. أما تطبيق الإنستجرام فقد جاء في المرتبة الثانية بوزن نسبي 77.7% من إجمالي حجم العينة، حيث تشير دراسات الاتصال كدراسة (Castillo R (2019 إلى أن الإنستجرام يعطي انطباعًا للفرد بأن الآخرين يتمتعون بحياة أفضل، الأمر الذي قد يضر برفاهية وسعادة الأفراد، حيث تتولد المشاعر السلبية الناجمة عن المقارنة الاجتماعية، ومن ثم التأثير سلبيًا على العلاقات الاجتماعية، وعلى عكس الفيسبوك حيث يتابع معظم الأشخاص العائلة والأصدقاء بعضهم بعضًا من خلاله، حيث إن الإنستجرام يتيح متابعة المشاهير والفنانين. يليه تطبيق لينكد إن بوزن نسبي 77.3% حيث يعتمد لينكد إن على بناء العلاقات الاجتماعية القائمة على التفاعلات بين الأعضاء وليس فقط على حقيقة أن ملفاتهم الشخصية مرتبطة بينهم، التي تجعل الاتصال أسهل وأسرع وهي تتيح الفرصة للاستفادة من قوة المجموعات حيث يتبادل العديد من الخبراء المساعدة والأفكار، ويأتي تطبيق الواتس أب في الترتيب قبل الأخير بالنسبة لتطبيقات الشبكة الاجتماعية بوزن

نسبي ٧٧% من بين تطبيقات الشبكة الاجتماعية وحسب تقرير **Global Stat shot Report**^١ الأخير الصادر عن منصة البيانات والتحليلات Data Reportable، فإن منصة WhatsApp للرسائل الفورية تأتي في المرتبة الثالثة ضمن قائمة أكبر ٥ منصات تواصل اجتماعي جذبا للمستخدمين حول العالم، ووصل عدد المستخدمين بها إلى مليارين و ٦٠٠ ألف مستخدم في ٢٠٢٣ وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Arjoranta J (2019)، في أن أكثر من نصف عينة الدراسة من الطلاب المشاركين لهم آراء إيجابية بشأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية في تقوية الاتصال بينهم. كما تهتم نظرية رأس المال الاجتماعي الرقمي بدراسة التفاعل الاجتماعي للأفراد عبر شبكتهم الاجتماعية، حيث ترى أن التبادل الاجتماعي عملية اجتماعية ضرورية في المجتمع، وأن الناس في تفاعلهم يتبادلون أشياء متعددة منها المادي، وغير المادي، ووفق هذه النظرية يمكن عدّ تطبيق الواتس أب إطارا للتبادل والتفاعل الاجتماعي، إذ ضمن هذا الإطار يتم تبادل الأخبار والمعلومات والخبرات.

٥- التعرف على أكثر الموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- على متابعتها عبر تطبيقات هواتفهم الذكية

جدول ٥

يوضح أكثر موضوعات التطبيقات التي يحرص الشباب -عينة الدراسة- على متابعتها عبر هواتفهم الذكية^(٥) (ن=٦١١)

أكثر موضوعات التطبيقات التي يحرص الشباب -عينة الدراسة- على متابعتها	ك	%
تعليمية	٥٩٦	٩٧.٥%
ترفيهية	٥٩٤	٩٧.٢%
اجتماعية	٥٩٢	٩٦.٩%
دينية	٥٨٠	٩٤.٩%
رياضية	٣٧	٦.١%
إخبارية	١٦	٢.٧%
اقتصادية	١٢	٢%

وبسؤال الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- عن أكثر الموضوعات التي يحرصون على متابعتها عبر تطبيقات هواتفهم الذكية اتضح من الجدول السابق أن الموضوعات التعليمية تأتي بالمقام الأول بنسبة (٩٧.٥%) من الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- كما ذكروا أن أكثر التطبيقات التي يعتمدون عليها لمتابعة الموضوعات التعليمية هي تطبيق zoom وتطبيق المنصات التعليمية، ويرجع هذا إلى استمرار وجودهم بالدراسة الجامعية، حيث أشار العديد من الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- أنهم يشتركون في مجموعات للفرق الدراسية التي ينشئونها عبر التطبيقات المختلفة كتطبيق زووم، والفيسبوك، والواتس أب وغيرها لسهولة نقل أخبار المحاضرات والمراجعات، والتواصل مع

^١ <https://www.datareportal.com>

(٥) أُتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل

الزملاء والأساتذة وغيرها من الأخبار، وكذلك التطبيقات التي تهتم بتعليم اللغات أو المجموعات ذات الهدف التعليمي، تليها الموضوعات الترفيهية بنسبة ٩٧.٢% أكثر من نصف العينة تهتم بالموضوعات ذات الطابع الترفيهي، وهي التي تقدم أشياء طريفة أو ألغازًا أو ألعابًا مسلية، كما ذكروا أن أكثر التطبيقات التي يعتمدون عليها لمتابعة الموضوعات الترفيهية تطبيق التيك توك، ويرجع ذلك لكونه منصة وسائل اجتماعية لإنشاء مجموعة متنوعة من المقاطع المرئية الصغيرة، كالتعلم والرياضة والكوميديا، الأمر الذي يجعل الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- حريص على استخدامها كأحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي. وتليها الموضوعات الخاصة بالجانب الاجتماعي بنسبة ٩٦.٦% وهي الموضوعات التي تهتم بمشاكل المجتمع سواء إن كانت محلية أو على مستوى الأحداث العامة. كما ذكروا أن أكثر التطبيقات التي يعتمدون عليها لمتابعة الموضوعات الاجتماعية تطبيق الفيس بوك باعبوصفه أكثر الشبكات الاجتماعية تواصلًا عبر العالم حيث وصل عدد مستخدميه ٤.٥ مليار مستخدم حول العالم ٢٠٢٣، ولأنه يضم العديد من الصفحات التي تتناول الموضوعات الاجتماعية كالصفحات المتخصصة في حل المشكلات التي تواجههم، والصفحات التي تقدم لهم الدعم للتأهيل لسوق العمل، والصفحات التي تساعد على تطوير مهاراتهم، ثم الموضوعات ذات الطابع الديني بنسبة ٩٦.١% ذلك لأنها تمدهم بالمعلومات الدينية التي يحتاجونها في أمور حياتهم وأخذ الآراء والمشورة من العلماء والمتخصصين. تليها الاهتمام بالموضوعات الرياضية بنسبة ٦.١% من إجمالي عينة الدراسة، حيث الاهتمام بأخبار الفرق الرياضية التي ينتمي إليها كل فرد من أفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري، وتأتي في المرتبة الأخيرة الموضوعات ذات الطابع الاقتصادي بنسبة ٢%، حيث يتضح أن اهتمام الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- بها يأتي بنسبة قليلة مقارنة بباقي الموضوعات، وربما يرجع ذلك لطبيعة التخصص الدراسي أو أنه بعيد عن مجال اهتمام الشباب -عينة الدراسة-، حيث يضم موضوعات خاصة بالبورصة والسندات لا يفهمها غير المتخصصين أو التي تكون داخل مجال دراستهم الجامعية.

٦- التعرف على دوافع استخدام تطبيقات تواصل اجتماعي لدى الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة-

جدول ٦

يوضح دوافع الشباب -عينة الدراسة- لاستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا	أحياناً	دائماً	الموقف العبارات	
					ك	%
%88	4.39	٩٤	٦٢	455	ك	لأبقي على تواصل مع أقاربي وأصدقائي
		%١٥.٤	%١٠.١	%74.5	%	
%87.8	4.37	٩٥	٦٣	453	ك	تساعدني للتأهيل لسوق العمل
		%١٥.٦	%١٠.٣	%74.1	%	
%87.6	4.38	٧٥	٨٠	456	ك	لتكوين صداقات جديدة
		%١٢.٣	%١٣.١	%74.6	%	

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا	أحياناً	دائماً	الموقف العبارات	
					ك	%
87.5%	4.39	٧٤	٨٣	454	ك	لمواكبة التطور التكنولوجي
		١٢.١%	١٣.٦%	74.3%	%	
87.4%	4.38	٧٧	٨١	453	ك	للتواصل مع المتخصصين في دراستي واهتماماتي
		١٢.٦%	١٣.٦%	74.1%	%	
87.3%	٤.٣٧	٩٩	٦١	451	ك	تساعد على مرور الوقت
		١٦.٢%	١٠%	73.8%	%	

يتضح من بيانات الجدول السابق وباستخدام الوزن النسبي للعبارات أن النسبة الأكبر من العينة وافقوا بشدة على كل من دوافع استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي للأغراض التالية: (الإبقاء على تواصل مع الأصدقاء والأقارب) بنسبة ٨٨% من حجم العينة، ثم (المساعدة للتأهيل لسوق العمل) بنسبة ٨٧.٨%، تليها (تكوين صداقات جديدة) بنسبة ٨٧.٧% من حجم العينة، ثم (لتكوين صداقات جديدة) بنسبة ٨٧.٦%، تليها (لمواكبة التطور التكنولوجي) بنسبة ٨٧.٥% من حجم العينة، ثم (للتواصل مع المتخصصين في دراستي واهتماماتي) بنسبة ٨٧.٤%، ثم دافع (المساعدة على مرور الوقت) بنسبة ٨٧.٣% من حجم العينة.

والأمر الذي يعكس أن تطبيقات التواصل الاجتماعي في المقام الأول تمثل أداة لتدعيم العلاقات والحفاظ على استمرارها هو لجوء معظم الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- إلى استخدام التطبيقات للحصول على العمل أو متابعة الصفحات والمواقع التي تأهلهم لسوق العمل. وتتوافق هذه النتيجة مع تقرير Emarketing السنوي لعام ٢٠٢٣، وتقرير برنامج الابتكار والحوكمة بكلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية لعام ٢٠٢٣ حول استخدام العالم العربي لتطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث جاء دافع الحصول على معلومات والتواصل مع الأصدقاء في مقدمة أسباب استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، حيث إن هذين الدافعين يأتيان في مقدمة دوافع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، وهو ما يعكس نمو ثقافة جديدة في المجتمع لا تعتمد على وسائل الإعلام التقليدية في استيفاء المعلومات والأخبار، حيث أصبح الاعتماد على تطبيقات التواصل الاجتماعي في هذا الشأن اعتماداً كبيراً، وهو ما يتناسب مع سرعة العصر، والرغبة في الحصول على الأخبار والمعلومات بشكل متزامن وسريع لاكتساب المكانة الاجتماعية.

وقد تفسر نتيجة دراسة (Ballantyne N, et al. (2017) تصدر دافع متابعة أخبار الأصدقاء والبقاء على تواصل مع الأصدقاء القدامى من ضمن الدوافع الأولى لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية، حيث وجدوا أن الأفراد يفضلون قضاء وقت أطول على تطبيقات الشبكة الاجتماعية، لتصفح صفحات الأفراد القريبين في المرحلة العمرية رغبة في مقارنة الذات بالآخرين، وقد طبقت تلك الدراسة على ١٠٢٦ من مستخدمي تطبيقات الشبكة الاجتماعية بمتوسط عمر ٣٠ سنة عبر استبيان إلكتروني. كما أيدت نتيجة دراسة Su CC, Chan NK (٢٠١٧)، هذا الدافع في تصدره استخدامات تطبيقات الشبكة الاجتماعية، حيث أكد ما يقرب من ٦٥% من حجم عينة الدراسة التي تقدر بـ ٤٠٠ طالب أنهم

يستخدمون تطبيق الفيسبوك بصورة كبيرة في الاطلاع على صفحات المستخدمين الآخرين. وهذا الاستخدام أطلق عليه Buke الاستهلاك السلبي للوسيلة.

وجاء دافع استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي "للمساعدة للتأهيل لسوق العمل"، حيث يستطيع الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- من خلالها التعرف على الفرص المختلفة للعمل وإعلانات الوظائف ومعرفة الصفحات التي تقدم كورسات وخدمات مجانية للتأهيل لسوق العمل، وهذا ما اتضح في أثناء إجراء المقابلات مع مسؤولي تلك الصفحات والمواقع، مثل: سلسلة "كريم والسوق على لينكد إن". وذلك ما ساعد عينة الدراسة على اكتساب الخبرة في معرفة المهارات المطلوبة للتأهيل لسوق العمل، وكيفية تنمية تلك المهارات للحصول على عمل مناسب، وقد صرح أغلبية أفراد العينة باستخدام تطبيقات الشبكة الاجتماعية خاصة لينكد إن لهذا الغرض. ويلاحظ أن دوافع استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي -عينة الدراسة- خاصة تطبيقات الشبكة الاجتماعية وهي الأكثر استخدامًا من قبل الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة-، كما أوضحت نتائج الدراسة أنها تساعد على تمضية الوقت، وقد جاءت في الترتيب الأخير حيث لا يمكن تغافل هذا الدور في استخدام تطبيقات الشبكة الاجتماعية. وقد جاء هذا الدافع في المرتبة الثانية في دراسة (Aarseth E) (٢٠١٩) على عينة من الطلاب بمتوسط عمر ٢٢ سنة ويرجع هذا الاختلاف في ترتيب أولويات الدوافع إلى اختلاف ثقافة المجتمعات ومدى الرفاهية المتاحة لأفرادها. وقد أكد Vasalou et,2010 على وجود اختلاف في تفضيلات ودوافع الشعوب والثقافات المختلفة لاستخدام تطبيقات الشبكة الاجتماعية.

٧- التعرف على الإشباع المتحققة من استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة-.

جدول ٧

يوضح توزيع عينة الدراسة وفقًا للإشباع المتحققة من استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا	أحياناً	دائماً	الموقف العبارات	
					ك	%
%87.6	4.38	٧٥	٨٠	456	ك	زيادة معرفتي بالأحداث
					%	%74.6
%87.5	4.39	٧٤	٨٣	454	ك	تعزيز علاقتي بالآخرين
					%	%74.3
%87.4	4.38	٧٧	٨١	453	ك	إشباع حب التسلية وقضاء وقت الفراغ
					%	%74.1
%87.3	٤.٣٧	٩٩	٦١	451	ك	اكتساب مهارات ترفع من وضعي الدراسي
					%	%73.8
		%١٦.٢	%١٠			

تشير نتائج الجدول السابق إلى الإشباع المتحققة من استخدام المبحوثين لتطبيقات التواصل الاجتماعي، وجاء في المرتبة الأولى (زيادة معرفتي بالأحداث) بوزن نسبي ٨٧.٦%، تليها عبارة (تعزيز علاقاتي بالآخرين) بوزن نسبي ٨٧.٥%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة (لاكتساب مهارات ترفع من وضعي الدراسي) بوزن نسبي ٨٧.٣%، ويمكن تفسير ذلك بأن الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- أصبح أكثر حرصاً على متابعة الأحداث والقضايا التي تدور حول التغيرات المجتمعية، كما تؤكد نتائج الدراسة أن الشباب يرون أن تطبيقات التواصل الاجتماعي تعد مصدراً مهماً للمعلومات.

٨- مقياس قوة الاتجاه نحو استخدام التطبيقات:

جدول ٨

يوضح توزيع العينة وفقاً لقوة اتجاههم نحو استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي

الاتجاهات	ك	%
سلبي	٩٨	١٦%
محايد	١٢٢	٢٠%
إيجابي	٣٩١	٦٤%
الإجمالي	٦١١	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أن أكثر من نصف حجم العينة ٦٤% لهم اتجاه إيجابي نحو استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ بينما ٢٠% لديهم اتجاه محايد نحو استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي، ومن ناحية أخرى فإن ١٦% ينخفض أهمية استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي لديهم ويقل اتجاههم نحو استخدامها. وهذا يعكس مدى استحواذ تطبيقات التواصل الاجتماعي على الاهتمام الأكبر من الروتين اليومي للشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة-. ذلك كما اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة Joun son, 2013 في إيجابية اتجاهات المبحوثين نحو تطبيقات التواصل الاجتماعي

٩- كثافة استخدام الشباب الجامعي المصري لتطبيقات التواصل الاجتماعي:

جدول ٩

توزيع العينة وفقاً لكثافة استخدامهم لتطبيقات التواصل الاجتماعي

كثافة الاستخدام	ك	%
منخفض	٢٠٠	١٠.٧%
متوسط	١٣٩	٢٢.٧%

كثافة الاستخدام	ك	%
مرتفع	٢٧٢	٤٤.٥%
الإجمالي	٦١١	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أن النسبة الأكبر من حجم العينة ٤٤.٥% من كثيفي الاستخدام، حيث يزيد استخدامهم اليومي لمتابعة تطبيقات التواصل الاجتماعي إلى ست ساعات فأكثر، يليهم ٢٢.٧% من متوسطي الاستخدام ممن يتراوح استخدامهم اليومي بين من ساعتين لأقل من أربع ساعات، ثم منخفضي الاستخدام وبلغت نسبتهم ١٠.٧% وهو ما يعكس أهمية استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وسهولة استخدامها، ومدى تليتها لدوافع الاستخدام للشباب -عينة الدراسة-، وهذا الأمر جعلها جزءاً من الروتين اليومي لهم. ويهدف مقياس كثافة الاستخدام إلى تقييم شعور المستخدم من الشباب عينة الدراسة لتطبيقات التواصل الاجتماعي وكثرة التردد عليه وأنه مكمل للنشاط اليومي.

١٠- استخدام الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق برأس المال الاجتماعي والتربطي.

جدول ١٠

يوضح مدى استخدام الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق برأس المال الاجتماعي والتربطي.

الموقف العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
التواصل مع الأفراد عبر التطبيقات يتيح لي معرفة تطورات الأحداث المختلفة	ك	450	23	53	82	3	87.3%
	%	73.6%	3.8%	8.7%	13.4%	٠.5%	
يشعروني التواصل مع الأصدقاء علي التطبيقات أنني جزء من مجتمع كبير	ك	453	22	50	82	4	87.4%
	%	74.1%	3.6%	8.2%	13.4%	٠.7%	
أشعر بعدم الارتياح نحو أصدقاء التطبيقات لأتحدث عن مشاكي الخاصة معهم	ك	452	20	55	82	2	87.4%
	%	74%	3.3%	9%	13.4%	٠.3%	
أعتمد على بعض الأصدقاء عبر التطبيقات إذا تعرضت لضائقة مالية	ك	451	18	56	84	2	87.2%
	%	73.8%	2.9%	9.2%	13.7%	٠.3%	
يساعدني بعض الأصدقاء	ك	450	17	59	83	2	87.2%

		0.3%	13.6%	9.7%	2.8%	73.6%	ك	عبر التطبيقات في رفع أي ظلم قد أتعرض له
%87.3	4.36	2	83	57	17	452	ك	يساعدني بعض الأصدقاء عبر التطبيقات في الحصول على عمل
		0.3%	13.6%	9.3%	2.8%	74%	%	
%87.3	4.36	3	82	56	19	451	ك	التفاعل مع الأصدقاء على التطبيقات يجعلني أهتم بمعرفة الأماكن الجديدة خارج مصر
		0.5%	13.4%	9.2%	3.1%	73.8%	%	
%87.3	4.36	3	81	58	17	452	ك	تساعدني التطبيقات على التعرف على العديد من الأفراد الذين لا أعرفهم في الواقع
		0.5%	13.3%	9.5%	2.8%	74%	%	
%87.2	4.36	2	84	56	18	451	ك	تتيح لي التطبيقات الفرصة للتعرف على الآراء والأفكار المختلفة معي
		0.3%	13.7%	9.2%	2.9%	73.8%	%	
%87.2	4.36	3	82	58	17	451	ك	تتيح لي التطبيقات الفرصة للتعرف والمشاركة في الأنشطة المختلفة التي تقدمها المجموعات عبر التطبيقات لخدمة المجتمع
		0.5%	13.4%	9.5%	2.8%	73.8%	%	
%87.1	4.36	3	83	57	18	450	ك	أثق في العديد من الأصدقاء على تطبيقات هاتفي الذكي لحل مشاكلي
		0.5%	13.6%	9.3%	2.9%	73.6%	%	
%87.1	4.36	3	84	55	19	450	ك	ألجأ إلى بعض الأصدقاء على تطبيقات هاتفي الذكي لاتخاذ قرارات مهمة في حياتي
		0.5%	13.7%	9%	3.1%	73.6%	%	

تكشف بيانات الجدول عن مدى قدرة ما توفره تطبيقات التواصل الاجتماعي "عينة الدراسة" للشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- في ما يخص العلاقات الاجتماعية، فتأتي في مقدمة الترتيب العبارات التي تعكس استخدام أغلبية عينة الدراسة من الشباب الجامعي المصري بهدف الانفتاح على العالم؛ مثل:

(يشعروني التواصل مع الأصدقاء على التطبيقات أنني جزء من مجتمع كبير) وعبارة (التواصل مع الأفراد عبر التطبيقات يتيح لي معرفة تطورات الأحداث المختلفة)، و(تساعدني تطبيقات التواصل الاجتماعي على التعرف على العديد من الأفراد الذين لا أعرفهم في الواقع)؛ حيث تجاوز الوزن النسبي لكلٍ منهما ٨٠%، وهو ما يعكس قدرة تطبيقات التواصل الاجتماعي على زيادة رأس المال الاجتماعي التواصل الذي يساعد الأفراد على إقامة روابط جديدة وتوسيع دوائر علاقاتهم الاجتماعية، كما يدل على أن الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- يستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي لزيادة رأس مالهم الثقافي، وذلك بإتاحة الفرصة للتعرف على آراء وأفكار وتصورات مختلفة ومتباينة تثري خبرة الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- ومساعدتهم على التفكير والنقد والإلمام بما يدور حولهم من أخبار ومستحدثات. ويتضح من ترتيب العبارات أن تطبيقات التواصل الاجتماعي يتخذها الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- بمثابة نافذة وأداة تستخدمها كإمتداد لأدواتها وعلاقتها المتاحة بما يحقق لهم الشعور بالدعم والانتماء وإقامة علاقات جديدة.

عاشراً- النتائج العامة للبحث:

١- اتضح من نتائج البحث أن الذكور بلغت نسبتهم (٥٤.٢%)؛ بينما نسبة الإناث (٤٥.٨%) حيث إن نسبة الذكور في أفراد العينة أكثر استخداماً لتطبيقات التواصل الاجتماعي عن الإناث، وهذا يتفق مع نتائج دراسة كلٍّ من: (Angela.m 2009)(Eszter.H 2007)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الذكور -عينة الدراسة- يفضلون التواصل المستمر مع أصدقائهم وإنشاء علاقات جديدة مع الآخرين والفضول لمتابعة ما يفعله الأصدقاء لغرض التسلية والهروب من الروتين اليومي أكثر من الإناث.

٢- الإشباع المتحققة من استخدام المبحوثين لتطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى (زيادة معرفتي بالأحداث) بوزن نسبي ٨٧.٦%، تليها عبارة (تعزير علاقاتي بالآخرين) بوزن نسبي ٨٧.٥%، الأمر الذي يعكس مدى اتفاق عينة الدراسة بأن تطبيقات التواصل الاجتماعي مصدرًا مهمًا للمعلومات.

٣- تطبيقات التواصل الاجتماعي "محل الدراسة" تدعم بشكل كبير وملحوظ رأس المال الاجتماعي التواصل لدى الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة-، حيث تعدُّ نافذة متاحة ومقبولة اجتماعياً لدى الشباب -عينة الدراسة- للتعرف على المزيد من الأفراد واكتساب العديد من العلاقات التي لم تكن متاحة في الحياة الواقعية؛ بينما يحقق استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي لزيادة رأس المال الاجتماعي الترابطي نسبة أقل، حيث تساعدني تطبيقات التواصل الاجتماعي على التعرف على العديد من الأفراد الذين لا أعرفهم في الواقع.

٤- كما أظهرت النتائج أن أكثر من نصف حجم العينة ٦٤% لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدام تطبيقات الهواتف الذكية؛ بينما ٢٠% لديهم اتجاه محايد نحو استخدام تطبيقات الهواتف الذكية، ومن ناحية أخرى فإن ١٦% ينخفض أهمية استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي لديهم، ويقل اتجاههم نحو استخدامها. وهذا يعكس مدى استحواذ تطبيقات التواصل الاجتماعي على الاهتمام الأكبر من الروتين اليومي للشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة-. ذلك كما اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة Joun son, 2013 في إيجابية اتجاهات المبحوثين نحو تطبيقات التواصل الاجتماعي.

٥- بينت النتائج أن النسبة الأكبر من حجم العينة ٤٤.٥% من كثيفي الاستخدام، حيث يزيد استخدامهم اليومي لمتابعة تطبيقات التواصل الاجتماعي إلى (ست ساعات فأكثر)، يليهم

٢٢.٧% من متوسطي الاستخدام ممن يتراوح استخدامهم اليومي بين (من ساعتين لأقل من أربع ساعات)، ثم منخفضي الاستخدام وبلغت نسبتهم ١٠.٧% وهو ما يعكس أهمية استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وسهولة استخدامها، ومدى تليبيتها لدوافع الاستخدام للشباب -عينة الدراسة- وهذا الأمر جعلها جزءاً من الروتين اليومي لهم. ويهدف مقياس كثافة الاستخدام إلى تقييم شعور المستخدم من الشباب -عينة الدراسة- لتطبيقات التواصل الاجتماعي وكثرة التردد عليه وأنه مكمل للنشاط اليومي.

٦- لم يثبت تصور Lin من أن المستوى الاجتماعي للفرد يؤثر على جودة رأس المال الاجتماعي المتكون لديه، وربما تعود لعوامل أخرى تتعلق بالخصائص النفسية والمهارات التواصلية للفرد.

٧- يمكن القول بأن تطبيقات التواصل الاجتماعي "محل الدراسة" تدعم بشكل كبير وملحوظ رأس المال الاجتماعي التواصلي لدى الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة-، حيث تعدُّ نافذة متاحة ومقبولة اجتماعياً لدى الشباب -عينة الدراسة- للتعرف على المزيد من الأفراد واكتساب العديد من العلاقات التي لم تكن متاحة في الحياة الواقعية؛ بينما يحقق استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي لزيادة رأس المال الاجتماعي الترابطي نسبة أقل، حيث تساعد تطبيقات التواصل الاجتماعي على التعرف على العديد من الأفراد الذين لم يتم معرفتهم في الواقع.

٨- البعد الهيكلي المتمثل في علاقات التفاعل الاجتماعي يحفز على الثقة بين الشباب والمعاملة بالمثل التي تمثل البعد المرتبط بالعلاقات، وتشجع العلاقات الاجتماعية على تطور اللغة والفكر المشترك بين الشباب الجامعي المصري -عينة الدراسة- التي تمثل البعد المعرفي لرأس المال الاجتماعي.

- مقترحات الدراسة -

١- ضرورة الاهتمام بإجراء مزيد من الدراسات العربية في مجال تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ليس فقط على بناء وتشكيل رأس المال الاجتماعي، وإنما أيضاً على حجمه وبنيته وآليات توظيفه والحفاظ عليه.

٢- الاهتمام بتوظيف المنهج التجريبي، ومنهج التحليل النقدي، والمنهج المقارن بشكل متزايد في بحث التأثيرات الاجتماعية والنفسية لتطبيقات التواصل الاجتماعي خاصة تطبيقات الشبكات الاجتماعية.

المراجع العربية:

- أحمد زايد وآخرون (٢٠٠٦)، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، ط ١.
- إنجي عبد الحميد (٢٠١٠)، دور المجتمع المدني في تشكيل رأس المال الاجتماعي، سلسلة أبحاث ودراسات القاهرة، المركز المصري للحقوق الاقتصادية، المجلد (٦)، ع (٥)، ص ٢٤١
- بركات عبد العزيز (٢٠١١)، مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط ١، ص ٣٦.
- حنان أحمد آسي (٢٠٢٠) دوافع واستخدامات الجوال لدى طلبة الجامعة في المملكة العربية السعودية k المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد (٢٤)، ص ٣١٤-٣٥٤
- طلعت السروجي (٢٠٠٩)، رأس المال الاجتماعي، ط ١، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبد الله مرزوق (٢٠١٧)، تأثير تطبيقات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل الاجتماعي لدى الشباب في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية
- علاء الشامي (٢٠١٣)، مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع ١٠.
- محمد عبد الحميد (٢٠١٩)، "تحليل المحتوى في بحوث الإعلام من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية"، عالم الكتب، القاهرة، ص ١٣٤ - ١٣٦.

المراجع الأجنبية

- Chan, M: (2017),” Examining the roles of mobile and social media in political participation: A cross-national analysis of three Asian societies using a communication mediation approach. *New media & society*, Vol. 19(12) 2003– 2021.
- Coldewey D. (201٩, August). Windows phone and android vault ahead in smartphone market share. *NBC News Online*. Retrieved from <http://www.nbcnews.com/technology/windows-phone-android-vault-ahead-smartphone-market-share-6C10871655>
- Cowan L. T., van Wagenen S. A., (201٩). Apps of steel: Are exercise apps providing consumers with realistic expectations? A content analysis of exercise apps for presence of behavior change theory. *Health Education & Behavior*, 40(2), 133–139
- Craig ,R. (2018) , " all forms of comic are not created equally : social capital in face book , instant messaging and online gaming "Doctor of philosophy , University of windsor , p21.
- Google & KPMG (2020) Smarter digital city: AI for everyone. https://services.google.com/fh/files/misc/google_smarter_digital_city_4_ai_for_everyone_whitepaper.pdf

- Guzman AL, Lewis SC (2020) Artificial intelligence and communication human-machine communication research agenda. *New Media & Society* 22: 70–86.
- Hendriks M., Burger M. J.. 2020. "Unsuccessful Subjective Well-Being Assimilation among Immigrants: The Role of Faltering Perceptions of the Host Society." *Journal of Happiness Studies* 21: 1985–2006. <https://doi.org/10.1007/s10902-019-00164->
- KPMG ,H(2019)screening: building social media social capital through dual screen use. *Human Communication Research* 45: 33–45.
- Lee H, Cho C-H (2020) Uses and gratifications of smart speakers: modelling the effectiveness of smart speaker advertising. *International Journal of Advertising* 39: 1150–1171.
- Mikinay ,H. (2008) , " social networks and gender dimensions in use of irritation by farmers in alameda woreda, southern Tigray, Ethiopia " master of science rural development and agricultural extension ,harmala university ,p14.
- Moghadam ,B(2017) " An Explanatory Analysis of Mobile Phone Usa Pattern among Medical Students of Yazd Shahid Sadeghi University of Medical Sciences, *Global Media Journal: Persian Edition*, p18.
- Mohtasebi ,T (2010) " privacy concerns in social networks and Online communities " , The VALA2010 15TH Biennial conference and Exhibition ,Melbourne , Australia , p3.
- Ng Y-L (2020) Toward an evolutionary perspective on social media use for cooperation,*Journal of Research in Marketing*,p422
- Sam.K (2021) Communicating through or communicating with: approaching artificial intelligence from a *communication and media studies* perspective. *Communication Theory* 31: 900–910.
- Seino-Stephan Y., (2020) sharing and community promotion in professional virtual communities " *journal of information and management*, vol 47.p228.
- Tay keong ,T. (2019) , " social capital and Singapore society " Singapore : institute of policy studies. *Qualitative Research*.
- Wilson ,L. (2020) , " Developing a model for the measurement of social inclusion and social capital in regional Australia " *journal of social indicators research* ,vol75,p345.