# الانتماء للوطن لدى المراهقين على بعض مواقع التواصل الاجتماعى (الفيس بوك & اليوتيوب)

أ.د .فاتن عبد الرحمن الطنبارى
أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
د .مؤمن جبر عبدالشافى
مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
رحاب طلعت محمد على

**ملخص**

**مشكلة الدراسة:** ركزت الباحثة على موقعى يوتيوب YouTube والفيس بووك Facebook تحديدا باعتبارهما من ضمن أهم مواقع الشبكات الاجتماعية التى جذبت الشباب المراهقين إليها وهى الأكثر استخداما للشباب المراهقين. ويمكن بلورة مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى ما العلاقة بين استخدام المراهقين المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعى وانتمائهم لوطنهم؟

**أهداف الدراسة:** يتمثل الهدف الرئيسى لهذه الدراسة فى التعرف على العلاقة بين استخدام المراهقين المصريين المغتربين لشبكات التواصل الاجتماعى وانتمائهم لوطنهم.

**نوع ومنهج الدراسة:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى لا تعنى مجرد تقديم المعلومات عن الجوانب الخاضعة للدراسة فحسب بل تتعدى ذلك إلى استخلاص الدلالات منها تبعا لهدف الدراسة.

**المنهج:** فقد اعتمدت الدراسة الراهنة على منهج المسح Survey Method داخل إطار هذا المنهج تعتمد الباحثة على منهج المسح بالعينة وذلك لصعوبة أجراء المسح الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة.

**مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل المجتمع البشرى فى هذه الدراسة فى الشباب المراهقين المصريين المغتربين أبناء العاملين بالخارج. وتجرى الباحثة الجزء التطبيقى من الدراسة على عينة عمديه قوامها (٢١٠) من الشباب المراهقين المصريين المغتربين أبناء العاملين بالخارج فى دول (الإمارات والكويت والسعودية).

**أدوات الدراسة:** استخدمت الباحثة استمارة الاستقصاء عن طريق المقابلة وذلك لجمع البيانات الخاصة باستخدام المراهقين المصريين المغتربين أبناء العاملين بالخارج فى دول (الإمارات والكويت والسعودية).

**نتائج الدراسة:** وجود علاقة إرتباطية طردية داله إحصائيا بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيره على الانتماء لمصر، وذلك لأن مستوى المعنوية= ٠,٠٠١ والعلاقة قوية لأن قيمة بيرسون= ٠,٢٣٤، عدم وجود فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين وفقا للنوع الذكور والإناث الاهتمام بمتابعة القضايا التى تهم مصر من خلال مواقع التواصل الاجتماعى حيث كانت قيمة (ت)= ٠,٩٢٤ وهى غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية= ٠,٣٥٧ كما يتضح ذلك من التقارب الشديد فى المتوسط الحسابى للإناث= ١,٨١ والذكور= ١,٩٠.

**Egyptian expatriates teenagers usage of social communication websites and its relation to their nation belonging**

**Problem:** The researcher had the main concentrate on both “YouTube” and “Face Book” websites as two of the valuable social websites that attracted the teenagers, as well as they are counted as the two most impressive websites to them. Hence, the core of the study problem lies in the following Question What is the relationship between overseas Egyptian teenagers using social websites, and between the affiliations to their country?

**Objectives:** The main objective for this study as follows Identifying the relation between the overseas Egyptian teenager’s usage to the social websites and its effect on their affiliation.

**Community:** This study involves only the overseas Egyptian teenagers, children of overseas employees, out of the whole community.

**Study Sample:** The researcher undergoes the applicable part of the study on an intentional sample (210) out of the younger Egyptians; children of the

**Tools:** The researcher used a questionnaire distributed by hand for collecting information regarding the usage of overseas Egyptian teenagers; children of overseas employees working in: United Arab Emirates, Kuwait and Saudi Arabia.

**Results:** There should be a co relational statistically significance in between the users of the social websites and the national affiliation to Egypt, and that’s because the Moral level is= 0.001 and the relation is strong as the person value is= 0.234. There should be no co relational statistically significance in between the surveyors according to the type; Male or Female, about the issues affecting Egypt through the social websites as the value (x)=0.924 which is not a statistical value at a moral level= 0.357 as it is more clear when looking at the close values as for the average value for females= 1.81 and for males= 1.90

**المقدمة:**

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة فى منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، نقلة نوعية وثورة حقيقية فى عالم الاتصال، حيث انتشرت شبكة الإنترنت فى كافة أرجاء المعمورة، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة المتاحة فيها، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، التى غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

وهذه المواقع هى عبارة عن صفحات ويب على شبكة الإنترنت، يخصص بعضها للإعلان عن السلع والخدمات أو لبيع المنتجات، والبعض الآخر عبارة عن صحيفة إلكترونية تتوفر فيها للكتاب إمكانية للنشر، وللزوار كتابة الردود على المواضيع المنشورة فيها، وفرصة للنقاش بين المتصفحين، وكذلك مواقع للمحادثة (الدردشة)، وهناك المدونات الشخصية التى يجعلونها أصحابها كمحفظة خاصة يدونون فيها يومياتهم، ويضعون صورهم ويسجلون فيها خواطرهم واهتماماتهم، ومن هذه المواقع محركات البحث وبوابات ويب ومراجع حرة والمدونات ومواقع الصحف والمجلات ومواقع الصحف الإلكترونية ومواقع القنوات الفضائية ومواقع اليوتوب.

حتى ظهرت شبكات التواصل الاجتماعية مثل (الفيس بوك- تويتر- ماى سبيس- لايف بوون- هاى فايف- أوركت- تاجد- ليكند إن- يوتيوب وغيرها)، التى أتاح البعض منها مثل: (الفيس بوك) تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية، والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين.

ويسجل لهذه الشبكات كسر احتكار المعلومة، كما إنها شكلت عامل ضغط على الحكومات والمسئولين، ومن هنا بدأت تتجمع وتتحاور بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات، تحمل أفكارا ورؤى مختلفة، متقاربة أو موحدة أحيانا، مما أثرت هذه الحوارات على تلك الشبكات وزادتها غنى، وجعلت من الصعب جدا على الرقابة الوصول إليها، أو السيطرة عليها، أو لجمها فى حدود معينة.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعية هى الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية، مما شجع متصفحى الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، فى الوقت الذى تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية، وبالرغم من الانتقادات الشديدة التى تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام وخصوصا موقع (الفيس بوك)، والتى تتهمه تلك الانتقادات بالتأثير السلبى والمباشر على المجتمع الأسري، والمساهمة فى انفراط عقده وانهياره، فإن هناك من يرى فيه وسيلة مهمة للتنامى والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدوره الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة فى الهبات والانتفاضات الجماهيرية.

وقد حرصت المجتمعات المتقدمة على تعميق الشعور بالانتماء لدى شبابها؛ لأنه يمثل حجر الزاوية فى حياة تلك المجتمعات واستقرارها وتماسكها؛ بل ومن الدوافع الرئيسية لتقدمها، والنجاح فى تحقيق الانتماء يعنى أن هناك أناس يسبحون فى اتجاه السفينة، ولا يضيعون وقتهم فى انتظارها.

وتتطلب الممارسة العملية لسلوك الانتماء والمواطنة فى المجتمع، أن يستطيع الفرد أن يشارك بنفسه فى أنشطة المجتمع المختلفة، وبدون تمييز أو وجود أى عقبات روتينية، وأن يحصل على حقوقه وحريته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية، والتى يكفلها له الدستور والقوانين وليس الأفراد.

وعاطفة الانتماء للوطن تتطلب شعور المواطن بالأمان الاقتصادى والسياسى والاجتماعى فى وطنه؛ حيث يكون ذلك الحافز هو الوقود الذى يحرك دوافع الانتماء والمواطنة لديه، مما يترتب عليه زيادة الإنتاج؛ حيث أن الشعور بالانتماء والمواطنة لدى الإنسان يتزايد مع ارتفاع مستوى الحياة التى تؤدى بالمواطن إلى تعزيز كرامته فى وطنه.

ومن الأهمية التعرف على المفاهيم الصحيحة التى تزايد تداولها فى السنوات الأخيرة فى ظل المتغيرات العالمية التى نتج عنها الكثير من الخلافات والصراعات المحلية والعالمية، فالانتماء ليس مصطلح يستخدم فى الأغراض السياسية فقط، ولكنه مفهوما فلسفيا متحركا، يمكن إدراكه فى ضوء مرحلة تاريخية محددة، وفى إطار اجتماعى بذاته، وهو نتاج للعديد من المعطيات والمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية فى المجتمع.

وإذا كان الانتماء يعمل على بناء وتنمية العلاقات الاجتماعية السليمة، فإن الولاء يعمل على جعل الانتماء واقعا وحقيقة ثابتة، ويمثل الولاء المدخل الصحيح للانتماء؛ حيث أنه بدون حدوث الولاء سوف يصبح الانتماء شكليا أو مظهريا، وبالتالى يتم تفريغ العلاقات الاجتماعية من مضمونها.

**مشكلة الدراسة:**

ركزت الباحثة على موقعى يوتيوب YouTube والفيس بووك Facebook تحديدا باعتبارهما من ضمن أهم مواقع الشبكات الاجتماعية التى جذبت المراهقين إليها وهى الأكثر استخداما لديهم. ونظرا لأهمية تلك المواقع والأكثر استخداما للمراهقين فيمكن من خلالها التعرف على مدى انتماء المراهقين المصريين لبلادهم مصر، ويمكن بلورة مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى ما العلاقة بين استخدام المراهقين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى وانتمائهم لوطنهم؟

**أهمية الدراسة:**

يكتسب موضوع الدراسة بهذا التحديد أهمية خاصة فى الوقت الراهن وهو يحاول أن يتناول استخدام المراهقين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعى وتأثير ذالك الاتصال على الانتماء لديهم، وعلى ضوء الاعتبارات التالية.

١. الأهمية النظرية:

أ. توجد ندرة فى الدراسات السابقة التى تناولت (العلاقة بين استخدام المراهقين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى وانتمائهم لوطنهم)، وخصوصا الدراسات العربية، وتعتبر هذه الدراسة واحدة من أوائل الدراسات التى ستجرى فى هذا المجال والتى تفيد العاملين بالمجال الإعلامى.

ب. يمس موضوع البحث جوهر المجتمع وكيانه الأمنى والقومي، وهو الانتماء والهوية الوطنية.

٢. الأهمية التطبيقية: يمكن من خلال نتائج هذه الدراسة الوقوف على مدى استخدام المراهقين المصريين لهذه الشبكات ودور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية الانتماء الوطنى وذلك من خلال معرفة الشبكات الأكثر استخداما وما الذى تقدمة لتنمية الانتماء لدى شباب المراهقين المصريين.

**أهداف الدراسة:**

يتمثل الهدف الرئيسى لهذه الدراسة فى الهدف التالى التعرف على العلاقة بين استخدام المراهقين المصريين لشبكات التواصل الاجتماعى وانتمائهم لوطنهم. ويمكن تحقيق الهدف الرئيسى من خلال عدة أهداف منها:

١. التعرف على ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعى لتنمية الانتماء لدى المراهقين المصريين.

٢. التعرف على مدى اهتمام المراهقين المصريين بشبكات التواصل الاجتماعى.

٣. التعرف على الأسباب التى تجعل المراهقين المصريين الشعور سواء بالانتماء أو عدم الانتماء لوطنهم.

**الدراسات السابقة:**

- المحور الأول الدراسات التى تناولت مواقع التواصل الاجتماعى:

١. دراسة (اينهارد أماند، كريستين بورسيل، آرون سميث، كاثرين ذيكاهر) (٢٠١٠)[1] بعنوان وسائل الإعلام الاجتماعية والشباب، وتهدف الدراسة بالتعرف على استخدامات الشباب الوسائط الاتصالية الاجتماعية والإشباعات المتحققة منها مع البحث عن الأسباب التى قد تجعل الشباب يعزف أو يقترب من تلك الوسائل أو الوسائط. وقد طبقت الدراسة على عينة من المراهقين والشباب (١٢- ٢٩)، قسمت إلى فئتين عمريتين كالتالي: فئة المراهقين (١٢- ١٧) وفئة الشباب (١٨- ٢٩) وتم أخذ الفيس بوك Facebook كوسيط اتصالى اجتماعى فى الفترة من ٢٠٠٦ وحتى ٢٠٠٩. وكشفت الدراسة عن انخفاض المدونات بين المراهقين وصغار البالغين (١٢:١٧) وارتفاع متواضع بين البالغين (١٨- ٢٩) فى عام ٢٠٠٦، انخفض أكثر بحلول عام ٢٠٠٩ كالتالي: ١٤% من المراهقين (١٢- ١٧) و١٥% من البالغين الشبان (١٨- ٢٩) وأرجعت الدراسة هذا الانخفاض فى المدونات بين مستخدمى الانترنت الأصغر إلى التغيرات فى استخدام الشبكة الاجتماعية من قبل المراهقين وصغار البالغين حيث بلغ مستخدموا شبكة الإنترنت من المراهقين (١٢- ١٧) ٧٣% كما استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى

٧٢% من الشباب (١٨- ٢٩)، كما بينت الدراسة متابعة ٨% فقط من المراهقين (١٢- ١٧) للمجموعات الغنائية Twitter و٧٣% من الشباب (١٨- ٢٩) يستخدموا الفيس بوك، و٤٨% لديهم صورة على ماى سبيس.

٢. دراسة وكالة (The Associated Press) بالتعاون بين جامعات كاليفورنيا وبيركلى وبنسلفانيا (Researchers at the University of California, Berkeley and the University of Pennsylvania (2010)[2] بعنوان الشباب لا يهتمون بالخصوصية على شبكة الإنترنت، وكان الهدف من الدراسة التعرف على مواقف الشباب تجاه ذيوع المعلومات الخاصة التى تهمهم على الشبكات الاجتماعية على الإنترنت خصوصا مع وجود هذا الكم الهائل من الإعلانات التى لا تهتم إلا بجذب الجمهور نحو السلعة على حساب على قيمة أخرى، أيضا هذا الكم من الرسائل التى تحتوى على شتائم وألفاظ بذيئة، وتبادل الصور الشخصية على شبكة الإنترنت كل هذا جعل الجهات البحثية تقدم على هذا الموضوع. وطبقت الدراسة على ١٠٠٠ من المواطنين الأمريكيين ممن يزيد أعمارهم هلى ١٨ سنة لمعرفة موقفهم من استغلال المديريين التنفيذيين لبعض معلوماتهم الخاصة ونشرها لأى أسباب، وكانت أهم النتائج رفض ٨٨% من جميع الأعمار الكشف عن معلوماتهم الخاصة لرجال الأعمال لأنهم يعتقدون أنها شخصية ولا لزوم لها؛ ٨٢% من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨- ٢٤)، ووافق٨٤% من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨- ٢٤) على نشر ما يخصه من صورة أو فيديو، وفيما يخص العقوبة اقترح ٤٠% من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٨- ٢٤) على عقاب المديريين التنفيذيين بعقوبة السجن إذا استخدم معلومات تخص أى شخص بطريقة غير شرعية.

٣. دراسة رضا عبدالواجد أمين (٢٠١٠)[3] بعنوان استخدامات الشباب الجامعى لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، وركزت الدراسة على ظاهرة الإعلام الجديد وكان الهدف منها التعرف على الآتي ماهية موقع يوتيوب، مدى استخدام الشباب الجامعى لهذا الموقع ومعرفتهم له، وطبيعة استخدام الشباب الجامعى لإعلام يوتيوب من حيث نمط الاستخدام وموقعة، دوافع استخدام الشباب الجامعى ليوتيوب، مدى تعرض الشباب الجامعى لمواقع ملفات الفيديو يوتيوب، الاشباعات المتحققة للشباب الجامعى من استخدامات مواقع لقطات الفيديو وخاصة يوتيوب، مستوى الثقة فى إعلام يوتيوب، درجة مناسبة المضمون المقدم فى يوتيوب مع الثقافة العربية والإسلامية. وقام الباحث بتعريف كلا من الإعلام الجديد والإعلام الشبكى والإعلام الرقمى والإعلام الالكترونى والإعلام الشعبى فى اطار دراسة وصفية قامت بتحليل مضمون عينة من مواقع يوتيوب، كما عملت على استبانه ١٢٢ مفردة من طلاب وطالبات جامعات مملكة البحرين موزعين على الجامعات العامة والخاصة وتم سحب هذه العينة من أربع جامعات هم (البحرين، المملكة، الأهلية، دلمون). وأسفرت النتائج عن أن الشباب الجامعى فى مملكة البحرين يستخدموا الانترنت بشكل كثيف، كما يستخدم نسبة ٨٧,٧% من عينة الدراسة موقع يوتيوب، وتمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعى لموقع يوتيوب هو التعرف على الأخبار الهامه المصورة واللقطات النادرة والتسلية والترفيه والرغبة فى مشاهدة أجزاء من برامج التليفزيون التى لم يتمكن من مشاهدتها، كما توصلت الدراسة إلى أن المواد الفيلمية المأخوذة من القنوات التليفزيونية هى الأكثر تفضيلا لدى الشباب عينة الدراسة والمقاطع السياسية الهامة والنادرة والمواد الفنية المتمثلة فى الأفلام والمسرحيات والأغانى ثم الملفات الشخصية.

٤. دراسة Toma (2010)[4] بعنوان تأكيد الذات فى شبكة الانترنت دوافع ومزايا وعواقب استخدام موقع فيس بوك Facebook، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات النفسية لموقع الفيس بوك فى المستخدمين وفقا لنظرية تأكيد الذات التى تشير إلى علاقة البيانات والمعلومات التى يضعها المستخدمون فى صفحاتهم الشخصية بتدعيم الإحساس بالذات والحالة العاطفية لديهم. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها إن التعرض للصفحات الشخصية فى موقع فيس يؤثر ايجابيا فى المستخدمين، حيث يشعرهم بحب الآخرين لهم ودعمهم وتوصلهم معهم كما انه من جانب أخر يدفعهم إلى الإحساس بالعطاء والشعور برد الجميل للآخرين.

- المحور الثاني الدراسات التى تناولت الانتماء:

١. دراسة والز (٢٠٠٨)[5] O. Walz بعنوان العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة لمواقع الشبكات الاجتماعية وشهورهم بالانتماء، وهدفت الدراسة إلى تحليل العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة لمواقع الشبكات الاجتماعية وشعورهم بالانتماء، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب جامعة قوامها ١٤١ طالب. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن نسبة ٩٨% من الطلاب تمتلك حسابا شخصيا فى مواقع الفيس بوك Facebook، وترى نسبة ٩٣% منهم ان المواقع من المواقع الاجتماعية المفضلة لديهم. وأنه توجد علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائيا بين عدد ساعات استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك Facebook وعدد أصدقائهم فيها وشعورهم بالانتماء. وإن الإناث اللائى ينغمسن فى موقع الفيس بوك Facebook ترتفع مستويات الانتماء لديهن أكثر من الذكور.

٢. دراسة عبير رشدى زكا قلدس (٢٠١٠)[6] بعنوان صورة مصر عند الأسرة المتزوجة زواج مختلط وعلاقتها بانتماء الأبناء. وتهدف الدراسة الى التعرف على العلاقة بين صورة مصر لدى عينة من الأمهات المتزوجات من غير المصريين وعلاقتها بالانتماء لدى الأبناء، وأيضا التعرف على ما إذا كان هناك فروق بين صورة مصر والانتماء عند أفراد العينة أم لا، وتمثلت عينة الأمهات فى (٣١) أم متزوجة من غير المصريين، (٣٣) أم متزوجة من المصريين، وتمثلت عينة الأبناء فى (٣١) أبناء لأمهات متزوجات من المصريين واستخدمت الدراسة مقياس صورة مصر ومقياس صورة الأم وصورة الأب وأخيرا مقياس الانتماء. ومن أهم نتائج هذه الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائيا فى متوسط درجات مقياس صورة الأم بين أبناء الأمهات المتزوجات من غير المصريين وأبناء المتزوجات من المصريين فى أربعة وست عوامل مكونة لمقياس صورة الأم، ولا توجد فروق دالة إحصائيا فى متوسط درجات صورة الأب بين أبناء الأمهات المتزوجات من غير المصريين وأبناء المتزوجات من المصريين.

٣. دراسة ظاهر محسن هانى الجبوري (٢٠١٠)[7] بعنوان مفهوم المواطنة لدى طلبة الجامعة دراسة ميدانية لطلبة جامعة بابل، وتتجلى أهمية الدراسة فى علم الاجتماع بقيمته وواقعية أهدافه وإمكانية تحقيقها؛ لذلك فإن هذا البحث يهدف إلى استقراء طبيعة مفهوم المواطنة لدى طلبة الجامعة، والوقوف على الفروق بين طلبة الجامعة فيما يتعلق بالمواطنة ومتغير الجنس، الخلفية الاجتماعية، المستوى الاقتصادى، ومستوى تعليم الوالدين. وهى تعد من الدراسات الوصفية التحليلية؛ تم اعتماد منهج المسح الاجتماعى الذى يستدعى تحديد مجتمع الدراسة واختيار عينة مناسبة يمكن أن تمثل ذلك المجتمع بدرجة ما وقد اعتمد الباحث لغرض الحصول على البيانات والمعلومات من مجتمع البحث على الاستمارة الاستبيان والتى تضمنت بعض الأسئلة ذات العلاقة بموضوع البحث، هذا بالإضافة إلى اعتماد المقابلة والملاحظة البسيطة كوسائل للحصول المعلومات إثناء العمل الميداني. وتشكل مجتمع البحث من الذكور والإناث من طلبة جامعة بابل وللمراحل الدراسية كافة؛ إذ بلغ عددهم (١٣١٥٠)، ونظرا لتجانس مجتمع البحث فقد تم سحب عينة عشوائية طبقية تمثل (٣%) من مجتمع البحث الكلى. وبالتالى بلغ مجموع العينة (٣٩٤) طالب وطالبة من الدراسة الصباحية فقط. وكانت أهم نتائج الدراسة مجئ مفهوم المواطنة عند الطلبة المبحوثين بين المقياس المكون من عدد من الفقرات إن ٤٥,٤% منهم يتمتعون بدرجة عالية من المواطنة، مقابل ٣٠,٢% بمستوى وسط، و٢٤,٤% بمستوى ضعيف. كما تبين إن هنالك علاقة معنوية بين جنس ومفهوم المواطنة إذ اتضح إن الإناث أكثر مواطنة من الذكور، والشيء نفسه عن العراقة بين مفهوم المواطنة والخلفية الاجتماعية، إذ ظهر إن ذوى الخلفية الحضرية أكثر مواطنة من غيرهم. أما عن العلاقة بين المستوى الاقتصادى ومفهوم المواطنة فقد أيدت الدلائل عن إن الطلبة من الطبقة المتوسطة هم أكثر مواطنة من غيرهم، هذا ولم تتضح أية علاقة بين مفهوم المواطنة والحالة التعليمية للوالدين.

**التعليق على الدراسات السابقة:**

لا شك أن للدراسات السابقة أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين الأكاديميين، أو المعاهد والجامعات ومراكز الأبحاث، أو الشركات والمؤسسات البحثية عند القيام بأى بحث علمى معتمد ورصين، وقد يستفيد من هذه الدراسات الباحثون أو الجهات البحثية الأخرى، إذا كانت تتعلق بمواضيع بحوثهم أو تقترب منها فى الإجابة على تساؤلات الدراسة وصياغة فروضها وتحقيق أهدافها، ومن خلالها يتوصل الباحثون إلى نتائج واستنتاجات ومقترحات

قد تسهم فى إثراء مواضيعهم البحثية، والتى من شأنها أن تعوض النقص الحاصل فى الدراسات التى سبقتها، ويلاحظ أن معظم الدراسات السابقة التى اعتمدتها الباحثة فى هذه الدراسة، قد تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من هذه الدراسة، وأشارت إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعى ودورها فى إحداث نقلة نوعية فى مفهوم وسائل الإعلام كافة، وركزت على دورها فى تدعيم الانتماء للوطن.

وتناولت مواقع التواصل الاجتماعى وأهميتها وأنواعها وآفاقها، وتوقفت معظمها عند المواقع الاجتماعية، التى أصبحت فى متناول أى متصفح لشبكة الإنترنت، بالرغم من التعامل الحذر معها الذى أكدت عليه بعض الدراسات، وتأثيراتها السلبية المنظورة وغير المنظورة على جيل الشباب والمراهقين، إلا أن معظم الدراسات أكدت على الدور الإيجابى الذى تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي، فى التقارب بين الشعوب من خلال تقديم الأخبار والمعلومات وتبادل الثقافات، والخروج على سلطة الرقيب وإتاحة المجال لإبداء الرأى وحرية الاختيار، والدور المتميز الذى لعبته شبكات التواصل الاجتماعى (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب)، فى أحداث الانتماء مما أدى بدوره الى (ثورات الربيع العربي).

**نوع ومنهج الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى لا تعنى مجرد تقديم المعلومات عن الجوانب الخاضعة للدراسة فحسب بل تتعدى ذلك إلى استخلاص الدلالات منها تبعا لهدف الدراسة، فقد اعتمدت الدراسة الراهنة على منهج المسح Survey Method داخل إطار هذا المنهج تعتمد الباحثة على منهج المسح بالعينة وذلك لصعوبة أجراء المسح الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة.

**مجتمع وعينة الدراسة:**

مجتمع الدراسة البشرى يتمثل فى المراهقين المصريين حيث تجرى الباحثة الجزء التطبيقى من الدراسة على عينة عمديه قوامها (٢١٠) من الشباب المراهقين المصريين.

**أدوات الدراسة:**

استخدمت الباحثة استمارة استقصاء عن طريق المقابلة وذلك لجمع البيانات الخاصة باستخدام المراهقين المصريين للمواقع.

**فروض الدراسة:**

١. الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعى والانتماء للوطن.
٢. الفرض الثانى: لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين وفقا للنوع والاهتمام بمتابعة القضايا التى تهم مصر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إمداد مواقع التواصل الاجتماعى (الفيس بوك& اليوتيوب) للمراهقين بالمعلومات على القضايا المتعلقة بمصر وفقا للنوع.

**نتائج الدراسة:**

- المواقع التى يزورها عينة الدراسة:

جدول (١) يوضح ترتيب المواقع التى يزورها عينة الدراسة

| المواقع | الترتيب | | | | | | | | الوزن المرجح | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | الأول | | الثاني | | الثالث | | الرابع | | | |
| | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | | |
| فيس بوك | ١٥٤ | ٧٣,٣ | ٤٢ | ٢٠,٠ | ٧ | ٣,٣ | ٧ | ٣,٣ | ٣,٥٧ | ١ |
| يوتيوب | ٢٢ | ١٠,٥ | ١٣٠ | ٦١,٩ | ١٣ | ٦,٢ | ٤٥ | ٢١,٤ | ٢,٨٢ | ٢ |
| تويتر | ٢٠ | ٩,٥ | ٢٧ | ١٢,٩ | ١٣٤ | ٦٣,٨ | ٢٩ | ١٣,٨ | ٢,٣٩ | ٣ |
| ماى سبيس | ١٦ | ٧,٦ | ١٤ | ٦,٧ | ١٤ | ٦,٧ | ١٦٦ | ٧٩,٠ | ١,٣٧ | ٤ |

من خلال بيانات الجدول السابق أشارت نتائج ترتيب المواقع التى يزورها الأفراد عينة الدراسة الميدانية إلى أن الفيس بوك جاء فى الترتيب الأول بوزن مرجح قدره (٣,٥٧) بينما تلاه فى المرتبة الثانية اليوتيوب بوزن مرجح قدره (٢,٨٢) كما جاء تويتر فى المركز الثالث بوزن مرجح قدره (٢,٣٩) ثم جاء ماى سبيس فى المرتبة الرابعة بوزن مرجح قدره (١,٣٧).

- أسباب المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعى على شبكة الإنترنت:

جدول (٢) يوضح أسباب المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعى

| العبارات | المقياس | الاستجابات | | الانحراف المعيارى | المتوسط | النتيجة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ك | % | | | |
| التعرف على الأخبار والمعلومات | دائما | ٧١ | ٣٣,٨ | ٠,٦٦٤ | ١,٦٦ | أحيانا |
| | أحيانا | ٧١ | ٣٣,٨ | | | |
| | لا | ١٧ | ٨,١ | | | |
| لتكوين رأى حول القضايا المثاره | دائما | ٣٧ | ١٧,٦ | ٠,٧٣٤ | ٢,٠٨ | أحيانا |
| | أحيانا | ٧٣ | ٣٤,٨ | | | |
| | لا | ٤٩ | ٢٣,٣ | | | |
| لأجد معلومات أتناقش حولها مع الآخرين | دائما | ٤٤ | ٢١,٠ | ٠,٧٣١ | ١,٩٧ | أحيانا |
| | أحيانا | ٧٤ | ٣٥,٢ | | | |
| | لا | ٤٠ | ١٩,٠ | | | |
| للاستفادة من الخدمات المتنوعة التى تقدمها | دائما | ٧٧ | ٣٦,٧ | ٠,٦٢٩ | ١,٥٩ | دائما |
| | أحيانا | ٧٠ | ٣٣,٣ | | | |
| | لا | ١٢ | ٥,٧ | | | |
| للتخلص من الملل وشغل وقت الفراغ | دائما | ١٠٤ | ٤٩,٥ | ٠,٦٥٣ | ١,٥٩ | دائما |
| | أحيانا | ٨٥ | ٤٠,٥ | | | |
| | لا | ١٩ | ٩,٠ | | | |
| لأن بها من الأخبار ما لا أجده فى وسائل الأعلام التقليدية | دائما | ٧٤ | ٣٥,٢ | ٠,٦٨٨ | ١,٨٠ | أحيانا |
| | أحيانا | ١٠١ | ٤٨,١ | | | |
| | لا | ٣٢ | ١٥,٢ | | | |
| اعرف كل ما هو جديد | دائما | ١١٨ | ٥٦,٢ | ٠,٦٥٨ | ١,٥٣ | دائما |
| | أحيانا | ٧٢ | ٣٤,٣ | | | |
| | لا | ١٩ | ٩,٠ | | | |
| اعمل كومنتات | دائما | ٧٤ | ٣٥,٢ | ٠,٧٢٨ | ١,٨٤ | أحيانا |
| | أحيانا | ٩٣ | ٤٤,٣ | | | |
| | لا | ٤١ | ١٩,٥ | | | |
| التسليه والترفية | دائما | ١٠٧ | ٥١,٠ | ٠,٦٨٧ | ١,٦٠ | دائما |
| | أحيانا | ٧٨ | ٣٧,١ | | | |
| | لا | ٢٤ | ١١,٤ | | | |
| للدردشة | دائما | ٩٦ | ٤٥,٧ | ٠,٧٤٤ | ١,٧١ | أحيانا |
| | أحيانا | ٧٦ | ٣٦,٢ | | | |
| | لا | ٣٦ | ١٧,١ | | | |
| أتصفحها بحكم التعود | دائما | ٧١ | ٣٣,٨ | ٠,٧٨٠ | ١,٩٣ | أحيانا |
| | أحيانا | ٨١ | ٣٨,٦ | | | |
| | لا | ٥٦ | ٢٦,٧ | | | |

من خلال بيانات الجدول السابق أشارات أسباب المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعى على شبكة الإنترنت على الأفراد عينة الدراسة الميدانية إلى أن المتابعة جاءت أحيانا للأسباب التالية (التعرف على الأخبار والمعلومات، لتكوين رأى حول القضايا المثارة، لأجد معلومات أتناقش حولها مع الآخرين، لأن بها من الأخبار ما لا أجده فى وسائل الأعلام التقليدية، اعمل كومنتات، للدردشة، أتصفحها بحكم التعود)، كما جاءت المتابعة دائما للأسباب التالية (للاستفادة من الخدمات المتنوعة التى تقدمها، للتخلص من الملل وشغل وقت الفراغ، اعرف كل ما هو جديد، التسلية والترفية).

- أثر متابعة مواقع التواصل الأجتماعى على الانتماء لمصر:

جدول (٣)

| التأثير على الانتماء | الاستجابات | | ت |
|---|---|---|---|
| | ك | % | |
| أصبحت أشعر بالانتماء إلى حدا ما | ٨٦ | ٤١ | ١ |
| أثرت فى انتمائى بشده | ٦٣ | ٣٠,٠ | ٢ |
| لم تؤثر فى انتمائى على الأطلاق | ٦١ | ٢٩,٠ | ٣ |
| الإجمالي | ٢١٠ | %١٠٠,٠ | |

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن هل أثرت متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعى على انتمائك لمصر جاءت فى المرتبة الأولى أصبحت أشعر بالانتماء إلى حدا ما بنسبة ٤١%، ثم المرتبة الثانية أثرت فى انتمائى بشده بنسبة ٣٠,٠%، ثم المرتبة الثالثة لم تؤثر فى انتمائى على الإطلاق بنسبة ٢٩,٠%.

- أثر متابعة مواقع التواصل الاجتماعى على الانتماء لمصر وفقا للنوع:

جدول (٤)

| المتابعة | | النوع | | الاجمالى |
|---|---|---|---|---|
| | | ذكر | أنثى | |
| أثرت فى انتمائى بشده | ك | ٢٦ | ٣٧ | ٦٣ |
| | % | %١٢,٤ | %١٧,٧ | %٣٠,١ |
| أصبحت أشعر بالانتماء إلى حدا ما | ك | ٤٣ | ٤٣ | ٨٦ |
| | % | %٢٠,٢ | %٢٠,٦ | %٤٠,٧ |
| لم تؤثر فى انتمائى على الإطلاق | ك | ٣٦ | ٢٥ | ٦١ |
| | % | %١٧,٢ | %١٢,٠ | %٢٩,٢ |
| الاجمالى | ك | ١٠٥ | ١٠٥ | ٢١٠ |
| | % | %٥٠ | %٥٠ | %١٠٠,٠ |

كا$^{2}$= ٣,٩١١a درجات الحرية= ٢ مستوى المعنوية= ٠,١٤١

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن:

- بالنسبة للذكور: جاءت أعلى نسبة أصبحت أشعر بالانتماء إلى حدا ما بنسبة ٢٠,٢% ثم جاءت نسبة لم تؤثر فى انتمائى على الإطلاق بنسبة ١٧,٢% ثم جاءت نسبة أثرت فى انتمائى بشده بنسبة ١٢,٤%.
- بالنسبة للإناث: جاءت أعلى نسبة أصبحت أشعر بالانتماء إلى حدا ما بنسبة ٢٠,٦% ثم جاءت نسبة أثرت فى انتمائى بشده بنسبة ١٧,٧% ثم جاءت نسبة لم تؤثر فى انتمائى على الأطلاق بنسبة ١٢,٠%.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور- إناث) فى هل أثرت متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعي علي انتمائك لمصر؟ حيث كانت قيمة كا$^{2}$= ٣,٩١١a عند درجة حرية= ٢، وهى غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة= ٠,١٤١

- هل لك صفحة شخصية على الفيس بوك؟:

جدول (٥)

| الصفحة الشخصية | الاستجابات | | ت |
|---|---|---|---|
| | ك | % | |
| نعم | ١٨٢ | ٨٦,٧ | ١ |
| لا | ٢٨ | ١٣,٣ | ٢ |
| الإجمالي | ٢١٠ | %١٠٠,٠ | |

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن امتلاك صفحة شخصية على الفيس بوك جاء فى المرتبة الأولى نعم بنسبة ٨٦,٧%، ثم المرتبة الثانية لا بنسبة ١٣,٣%.

- عدد ساعات متابعة موقع الفيس بوك فى اليوم:

جدول (٦)

| ساعات المتابعة | الاستجابات | | ت |
|---|---|---|---|
| | ك | % | |
| من ساعة: أقل من ساعتين. | ٧٩ | ٣٧,٦ | ١ |
| من ٢: أقل من ٤ ساعات. | ٥٥ | ٢٦,٢ | ٢ |
| أقل من ساعة. | ٤٥ | ٢١,٤ | ٣ |
| من ٤: أقل من ٦ ساعات. | ٢١ | ١٠,٠ | ٤ |
| أكثر من ٦ ساعات. | ١٠ | ٤,٨ | ٥ |
| الإجمالي | ٢١٠ | %١٠٠,٠ | |

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن ترتيب متابعة موقع الفيس بوك فى اليوم فى المرتبة الأولى من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة ٣٧,٦% ثم المرتبة الثانية من ٢ إلى أقل من ٤ ساعات بنسبة ٢٦,٢% ثم المرتبة الثالثة أقل من ساعة بنسبة ٢١,٤% ثم المرتبة الرابعة من ٤ إلى أقل من ٦ ساعات بنسبة ١٠,٠% ثم المرتبة الخامسة أكثر من ٦ ساعات بنسبة ٤,٨%.

- الانضمام الى مجموعات الفيس بوك:

جدول (٧)

| الانضمام | الاستجابات | | ت |
|---|---|---|---|
| | ك | % | |
| أحيانا | ١٢٥ | ٥٩,٥ | ١ |
| دائما | ٤٣ | ٢٠,٥ | ٢ |
| لا | ٤٢ | ٢٠,٠ | ٣ |
| الإجمالي | ٢١٠ | ١٠٠,٠ | |

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن الانضمام إلى مجموعات الفيس بوك جاء فى المرتبة الأولى أحيانا بنسبة ٥٩,٥%، ثم المرتبة الثانية دائما بنسبة ٢٠,٥%، ثم المرتبة الثالثة لا بنسبة ٢٠,٠%.

- امتلاك حساب على اليوتيوب:

جدول (٩)

| امتلاك حساب على اليوتيوب | الاستجابات | |
|---|---|---|
| | ك | % |
| نعم | ٢١٠ | ١٠٠,٠ |
| الإجمالي | ٢١٠ | ١٠٠,٠ |

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن امتلاك حساب على اليوتيوب جاء بنسبة ١٠٠% وذلك ربما مرجعه لأن العينة عمديه ممن يمتلكون حساب على اليوتيوب.

- عدد ساعات تقضيها على اليوتيوب فى اليوم:

جدول (١٠)

| الساعات | الاستجابات | | ت |
|---|---|---|---|
| | ك | % | |
| من ساعة: أقل من ساعتين. | ٨٧ | ٤١,٤ | ١ |
| أقل من ساعة. | ٧٤ | ٣٥,٢ | ٢ |
| من ٢: أقل من ٤ ساعات. | ٢٨ | ١٣,٣ | ٣ |
| من ٤: أقل من ٦ ساعات. | ١٦ | ٧,٦ | ٤ |
| أكثر من ٦ ساعات. | ٥ | ٢,٤ | ٥ |
| الإجمالي | ٢١٠ | ١٠٠,٠ | |

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن عدد الساعات تقضيها على اليوتيوب فى اليوم جاء على الترتيب التالى فى المرتبة الاولى من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة ٤١,٤% ثم المرتبة الثانية أقل من ساعة بنسبة ٣٥,٢% ثم المرتبة الثالثة من ٢ إلى أقل من ٤ ساعات بنسبة ١٣,٣% ثم المرتبة الرابعة من ٤ إلى أقل من ٦ ساعات نسبة ٧,٦% ثم المرتبة الخامسة أكثر من ٦ ساعات بنسبة ٢,٤%.

- إمداد موقع اليوتيوب بالمعلومات التى تساعدك على التعليق على القضايا المتعلقة بمصر:

جدول (١١)

| الإمداد بالمعلومات | الاستجابات | | ت |
|---|---|---|---|
| | ك | % | |
| أحيانا | ١١٨ | ٥٦,٢ | ١ |
| دائما | ٤٧ | ٢٢,٤ | ٢ |
| لا | ٤٥ | ٢١,٤ | ٣ |
| الإجمالي | ٢١٠ | ١٠٠,٠ | |

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أنه جاء إمداد موقع اليوتيوب بالمعلومات التى تساعدك على التعليق على القضايا المتعلقة بمصر فى المرتبة الأولى أحيانا بنسبة ٥٦,٢% ثم المرتبة الثانية دائما بنسبة ٢٢,٤% ثم المرتبة الثالثة لا بنسبة ٢١,٤%.

- إمداد موقع اليوتيوب بالمعلومات التى تساعدك على التعليق على القضايا المتعلقة بمصر وفقا للنوع:

جدول (١٢)

| التعليق على القضايا | | النوع | | الاجمالى |
|---|---|---|---|---|
| | | ذكر | أنثى | |
| دائما | ك | ١٧ | ٢٩ | ٤٦ |
| | % | %٨,١ | %١٣,٨ | %٢١,٩ |
| أحيانا | ك | ٦٠ | ٥٩ | ١١٩ |
| | % | %٢٨,٦ | %٢٨,١ | %٥٦,٧ |
| لا | ك | ٢٨ | ١٧ | ٤٥ |
| | % | %١٣,٣ | %٨,١ | %٢١,٤ |
| الاجمالى | ك | ١٠٥ | ١٠٥ | ٢١٠ |
| | % | %٥٠,٠ | %٥٠,٠ | %١٠٠,٠ |

كا$^{2}$= ٥,٨٤٩a درجات الحرية= ٢ مستوى المعنوية= ٠,٥٤

من خلال بيانات الجدول السابق يتبين أن:

- بالنسبة للذكور: جاءت أعلى نسبة أحيانا بنسبة ٢٨,٦% ثم جاءت نسبة لا بنسبة ١٣,٣ % ثم جاءت نسبة دائما بنسبة ٨,١%.
- بالنسبة للإناث: جاءت أعلى نسبة أحيانا بنسبة ٢٨,١% ثم جاءت نسبة دائما بنسبة ١٣,٨% ثم جاءت نسبة لا بنسبة ٨,١%.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين (ذكور- إناث) فى هل يمدك موقع

اليوتيوب بالمعلومات التي تساعدك علي التعليق علي القضايا المتعلقة بمصر؟ حيث كانت قيمة كا٢= ٥,٨٤٩ عند درجة حرية= ٢، وهى دالة إحصائيا عند مستوى دلالة= ٠,٠٥.

**أهم نتائج الدراسة:**

١. وجود علاقة إرتباطية طردية داله إحصائيا بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيره على الانتماء لمصر، وذلك لأن مستوى المعنوية= ٠,٠١ والعلاقة قوية لأن قيمة بيرسون= ٠,٢٣٤

٢. عدم وجود فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين وفقا للنوع الذكور والإناث الاهتمام بمتابعة القضايا التى تهم مصر من خلال مواقع التواصل الاجتماعى حيث كانت قيمة (ت) = ٠,٩٢٤ وهى غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية= ٠,٣٥٧ كما يتضح ذلك من التقارب الشديد فى المتوسط الحسابى للإناث= ١,٨١ والذكور= ١,٩٠.

٣. عدم وجود فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين وفقا للنوع الذكور والإناث إمداد موقع اليوتيوب للمراهقين بالمعلومات عن القضايا المتعلقة بمصر حيث كانت قيمة (ت)= ١,٢٥٣ وهى غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية= ٠,٢١٢ كما يتضح ذلك من التقارب الشديد فى المتوسط الحسابى للإناث= ١,٧٤ والذكور= ١,٨٦.

٤. توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين وفقا للنوع (الذكور والإناث) فى إمداد موقع الفيس بوك للمراهقين بالمعلومات عن القضايا المتعلقة بمصر حيث كانت قيمة (ت)= ٢,٤٣٤ وهى دالة إحصائيا عند مستوى معنوية= ٠,١٦ كما يتضح أن الذكور تتحقق لهم إمداد موقع الفيس بوك بالمعلومات عن القضايا المتعلقة بمصر أكثر من الإناث حيث أن المتوسط الحسابى للإناث= ١,٨٩ مقابل الذكور= ٢,١٠ وتشير الدلالة لصالح الذكور.

**المراجع:**


١. رضا عبدالواجد أمين: **استخدامات الشباب الجامعى لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت**، دراسة منشورة على شبكة الإنترنت، (مملكة البحرين: جامعة البحرين، ٢٠١٠)، متاح على www.nmconf.uob.edu.bh/download/arabic_articles /022. pdf

٢. ظاهر محسن هانى الجبوري. مفهوم المواطنة لدى طلبة الجامعة دراسة ميدانية لطلبة جامعة بابل، بحث منشور، **مجلة جامعة بابل العلوم الإنسانية**، المجلد ١٨، العدد ١ (كلية الآداب: قسم علم الاجتماع، ٢٠١٠).

٣. عبير رشدى زكا قلدس. "صورة مصر عند الأسرة المتزوجة زواج مختلط وعلاقتها بانتماء الأبناء"، **رسالة دكتوراه** غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٠).

4. Catalina laura Toma "Affirming the self online: Motives, benefits and costs of Facebook use" unpublished, **Ph.D.** (New York: Cornell University, 2010)

5. Even So, **The majority of young people generally agreed with their older… Marine's anti- Obama Facebook posts fuel debate**· Study finds young do care about

6. http://translate.google.com.eg/translate?hl=ar&langpair=en%7Car&u=http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults. aspx ٢٠١٣-٤-٢٢ الجمعة ٥,٠٣

7. http://translate.google.com.eg/translate?hl=ar&langpair=en%7Car&u=http://www.msnbc. msn. com/id/36561309/ns/technology and science-security/4.42.١. ٢٠١٣-٣-٢٢ لسبت

8. Laura O. Walz. "The relashionship between college Students use of social Networking sites and their sense of belonging", Unplished, **PhD**. (West Hartford: university of harrtford, 2008)