

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

■ رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

■ مساعدا ورئيس التحرير:

● أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

● أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

● أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

● أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

■ مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ التدقيق اللغوي: أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد الخامس والسبعون - الجزء الأول - محرم ١٤٤٧هـ - يوليو ٢٠٢٥م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي عبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للتنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

- ٩ ■ الاتجاهات الحديثة في البحوث الصحفية للصراع العربي الإسرائيلي-
دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ.م.د/ إبراهيم علي بسيوني محمد
- ١٤٩ ■ الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات سيميائية الصورة الدرامية:
دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ.م.د/ نادية قطب إبراهيم
- ٣٢٧ ■ دور البرامج الإذاعية الرقمية في تعزيز تفاعل الجمهور عبر المنصات
الإلكترونية «دراسة للبودكاست التفاعلي» أ.م.د/ محمود جمال سيد
- ٤٦٩ ■ الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية: التحولات السلوكية بين
المراهقين والشباب في ظل صعود الذكاء الاصطناعي- دراسة ميدانية
مقارنة أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي
- ٥٧٩ ■ انعكاسات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة
عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى
طلاب الجامعات المصرية: «دراسة ميدانية» أ.م.د/ ممدوح السيد شتلة
- ٦٧٣ ■ تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل
الاجتماعي وعلاقته بالصورة الذهنية المكونة لديهم - دراسة ميدانية
أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم
- ٧٧٣ ■ تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب وعلاقته
بتشكيل اتجاهاتهم نحوه.. دراسة ميدانية د/ محمد محب ناصف

- دور الإعلانات المقروءة من مضيفي البودكاست في الثقة المدركة والتفاعل مع العلامات التجارية - دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الارتباط العاطفي مع العلامة التجارية
د/ منة الله محمد عبد الحميد
٨٥٥
-
- وعي طلاب الإعلام بالجامعات المصرية بعلاقة تحيز الخوارزميات بالاضطهاد الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة حالة لإعلام أسيوط
د/ شريهان محمد توفيق عبد الحافظ
٩٣١
-
- الابتكار في استراتيجيات العلاقات العامة وعلاقته بتنمية الرفاه الرقمي في بيئات العمل الهجينة: دراسة تطبيقية على جامعة عين شمس
د/ سمر أحمد حسانين مهران
٩٧٥
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية ١٠٥

بقلم: الأستاذ الدكتور
رضا عبد الواحد أمين
رئيس التحرير

الافتتاحية

مجلة البحوث الإعلامية .. الأولى عربياً

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد ،،

القراء والباحثين الأعزاء ..

نقدم لكم العدد الخامس والسبعين من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدر عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، وقد حصلت المجلة على سمعة طيبة - بفضل الله تعالى - بين الباحثين وأساتذة الإعلام على مستوى مصر والوطن العربي، حيث صنفت وفقاً لتقييم المجلس الأعلى للجامعات وللعام الرابع على التوالي بأعلى درجة تقييم ، وكانت من أولى المجلات التي تحصل على سبع نقاط ، وحصلت على تصنيف فئة Q1 وفقاً لمعامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية "أرسيف"، وهي الفئة الأعلى في المجلات العلمية ، حيث تعد المجلة وفقاً للتقرير السنوي للمجلات العربية لعام ٢٠٢٤ هي الأولى عربياً في تخصص الإعلام والاتصال ، والسادسة على مستوى بقية المجلات العلمية في التخصصات الأخرى للعام ٢٠٢٤ م ، وهي مرتبة متقدمة تليق بالمجلة ، لأنها نتاج جهد وتوفيق من الله تعالى ، وأعتقد أن وراء هذا التميز مجموعة من الأسباب :

أولاً: المجلة لديها نظام صارم في قبول أو عدم قبول الأبحاث العلمية ، إذ تخضع الدراسات لنظام تحكيم معمى من اثنين من المحكمين لا تقل رتبته عن درجة أستاذ ، وفي التخصص الدقيق للبحث .

ثانياً : تضم قائمة المحكمين كل أساتذة الإعلام بفروعه وتخصصاته الدقيقة المختلفة من جامعة الأزهر والجامعات المصرية الذين يقرؤون البحوث العلمية بعناية ، ويقومون بإعداد قائمة طويلة من التعديلات التي تستهدف تقوية البحث ، مما يعود بالنفع على الباحث والمجلة .

ثالثاً: وجود درجة ثقة عالية من الباحثين للنشر في مجلة البحوث الإعلامية ، لما يلمسونه من جدية في الإجراءات والمراحل المختلفة للتعامل مع البحث والباحث من قبل هيئة تحرير المجلة ، وانتشرت مقولة مهمة بين الباحثين : أنهم يدخرون الأبحاث القوية للنشر في مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر .

رابعاً : لابد هنا من الإشادة بالمستوى الاحترافي الذي يقوم به أعضاء هيئة تحرير المجلة ابتداء من التأكد من اتباع أخلاقيات النشر العلمي ، وانتهاء بإتاحة المجلة بأوعيتها الرقمية والورقية ، ومرورا بكل مراحل التعامل مع البحث والباحث ، ومما تجدر الإشارة إليه أن النظام الإلكتروني في المجلة سجل رفض نشر ١٤١ بحثا خلال الثلاث سنوات الأخيرة ، إما لرفض المحكمين للبحث أو لعدم استيفاء شروط النشر العلمي وفق ضوابط النشر في المجلة .

خامساً : الإتاحة الرقمية لأكثر من ٩٥ ٪ من أبحاث المجلة التي نشرت بها منذ العام ١٩٩٣م ، وكانت النتيجة وفقا للإحصائيات المتوفرة في موقع المجلة الإلكتروني أن المجلة تتيح رقمياً أكثر من ١١٨٠ بحثاً علمياً بنظام الإتاحة المجانية open access ، تم تحميلها من قبل الباحثين والمهتمين لحوالي ١٣٠٠٠٠٠ مرة تحميل (مليون وثلاثمائة ألف تحميل لملفات ال PDF الخاصة بأبحاث المجلة) كما تم استعراض هذه البحوث - بدون تحميل - لأكثر من سبعمائة وخمسين ألف مرة ، وهي أرقام تؤشر لأهمية و ثراء ونوعية البحوث المنشورة في المجلة .

وفي الختام أود أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى قيادات جامعة الأزهر : الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة والأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث ، ولشركاء النجاح من الباحثين والأساتذة المحكمين وهيئة تحرير المجلة ، ونسأل الله تعالى دوام التوفيق ، وأن يستعملنا في طاعته ومرضاته ، إنه ولي ذلك والقادر عليه .

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

والحمد لله رب العالمين .

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الاتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الاتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام و الاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

● تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصورة الذهنية المكونة لديهم - دراسة ميدانية

- The Egyptian Public's Exposure to Refugee Issues Through Social Media and Its Relationship to Their Formed Mental Image - a Field Study

● أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم

أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

Email: Drrbsa340@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن قضايا اللاجئين التي يتعرض لها الجمهور المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصورة الذهنية المكونة لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات المطلوبة، من خلال توزيع فرضيات نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام، وطبقت أداة الاستبانة على عينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها (642) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أهم قضايا اللاجئين التي يتعرض لها الجمهور المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في الترتيب الأول ترويع إشاعات عن «أعداد ضخمة» من اللاجئين تضغط على الاقتصاد، وجاء في الترتيب الثاني عوائق التحاق الأطفال اللاجئين بالمدارس الحكومية، ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع الجمهور خلالها قضايا اللاجئين جاء في الترتيب الأول فيسبوك، وجاء في الترتيب الثاني تويتر، وجاء في الترتيب الثالث واتساب، كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين والصورة الذهنية المكونة لدى المبحوثين عن قضايا اللاجئين في مصر.

الكلمات المفتاحية: قضايا اللاجئين – مواقع التواصل الاجتماعي – الصورة الذهنية.

Abstract

The current study aimed to explore the refugee issues encountered by the Egyptian public through social media platforms and their relationship to the mental image formed among them. This study falls under descriptive research, employing a survey methodology with a sample-based approach. The study utilized a questionnaire as a tool to collect the required data, drawing on the hypotheses of the Media Dependency Theory. The questionnaire was administered to a random sample of 642 (Egyptian) participants. The study identified the most prominent refugee issues exposed to the Egyptian public via social media. The top issue was the spread of rumors about “enormous numbers” of refugees straining the economy, followed by barriers to refugee children enrolling in public schools. Among the social media platforms where the public follows refugee issues, Facebook ranked first, Twitter second, and WhatsApp third. The results also indicated a statistically significant positive correlation between the intensity of reliance on social media for information about refugee issues and the mental image formed by respondents regarding refugee issues in Egypt.

Keywords: Refugee Issues – Social Media – Mental Image.

أدت الصراعات والحروب والاضطرابات السياسية والتغيرات المناخية والكوارث الطبيعية التي يشهدها العالم حالياً إلى تعاظم مشكلة اللاجئين، التي تحولت إلى أزمة فرضت نفسها على المشهد العالمي؛ وعلى المستوى المحلي تُعد مصر من الدول الرئيسة المستضيفة للاجئين وطالبي اللجوء في المنطقة، حيث تستقبل أعداداً كبيرة من جنسيات متنوعة، وتعد مصر دولة حاضنة لعدد من أبناء الجنسيات، وخاصة في الآونة الأخيرة، إذ شهدت مصر نزوح عدد كبير من اللاجئين من مختلف أقطار الوطن العربي في عدد من الدول، كاليمن وليبيا، وعلى رأسهم بالطبع سوريا، ولا نغفل النزوح الإفريقي إلى مصر، وخاصة السودانيين والصوماليين، وكان نزوحهم لجوءاً سياسياً أو نتيجة الحروب الأهلية، أو بحثاً عن فرص عمل أو علم⁽¹⁾.

ولا يخلو أي مجتمع من وجود مشكلات وقضايا تحتاج إلى معالجة ومناقشة من قبل وسائل الإعلام، مما أدى إلى بروز دور مواقع التواصل الاجتماعي، فلم تعد مواقع التواصل الاجتماعي منصة لتوصيل رسالة معينة، أو أداة للمعرفة والتزويد بالخبر فحسب، بل أصبحت مصدراً مهماً للمعلومات، ويبني عليها الجمهور صوراً ذهنية سلبية أو إيجابية يتبعها موقف ضد أو مع قضية ما، وكذلك تقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الأحداث والمواقف السياسية والاجتماعية الجارية، فإذا تم استغلال الإمكانيات المتاحة بها بشكل خاطئ فسوف تولد الكراهية والعنصرية تجاه الآخر، وبما أن أزمة اللاجئين أصبحت أمراً مطروحاً على الساحة الإعلامية بوجه عام، ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة، بتداول أخبارهم وقضاياهم ومعاناتهم ومدى اندماجهم في الدول المستضيفة، فبطريقة ما تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في ردود الفعل والمشاعر إزاء أزمة اللاجئين، سواء بالتضامن معهم والتعاطف مع قضاياهم، أو رفض وجودهم والنظر

اليهم على أنهم مصدر تهديد للأمن والاستقرار الداخلي، كما أوضحت دراسة الحركة المعادية للاجئين في مواقع التواصل الاجتماعي أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في خلق حوارات تميل إلى التطرف والأفكار العنصرية ضد اللاجئين⁽²⁾. وبناء على ما سبق جاءت الدراسة الحالية للتعرف على قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن الصورة الذهنية لدى الجمهور المصري عن اللاجئين عبر هذه المواقع.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

في ظل التحول الرقمي المتسارع، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً رئيسياً للمعلومات وتشكيل الرأي العام، خاصة في القضايا الاجتماعية والسياسية الحساسة، مثل قضايا اللاجئين، حيث تشهد قضايا اللاجئين انتشاراً واسعاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما في ظل الأزمات الإقليمية المتلاحقة، مما يجعلها مصدراً رئيسياً لتشكيل الصورة الذهنية للجمهور تجاه هذه القضايا، إذ أدت ظروف المنطقة إلى نزوح أعداد كبيرة من دول الجوار إلى مصر، مما شكّل تغييراً في البناء الاجتماعي المصري، وخاصة أن مصر لا تضع اللاجئين إليها في مخيمات للاجئين كبقية الدول، بل تستقبلهم كزائرين، ويذوبون داخل نسيج المجتمع المصري، وعلى الرغم من تزايد الدراسات عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام، فإن الدراسات تظل محدودة في تناولها لكيفية تعامل الجمهور مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى اعتماده عليها مصدراً للمعلومات، مما يحد من فهم الآليات التي تُشكّل من خلالها الصورة الذهنية، وهو ما تسعى هذه الدراسة لسدّه عبر تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وبناءً على ما سبق، تبرز أهمية دراسة دور هذه المواقع في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور تجاههم، لا سيما مع تنامي الخطابات المتباينة بين التعاطف الإنساني، والتحذير من التهديدات الاقتصادية أو الأمنية، حيث تأتي هذه الدراسة لاستكشاف العلاقة بين التعرض لمحتوى قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية المكونة لدى الجمهور المصري، مستندةً إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تفترض أن تأثير الوسيلة الإعلامية يتحدد بمدى اعتماد الجمهور عليها في فهم

القضايا، لذا تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسى: ما قضايا اللاجئين التى يتعرض لها الجمهور المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقة هذا التعرض بالصورة الذهنية المكونة لديهم؟

ويتفرع من السؤال الرئيس عدة تساؤلات فرعية، هى:

1. كيف يتعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل

الاجتماعى؟

2. ما أبرز القضايا المتعلقة باللاجئين التى يتابعها المصريون عبر مواقع التواصل

الاجتماعى؟

3. لماذا يتابع الجمهور المصري قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟

4. إلى أى مدى يثق المصريون في مصداقية المعلومات المنشورة عن قضايا اللاجئين

عبر مواقع التواصل الاجتماعى؟

5. ما درجة تفاعل الجمهور المصري مع قضايا اللاجئين؟

6. كيف يؤثر التعرض لهذه القضايا على آراء الجمهور وسلوكياته؟

7. ما الصورة الذهنية السائدة عن قضايا اللاجئين لدى المصريين؟

8. ما اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل

الاجتماعى؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على طبيعة تفاعل الجمهور المصري مع هذه القضية، التى لا تقتصر على مجرد استهلاك المعلومات، بل تمتد إلى تشكيل الصورة الذهنية تجاه اللاجئين، التى قد تتأثر سلباً أو إيجاباً بطبيعة المحتوى المتداول وتكرار تعرض الجمهور له؛ كما تؤدي الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور المصري دوراً محورياً في تفسير طبيعة تعرضه لهذه القضايا، وطريقة تفسيرها، ففي ظل تدفق المعلومات غير الموثقة أحياناً، تبرز ظاهرة تشويه الصورة الذهنية أو تعزيزها بناءً على طبيعة المحتوى الذي يتم تداوله، سواء كان تعاطفياً أو تحريضياً؛ وبناءً على ما سبق تتبع أهمية هذه الدراسة وفقاً لعدة جوانب، هي:

أولاً: الأهمية العلمية:

1. إثراء المكتبة البحثية:

- تُعد هذه الدراسة من أوائل الدراسات التي تتناول تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تسد فجوة بحثية في مجال تأثير الإعلام الجديد على تشكيل الصور الذهنية تجاه القضايا الإنسانية.

2. التطوير النظري:

- تقدم اختباراً عملياً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في سياق مصري.
 - تسهم في تطوير النظريات الإعلامية في مجال تشكيل الصورة الذهنية.
 - تقدم نموذجاً لدراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القضايا الإنسانية المعقدة.
- #### 3. المنهجية العلمية:
- توفر بيانات دقيقة عن أنماط استخدام المصريين لوسائل التواصل في متابعة قضايا اللاجئين.

- تقدم أدوات قياس يمكن الاعتماد عليها في دراسات لاحقة.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

1. المجال الإعلامي:

- تقدم رؤية واضحة لكيفية استخدام مواقع التواصل في التوعية بقضايا اللاجئين.
- توفر إرشادات عملية لصانعي المحتوى الإعلامي في التعامل مع القضايا الإنسانية.
- تساعد على تطوير استراتيجيات اتصالية فعالة للتوعية بقضايا اللاجئين.

2. المجتمعي والسياسي:

- تسهم في تعزيز الوعي المجتمعي وتقبل الآخر بين المصريين.
- تقدم بيانات تساعد على صياغة سياسات أكثر فاعلية للتعامل مع قضايا اللاجئين.
- تسهم في تخفيف التوترات الاجتماعية المحتملة بين المجتمع المضيف واللاجئين.

3. التطبيقات العملية:

- تقدم توصيات لصناع القرار لكيفية إدارة الخطاب الإعلامي عن قضايا اللاجئين.
- تساعد المنظمات الإنسانية على تطوير حملاتها التوعوية.

- توفر أساساً لبرامج التوعية الإعلامية في المؤسسات التعليمية.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن قضايا اللاجئين التي يتعرض لها الجمهور المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالصورة الذهنية المكونة لديهم.

وينبع من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية، كما يلي:

1. رصد الاختلافات الديموغرافية (العمر، الجنس، والإقامة، والمستوى

الاقتصادي، ومستوى تعليم) في درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الصورة الذهنية لديهم.

2. قياس مستوى التعرض لقضايا اللاجئين لدى الجمهور المصري.

3. التعرف على أهم قضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

4. الكشف عن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها الجمهور المصري في متابعة قضايا اللاجئين.

5. الكشف عن دوافع متابعة الجمهور المصري لقضايا للاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

6. الكشف عن درجة اهتمام الجمهور بمتابعة القضايا.

7. التعرف على مستوى معرفة الجمهور المصري بقضايا اللاجئين.

8. قياس درجة تفاعل الجمهور المصري مع قضايا اللاجئين.

9. الكشف عن مدى ثقة الجمهور المصري بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للمعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر.

10. التعرف على آراء الجمهور المصري نحو العبارات التي تقيس تأثيرات (معرفية ووجدانية وسلوكية) اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن قضايا اللاجئين في مصر.

11. قياس الصورة الذهنية المكونة لدى الجمهور المصري نحو قضايا اللاجئين في مصر.

12. التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود هذه الدراسة في الآتي:

- 1- الحدود الزمنية: طُبِّقت الاستبانة خلال شهر فبراير 2025، على الجمهور المصري.
- 2- الحدود البشرية: طُبِّقت الدراسة الحالية على عينة عشوائية من الجمهور المصري.
- 3- الحدود المكانية: طُبِّقت الدراسة الحالية بجميع محافظات جمهورية مصر العربية.

مدخل مفاهيمي للدراسة:

الصورة الذهنية:

علاقة الصورة الذهنية بالمفاهيم الأخرى:

هناك مجموعة من المفاهيم التي تقترب من مفهوم الصورة الذهنية، بحيث يخلط عديد من الباحثين بين مفهوم الصورة الذهنية وبقية المفاهيم المشابهة لها، لتداخلها في بعض العناصر، لذا رأت الباحثة ضرورة التعرض لهذه المفاهيم من أجل ضبط المصطلح محل الدراسة، وهي:

الصورة القومية Image National: يُعدُّ مفهوم الصورة القومية من المفاهيم القديمة التي تعود إلى العصر اليوناني، حيث الاعتقاد آنذاك أن لكل شعب صورته الخاصة وملامحه المميزة، فضلاً عن تفسير تباين العادات والأمزجة في ضوء القوى الغيبية، ويؤكد ابن خلدون أن العرب تباينت تصوراتهم لبعضهم، فأهل مصر يتصفون بالفرح والخفة والغفلة عن العواقب.

الصورة النمطية: تعد مفاهيم الصورة الذهنية والصورة النمطية من أكثر المفاهيم التي أسيء استخدامها في العلوم الإنسانية، فحتى الآن لا تميز الأدبيات بدقة بين image والنمط stereotype، فعلى الرغم من تماثلهما في عديد من المفاهيم السيكلولوجية، فإن ذلك لا يجعلهما مفهوماً واحداً، وتتميز الصورة النمطية بالشمولية وانطوائها على عديد من المفاهيم، إلا إنها تُعدُّ جزءاً من مفهوم أوسع وأشمل، هو الصورة الذهنية، ذلك لأن الصورة النمطية لا تتكون إلا بوجود صورة ذهنية مسبقة، أو بعبارة أخرى، فإن النمطية بحاجة إلى الصورة الذهنية المطاطة، لتكرارها وتعميمها، ومن ثم تنميطها وقولبتها⁽³⁾.

الصورة الإعلامية: هي مجموعة الانطباعات والسمات والأفكار والقيم التي تقدم بها وسائل الإعلام فئة ما من خلال تصورات صانعي الرسالة الإعلامية، وهم الإعلاميون من

خلال وسائل الإعلام المختلفة، وباستخدام الأشكال الخاصة بكل وسيلة، لأن مجال الصورة يسهم في التعايش مع صور وتخيلات مرئية مختلفة من الممكن رؤيتها مصدراً للتصور⁽⁴⁾.

تعريف الصورة الذهنية:

يمكن تعريف الصورة الذهنية بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منطقة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم، ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها⁽⁵⁾.

وكذلك يمكن تعريفها بأنها الانطباع الذي يتكون في آذان الناس عن الأشخاص والدول والمؤسسات، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق والإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعاً صادقاً بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم⁽⁶⁾.

وعرفها آخرون بأنها التقدم العقلي لشيء معين، سواء كان شخصاً، أو منتجاً، أو منظمة أو دولة، بما يؤدي إلى التأثير في مدركات وأفكار وانطباعات الجماهير وتكوينهم مدركات وأفكار وانطباعات عنها⁽⁷⁾.

كما تُعرف بأنها عملية معرفية نفسية ذات أصول ثقافية، تقوم على إدراك الأفراد الانتقائي المباشر وغير المباشر لخصائص وسمات موضوع ما، وتكوين اتجاهات عاطفية إيجابية أو سلبية نحوه، وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة - باطنة) في إطار مجتمع معين، وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات والتوجيهات شكلاً ثابتاً أو غير ثابت، دقيقاً أو غير دقيق⁽⁸⁾.

ويعرفها البعض بأنها "مجموعة السمات والملامح التي يدركها الجمهور ويبني على أساسها مواقف واتجاهاته نحو المنظمة أو الدولة أو الجماعة، وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور، القائمة على الاتصال المباشر، أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية⁽⁹⁾.

- التعريف الإجرائي:

الصورة الذهنية: يقصد بها التصورات المتكونة لدى الجمهور المصري نتيجة تعرضه لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة عن قضايا اللاجئين، التي تُترجم إلى أفكار وانطباعات وردود أفعال تجاههم.

أهمية الصورة الذهنية:

أهمية الصورة الذهنية تتضح في الآتي:

1. مواقف الفرد وآراؤه وأنماط سلوكه تقوم أساساً على الصورة الذهنية التي يكونها عن الأشياء والحقائق التي تواجهه.
2. الصورة الذهنية تفسر آراء الفرد وأنماط سلوكه في الحياة الاجتماعية.
3. يستطيع الفرد أن يصل بهذه الصورة إلى أبعاد لم يكن ليصل إليها بمشاهدته الواقعية.
4. يستخدم الفرد الصورة وسيلة من وسائل تحقيق التوافق بينه وبين البيئة التي يعيش فيها، ويتكيف بها مع ظروف الحياة التي أصبحت بالفعل أكثر تعقيداً من ذي قبل⁽¹⁰⁾.

وظائف الصورة الذهنية:

تؤدي الصورة الذهنية مجموعة من الوظائف بالنسبة للفرد، من أبرزها:

1. تعمل الصورة الذهنية على تشكيل معارف ومعلومات وإدراك الأفراد نحو الموضوعات والقضايا المختلفة⁽¹¹⁾.
2. تعمل الصورة الذهنية على تكوين المواقف والآراء والأحكام الشخصية نحو الأشخاص والأشياء والموضوعات والقضايا المختلفة⁽¹²⁾.

3. تسهم الصورة في فهم البناء المعرفي للمعلومات المقدمة، وذلك باعتبار أن الصورة تفهم كاتصال، وخصوصاً الاتصال البصري أو المرئي، أو تفهم بوصفها صورة عقلية أو فكرة، كما تساعد الصورة الذهنية على تشكيل الواقع⁽¹³⁾.

أبعاد الصورة الذهنية:

- البعد المعرفي: يقصد به المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد قضية ما أو شخص ما، وعلى أساسها تبني الصور الذهنية التي يكونها الفرد تجاه تلك القضايا أو الموضوعات أو الأشخاص⁽¹⁴⁾.
- البعد الوجداني: يتمثل بالمشاعر والانفعالات التي يكتسبها الفرد تجاه دولة أو شعب ما، ويمتد من التقبل إلى الرفض، كما يتدرج في الشدة بين الإيجابية والسلبية⁽¹⁵⁾.
- البعد السلوكي: يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المتكونة لديه في كل شؤون الحياة، ومن خلال بعدي الصورة الذهنية السابقين - المعرفي والوجداني - يمكن التنبؤ بسلوك الأفراد واتجاهاتهم في الحياة⁽¹⁶⁾.

اللاجئون Refugees:

عرف (Refugee) اللاجئ بأنه شخص ابتعد عن وطنه القديم لأنه يخشى الاضطهاد لأسباب تتعلق بالعنصرية أو الدين أو الجنسية أو الرأي السياسي أو الانتماء إلى فئة اجتماعية خاصة، ولا يرغب في إخضاع نفسه تحت وصاية وحماية دولته الأصلية⁽¹⁷⁾. كما يقصد باللاجئ في الفقه الدولي كل شخص اضطر إلى مغادرة دولته بسبب الخوف على حياته أو حريته، من التعرض للاضطهاد لأسباب سياسية، أو بسبب الحرب أو الكوارث الطبيعية كالزلازل أو الفيضانات⁽¹⁸⁾.

- التعريف الإجرائي:

اللاجئون: اللاجئ هو الشخص الذي ترك وطنه وأهله مجبراً هرباً من الحروب والخوف والاضطهاد طالباً الأمن والأمان، وتقصد بهم الباحثة في هذه الدراسة اللاجئين الموجودين في جمهورية مصر العربية.

الأسباب التي تؤدي إلى اللجوء في المجتمعات المضيفة:

الأسباب التي تؤدي إلى اللجوء في المجتمعات المضيفة تتمثل في القهر والاضطهاد الذي يصيب الأفراد، وينصرف بحسب الأصل إلى كل الأعمال والإجراءات والتدابير، قانونية كانت أو فعلية، التي تتخذها الحكومة ضد رعاياها أو سكانها، كذلك النزاعات المسلحة الداخلية والحروب بين الدول، التي أدت إلى الخوف والاضطهاد والتمييز واختلاف العرق والدين والانتماء لآراء سياسية متنوعة، مما يؤدي إلى الخوف من الاضطهاد نتيجة انتقاد النظام السياسي الحاكم نتيجة سوء فهم الحزب الحاكم واعتقاده بأنه تهديد لمؤسسات الدولة⁽¹⁹⁾.

وترى الباحثة أن هذه الأسباب يمكن أن تكون كما يلي:

أسباب سياسية وأمنية: يُمثل اللجوء في كثير من الأحيان ملاذاً أخيراً للأفراد الذين يعانون من القمع السياسي والاضطهاد المنهجي، فالحكومات قد تلجأ إلى إجراءات قمعية متنوعة، سواء كانت قانونية، مثل التشريعات المقيدة للحريات، أو فعلية كالملاحقات الأمنية والاعتقالات التعسفية، كما تؤدي النزاعات المسلحة، سواء أكانت حروباً أهلية أو صراعات بين الدول، إلى تفاقم الأوضاع الأمنية، مما يخلق بيئة من الخوف وانعدام الاستقرار تدفع الأفراد إلى البحث عن الأمان خارج حدود أوطانهم.

أسباب اجتماعية واقتصادية: لا تقتصر دوافع اللجوء على العوامل السياسية فحسب، بل تمتد لتشمل الأسباب الاجتماعية والاقتصادية، فالتهميش والتمييز القائم على أساس عرقي أو ديني أو طائفي، إضافة إلى الاضطهاد بسبب الرأي السياسي أو الانتماء الفكري، كلها عوامل تخلق بيئات طاردة، كما أن تدهور الأوضاع الاقتصادية وانحيار الخدمات الأساسية في بعض الدول، نتيجة الحروب أو سوء الإدارة، يدفع كثيرين إلى الهروب بحثاً عن حياة كريمة، وفرص أفضل في المجتمعات المضيفة.

تداعيات الاضطهاد والحلول: غالباً ما تدفع سياسات القمع والخوف من الاضطهاد الأفراد إلى اتخاذ قرار الهروب، خاصة عندما تتصور الأنظمة الحاكمة أن أي معارضة أو انتقاد يشكل تهديداً لمؤسسات الدولة، وهذا الفهم الخاطئ يؤدي إلى تصعيد سياسات القمع، مما يزيد من أعداد اللاجئين، لذلك، فإن معالجة الأسباب الجذرية للجوء تتطلب تعزيز الحوكمة الرشيدة، واحترام حقوق الإنسان، وإيجاد حلول سياسية للنزاعات،

إضافة إلى تعزيز التعاون الدولي لضمان حماية اللاجئين وتوفير سبل العيش الكريم لهم في المجتمعات المضيفة.

دور مصر والتزامها تجاه اللاجئين: انطلاقاً من دور مصر القيادي والريادي، ومواقفها الخالدة تجاه الأمة العربية والإفريقية عبر الزمان والمكان، وعلى مرّ العصور، وما تعانيه بعض دول المنطقة من صراع وحروب وأزمات، وفي ظل المتغيرات الدولية والإقليمية والمحلية، تؤكد مصر دائماً أنها ما تخلفت يوماً عن أداء واجبها القوي تجاه أشقائها، ومؤازرتها ومساندتها لكل القضايا المصيرية، سواء على الساحة العربية أو الإفريقية، فمصر بحكم التزاماتها الوطنية والقومية سوف تكون مدفوعة للتدخل وبذل الجهود الممكنة لاحتواء واستقبال الملايين من الأشقاء اللاجئين على الرغم مما تواجهه من تحديات، وهذا ما جعل مصر تتبوأ مكانة كبيرة عبر تاريخها القديم والحديث، ومنذ تفجر قضية اللجوء تتحمل مصر انطلاقاً من التزامها الدائم بمسئوليتها أعباء استضافة أعداد ضخمة من اللاجئين والمهاجرين من مختلف الجنسيات، تصل أعدادهم إلى ما يقرب من خمسة ملايين لاجئ ما بين مسجلين وغير مسجلين، وتعمل مصر على توفير سبل العيش الكريم لهم دون عزلهم في معسكرات أو ملاجئ إيواء أو مخيمات⁽²⁰⁾.

وترى الباحثة أن مصر تُظهر التزاماً واضحاً تجاه اللاجئين، ويتضح ذلك في الآتي:

- **استقبال اللاجئين:** تُعد مصر واحدة من الوجهات الرئيسية للاجئين، حيث تستضيف أعداداً كبيرة منهم، خاصة من دول مثل سوريا وفلسطين والسودان، وتقدم الحكومة المصرية للاجئين الحماية والمساعدة الإنسانية، مما يعكس التزامها بحقوق الإنسان.
- **التعاون مع المنظمات الدولية:** تتعاون مصر بشكل وثيق مع المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين ومنظمات غير حكومية محلية ودولية، ويهدف هذا التعاون إلى توفير الخدمات الأساسية، مثل التعليم والرعاية الصحية، مما يساعد اللاجئين على التكيف والاندماج في المجتمع.

- التشريعات والسياسات: تسعى مصر لتطوير تشريعات تتعلق بحقوق اللاجئين، على الرغم من التحديات التي تواجه تنفيذ هذه القوانين، وتُمنح بعض الحقوق للاجئين، لكن هناك حاجة لمزيد من التحسينات لضمان حقوقهم كاملة.
- الدور الإقليمي والدولي: تؤدي مصر دوراً محورياً في القضايا الإقليمية، بما في ذلك قضايا اللاجئين، وتشارك في المؤتمرات الدولية، وتقدم الدعم للجهود الإنسانية، مما يعزز مكانتها كفاعل رئيسي في المنطقة.
- التحديات: تواجه مصر عدداً من التحديات، بما في ذلك الضغوط على الموارد والازدحام السكاني الناتج عن زيادة عدد اللاجئين، هذه التحديات تؤثر في قدرة الدولة على تقديم الدعم اللازم للاجئين بشكل مستدام.
- المبادرات التنموية: تعمل مصر على دمج اللاجئين في المجتمع من خلال برامج تنموية تهدف إلى تحسين ظروفهم المعيشية وتعزيز الاستقرار، تشمل هذه البرامج التدريب المهني ودعم المشروعات الصغيرة، مما يساهم في تمكين اللاجئين.

مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منصات خدمات ويب تسمح للأفراد بإنشاء ملفات تعريف عامة أو شبه عامة، وتحديد قوائم المستخدمين الآخرين الذين يشاركونهم اتصالاً، وعرض قوائم الاتصال الخاصة بهم، وتلك الخاصة بالآخرين داخل النظام⁽²¹⁾.

ويعرفها أحد الباحثين بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها⁽²²⁾.

كما عرفها آخر بأنها مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، تشكل مجموعة من الشبكات الضخمة تنقل المعلومات بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور⁽²³⁾.

- التعريف الاجرائي:

هي مواقع التواصل الاجتماعي، وتشمل فيسبوك، وتويتر (X)، ويوتيوب، وانستجرام، وسناب شات، وتيك توك، وتُعدُّ منصات يتم من خلالها تبادل الحوار والأفكار والأخبار الآراء عن القضايا المختلفة، ومنها قضايا اللاجئين بمصر.

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال تفاعلية قد تحقق عديداً من الفوائد لمستخدميها، فهي:

- تساعد مستخدميها على متابعة كل جديد في مجالات الحياة المتعددة.
- تحقق التفاعلية والمرونة لمستخدميها، فهي تجعل المستخدم لها متلقياً وملقياً.
- تسهم في تنمية الوعي لمستخدميها بقضايا المجتمع المختلفة.
- تتمي لدى مستخدميها روح المبادرة والحوار واتساع الأفق، مما يساعد على تبادل الآراء والمقترحات⁽²⁴⁾.

وقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مؤثرة في الأحداث اليومية، أتاحت الفرصة لجميع الأفراد لنقل أفكارهم، ومناقشة قضاياهم الاجتماعية والاقتصادية والسياسة، فمواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات كاملة وفورية عن القضايا المختلفة التي تهم الجمهور المصري، وخاصة قضايا اللاجئين.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة لثلاثة محاور، وجاء هذا التقسيم لكونه يتبع منهجية علمية متكاملة تبدأ بالأساس النظري (نظرية الاعتماد) لتأسيس الإطار المفاهيمي، ثم ينتقل إلى الجانب التطبيقي (الصورة الذهنية) لربط النظرية بموضوع البحث، وينتهي بالتخصص في محور اللاجئين لسد الفجوة البحثية، وسوف تعرض الباحثة الدراسات السابقة - تصاعدياً - من الأقدم إلى الأحدث؛ للكشف عن التطور التاريخي للمعرفة، ويبرز الإضافة العلمية للدراسة الحالية في سياقها المصري، مع الحفاظ على تسلسل منطقي يسهل تتبع خريطة الدراسة من العام إلى الخاص، ويضمن شمولية العرض، مع التركيز على الثغرات التي تعالجها الدراسة، خاصة في ظل ندرة الأبحاث العربية التي تربط بين هذه المتغيرات في سياق أزمت اللجوء.

المحور الأول: دراسات تناولت اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي:

سعت دراسة عيسى يونس درويش (2020) للكشف عن مدى اعتماد الشباب الجامعي السوري على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن الأحداث الجارية في المنطقة العربية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في بناء إطارها النظري، كما اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وطبقت أداة الاستبانة على عينة قوامها (400) شاب، ومن أهم نتائج الدراسة: أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت المركز الأول من بين الوسائل الأكثر اعتماداً عليها لدى الشباب مصدراً للمعلومات بنسبة بلغت 77,8٪، وسيطر موقع فيس بوك على مواقع التواصل الأخرى من حيث الاعتماد عليها، يليه في المرتبة الثانية انستجرام⁽²⁵⁾؛ بينما هدفت دراسة Lau, Cynthia et al (2021) إلى استقصاء دور وسائل الإعلام الفردية ووسائل التواصل الاجتماعي ومجموعات الأبوة والأمومة عبر الإنترنت في تشكيل ممارسات التربية لدى الآباء في ماليزيا، وسعت الدراسة لفهم كيفية استخدام هذه المنصات مصادر للمعلومات والدعم الاجتماعي، واعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً نظرياً لها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت الاستبانة على عينة قوامها (200) مفردة، كما أجريت مقابلات متعمقة مع (20) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة أن 85٪ من الآباء والأمهات يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام، كما أكدت النتائج أن فيسبوك وانستجرام هما أكثر المنصات شعبية بين المشاركين⁽²⁶⁾؛ في حين كشفت دراسة يوسف خالد الراشد (2021) عن دور مواقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر تشكل وتنمية الوعي لدى الجمهور الكويتي عن قضايا الفساد في المجتمع الكويتي، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في بناء إطارها النظري، وطبقت أداة الاستبانة على عينة قوامها (400) مفردة بالاعتماد على منهج المسح الميداني، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها أن عينة الدراسة تتابع أخبار قضايا الفساد عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء (تويتر) في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابعها العينة بنسبة أكبر من غيرها في المقام

الأول بنسبة 15٪، وأكد 36,6٪ من العينة أن نظرتهم نحو الحكومة الكويتية من خلال متابعة التواصل الاجتماعي (تغيرت إلى حد ما)⁽²⁷⁾؛ وجاءت دراسة Zhao et al (2022) للبحث في الدور الوسيط للهوية الثقافية في العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والغرض من استخدامها بين الطلاب الصينيين الدوليين في ماليزيا، باتباع المنهج التحليلي والاستبانة، بالتطبيق على عينة من (٢١٣) مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن الهوية الثقافية الصينية والمليزية تؤدي دوراً وسيطاً جزئياً في العلاقة بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والغرض من استخدامها، وأن تأثير كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعزى إلى الهوية الثقافية⁽²⁸⁾؛ في حين سعت دراسة Oberiri Destiny Apuke et al (2022) للتعرف على العلاقة بين الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثير الاجتماعي المتصور عبر الإنترنت من جهة، وانتشار المعلومات المضللة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في نيجيريا من جهة أخرى، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستندت الدراسة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وطبقت الاستبانة على عينة قوامها (450) مشاركاً، وأظهرت النتائج أن 67٪ من المشاركين لديهم مستوى عالٍ من الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات، إضافة إلى ذلك، أفاد 58٪ أنهم يشعرون بتأثير كبير للتفاعلات الاجتماعية عبر الإنترنت على آرائهم⁽²⁹⁾؛ وهدفت دراسة Yasmin Aldamen (2023) إلى التحقيق في الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي ومناقشة استخداماتها ومكافآتها من قبل اللاجئين السوريين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية معتمدة على إطارين نظريين رئيسيين، هما نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباع، واستخدمت الدراسة الاستبانات والمقابلات ومناقشات مجموعات التركيز (Focus Groups)، مع عينة بلغت (303) مشاركين من كل دولة، وأظهرت النتائج زيادة ملحوظة في استخدام اللاجئين لوسائل التواصل الاجتماعي بعد مغادرة سوريا، حيث أفاد 93.4٪ بزيادة استخدامهم، ومن أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ذكر 75.9٪ أنهم يستخدمونها لأغراض تعليمية، كما ذكر 79.2٪ أنهم يجدون وسائل التواصل الاجتماعي منصة مناسبة للتعبير

عن أفكارهم⁽³⁰⁾؛ في حين بحثت دراسة الشيماء صبح محمد خالد (2024) في دور الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي في إدارة جائحة كوفيد 19 والتعامل معها، والكشف عن تأثيراتها على الجمهور المصري، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي استخدمت منهج المسح، وقد طبقت أداة الاستبانة على عينة عمدية قوامها (455) مفردة، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وكان من أهم نتائج الدراسة: بلغت نسبة اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي 62,9% من عينة الدراسة، وأن نسبة 48,6% من العينة يرون أن الإعلام الجديد وموقع التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية في التناول، وبالنسبة لتفضيلات الجمهور لوسائل الإعلام الجديد ومواقع التواصل التي يعتمد عليها، فقد احتل "فيس بوك" المرتبة الأولى، وجاء الاعتماد على تلك الوسائل (الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي) بدرجة كبيرة بالنسبة الأكبر 48,6%، يليها إلى حد ما، وأخيراً نادراً بنسبة ضعيفة⁽³¹⁾، بينما بحثت دراسة Enaam Youssef et al (2024) في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الاعتماد على وسائل التواصل والتواصل في المجتمع الإماراتي، خاصة بعد جائحة كوفيد-19، باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتطبيق الاستبانة على (385) مشاركاً، وأظهرت النتائج أن المستخدمين الإماراتيين يعتمدون بدرجة كبيرة على وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل والتفاعل، مع وجود علاقة قوية بين استخدامهما والتواصل مع الأصدقاء والعائلة (1.723)، والتواصل المهني (0.226)، وأكدت الدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في الحفاظ على التواصل الاجتماعي بعد الجائحة، مع أعلى نسبة اعتماد في التواصل مع العائلة والأصدقاء، يليها التواصل المهني⁽³²⁾؛ في حين سعت دراسة مهيتاب محمد سمهان (2025) للتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صورة ذهنية عن مؤسسة تكوين، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت الاستبانة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: تحتل وسائل التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى من حيث متابعة الجمهور المصري لها،

وأن نصف العينة يناقشون القضايا التي يتابعونها على مواقع التواصل الاجتماعي مع أسرهم، يليها من يناقشونها مع أصدقائهم⁽³³⁾.

المحور الثاني: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية:

اهتمت دراسة محمد حسنين السيد طه (2021) بالتعرف على الدور الوسيط للصورة الذهنية في العلاقة بين الإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي وسلوك تحول المتبرع، ولتحقيق ذلك اعتمدت على قائمة الاستقصاء لجمع البيانات الأولية باستخدام عينة قوامها (360) مفردة من المتبرعين لمستشفى سرطان الأطفال (57357)، وقد أظهرت النتائج وجود ارتباط عكسي قوي جداً ذي دلالة إحصائية بين أبعاد الإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي مجتمعة وأبعاد الصورة الذهنية مجتمعة، فكلما زادت الإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي انخفضت الصورة الذهنية للمنظمة، ووجود ارتباط عكسي قوي جداً وذو دلالة إحصائية بين أبعاد الصورة الذهنية مجتمعة وأبعاد سلوك تحول المتبرع مجتمعة، فكلما كانت الصورة الذهنية للشركة إيجابية انخفض سلوك تحول المتبرع من جانب المتبرعين لمستشفى (57357)⁽³⁴⁾؛ كما رصدت دراسة محمد أحمد محمد عبود (2022) اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا تمكين المرأة الخليجية في مواقع التواصل الاجتماعي، وانعكاس ذلك على الصورة الذهنية لديهم، وتعد من الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة، وطبقت الاستبانة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة، واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع مدخلاً نظرياً للدراسة مع مدخل الصورة الذهنية، وخلصت النتائج إلى أن الاتجاه الإيجابي هو الغالب على معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا المرأة الخليجية من وجهة نظر الجمهور المصري، يليه الاتجاه المحايد، ثم الاتجاه السلبي، وأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الصور الذهنية التي تكونت لدى الجمهور المصري من خلال متابعتهم لقضايا وموضوعات المرأة الخليجية في مواقع التواصل الاجتماعي، كانت صورة المرأة العاملة التي تظهر شريكاً فعالاً في تنمية المجتمع الخليجي⁽³⁵⁾؛ في حين سعت دراسة نهاد فتحى سليمان (2022) للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية، وتعد هذه الدراسة من

الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح الإعلامي، حيث طبقت الدراسة الاستبانة على عينة قوامها (400) مفردة، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نموذج توقع القيمة، ومن أهم نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لصفحات القادة السياسيين والاتجاه نحو صورتهم، كما أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة رفضت جميع العبارات الإيجابية بشأن المؤسسات السياسية، مما يشير إلى تكوين صورة سلبية لديهم عن تلك المؤسسات⁽³⁶⁾، بينما بحثت دراسة سارة خالد عبد الرحمن وإيمان فتحي عبد المحسن (2023) في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية عن بعض الدول الأجنبية لدى الشباب الجامعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح بالعينة، حيث طبقة الاستبانة على عينة عمدية من الشباب الجامعي قوامها (200) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة أن 60% من الشباب يرون أن القضايا الاجتماعية من أبرز القضايا التي تتعلق بتكوين الصورة الذهنية عن الدول الأجنبية⁽³⁷⁾، وهدفت دراسة AlKhudari Majed Numan (2023) إلى التعرف على طبيعة الصورة الذهنية للطلبة السوريين في الجامعات الأردنية كما تعكسها وسائل التواصل الاجتماعي، ومعرفة الصورة الذهنية بمختلف جوانبها التي تعكسها وسائل التواصل الاجتماعي عن الطلبة السوريين، وطبقت الاستبانة على عينة عشوائية قوامها (400) طالب، واعتمدت الدراسة على نظريتي الغرس الثقافى والاستخدامات والإشباع، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الطلبة السوريين في الأردن يعيشون في ظروف جيدة، ويحظون بمعاملة حسنة من قبل الشعب الأردني، كما أظهرت النتائج أن 87% من الطلبة في الأردن يستخدمون فيسبوك، مما يؤكد شعبية هذا الموقع بين الطلبة⁽³⁸⁾، في حين هدفت دراسة إيمان فتحي حسين (2024) إلى التعرف على أبعاد الصورة الذهنية لتطبيق البطاقة الذكية من خلال التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بالعينة، وطبقت الاستبانة على عينة قوامها (400) مفردة من الحجاج والمعتمرين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً كبيراً في بناء الصورة الذهنية المتعلقة

البطاقة الذكية بنسبة 71,8٪، كما أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجة المعرفة بالبطاقة الذكية وأبعاد بناء الصورة الذهنية لدى الباحثين⁽³⁹⁾، وجاءت دراسة نهلة عبد المنعم المحروقي وآخرون (2024) للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في رسم صورة ذهنية عن مؤسسات المجتمع المدني عند الطالب الجامعي، وكيف يؤثر ذلك على التطوع من قبل هذا الشباب بتلك المؤسسات، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة، وطبقت الاستبانة على عينة من شباب الجامعات المصرية قوامها (400) مفردة، واستخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون لتحليل محتوى صفحات مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك نموذجاً، وتوصلت الدراسة إلى أن الصورة الذهنية لمؤسسات المجتمع المدني تتأثر بما ينشر على صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁴⁰⁾؛ بينما كشفت دراسة Nadjwa Djeddi and Ghaouti Ziani (2024) عن دور وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة منصة فيسبوك، في تشكيل وتعزيز الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي، واستخدمت الدراسة أدوات الاستبانة وتحليل المحتوى لجمع البيانات، بتطبيق الاستبانة على (300) مفردة، وتحليل المحتوى المنشور على صفحة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة ورقلة على فيسبوك، وشملت عينة التحليل جميع المنشورات التي تم نشرها على الصفحة خلال فترة زمنية محددة، مع الاعتماد على نظرية تشكيل الصورة الذهنية إطاراً نظرياً، وأظهرت النتائج أن صفحة فيسبوك تؤدي دوراً إيجابياً في تعزيز صورة الكلية لدى 78٪ من الطلاب، حيث اعتبرها 65٪ مصدراً مهماً للمعلومات عن الأنشطة الأكاديمية والثقافية، كما أسهم التفاعل مع الصفحة في زيادة الشعور بالانتماء لدى 82٪ من العينة⁽⁴¹⁾؛ وسعت دراسة إيمان بن ناصر (2024) لتحديد دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية لشركة ما، بتحليل صفحات فيسبوك الخاصة بفندق ميركيور مطار الجزائر، وإيبيس مطار الجزائر، علاوة على ذلك، أُجريت مقابلة مع مدير فندق إيبيس الجزائر المطار، كما طبقت استبانة على عينة عمدية من العملاء الذين يتابعون فنادقهم على منصات التواصل الاجتماعي قوامها (318) عميلاً،

وأهم النتائج التي تم الحصول عليها هي: وجود أثر ذي دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية للفنادق في الجزائر⁽⁴²⁾؛ وجاءت دراسة كريمة سعد شفيق (2025) للتعرف على دور مبادرة حياة كريمة في تدعيم الصورة الذهنية للدولة من خلال صفحات المبادرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، حيث طبقت أداة تحليل المضمون على عينة من مواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في ثلاثة مواقع، هي (فيس بوك، وإكس، وانستجرام)، بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وأوضحت نتائج الدراسة التحليلية مستوى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة في تقديم مبادرة حياة كريمة بشكل سلسل ومميز، مما ساعد على جذب اهتمام الجمهور، وتدعيم الصورة الذهنية الجيدة للدولة المصرية⁽⁴³⁾.

المحور الثالث: دراسات تناولت اللاجئين ومواقع التواصل الاجتماعي

كشفت دراسة Marwa Ahmad (2020) عن أنماط استخدام اللاجئين السوريين للهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي، وفهم كيفية تأثير هذه الأدوات على حياتهم اليومية وتجربتهم كمهاجرين، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على أداتي الاستبانة والمقابلة لجمع بيانات الدراسة، حيث طبقت الأدوات على عينة عشوائية من اللاجئين السوريين، وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أدت دوراً مهماً في دعم الصحة العقلية للاجئين، إذ يعد فيسبوك أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً بين اللاجئين السوريين، فيوفر لهم وسيلة سهلة للبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة الأخبار والصور، والانضمام إلى المجموعات ذات الاهتمامات المشتركة⁽⁴⁴⁾، في حين سعت دراسة Safa'a Abujarour and Lama Jaghjougha (2021) للتحقق من تأثير رقمنة الشبكات الاجتماعية للاجئين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (SNSs) على عمليات اتخاذ القرار المعقدة لديهم، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة المقابلات الشخصية أداة لجمع البيانات، حيث أجريت 15 مقابلة مع لاجئين سوريين في ألمانيا، واعتمدت الدراسة على نظرية رأس المال الاجتماعي للهجرة، وأظهرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير

إيجابي ليس فقط على رحلاتهم، ولكن أيضاً على عملية اندماجهم في المجتمعات الجديدة، ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها اللاجئون في اتخاذ قراراتهم هي: فيسبوك، ثم واتساب، وأن هذه المواقع الاجتماعية تؤدي دوراً مهماً في تسهيل رحلة اللاجئين، وتوفير المعلومات والدعم لهم خلال جميع مراحل رحلة الهجرة⁽⁴⁵⁾، بينما فحصت دراسة سليمان حسين المزين وآخرون (2021) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للقضية الفلسطينية بين اللاجئين الفلسطينيين، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة حيث طبقت استبانة على عينة قوامها (180) فرداً، وتوصلت الدراسة إلى استخدام اللاجئين الفلسطينيين في قطاع غزة وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متوسط للترويج لقضيتهم وبلداتهم الأصلية⁽⁴⁶⁾، وجاءت دراسة Ibrahim Al Elanat (2022) للكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز اندماج اللاجئين السوريين في المجتمع الأردني، من خلال تحليل المنشورات والتفاعلات على منصات التواصل الاجتماعي، وفهم كيفية تأثيرها على الهوية الاجتماعية للاجئين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتم تحليل (136) من النصوص والصور والمنشورات على فيسبوك، وأشارت الدراسة إلى أن أحد التحديات الرئيسية التي يواجهها اللاجئون السوريون هو نقص فرص العمل، حيث ذكرت 16% من المنشورات أن عقود العمل "غير عادلة" وتؤدي إلى عدم الاستقرار، كما أشارت الدراسة إلى "الظروف الاقتصادية الصعبة"، و"عدم كفاية الخدمات" التي تقدمها الحكومة الأردنية والمؤسسات الإنسانية⁽⁴⁷⁾، وهدفت دراسة نجوى إبراهيم سيد (2023) إلى تحليل أبعاد خطاب الكراهية والتحريض ضد اللاجئين في مصر على تويتر، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، واستخدمت أداة تحليل المحتوى لإجراء تحليل كمي ونوعي لعينة من تغريدات مستخدمي تويتر التي تضمنت "هاشتاجات" ضد استقبال اللاجئين في مصر، وكشفت نتائج الدراسة عن نموذج متكامل لخطاب الكراهية، واستخدام لغة عنصرية ومهينة تجاه اللاجئين⁽⁴⁸⁾؛ بينما فحصت دراسة Shaimaa Gheith (2024) كيفية تأثير أدوات الاتصال التي تستخدمها المنظمات المعنية باللاجئين على تغطية وسائل الإعلام المصرية

لقضايا اللاجئين، مع التركيز بشكل خاص على دور فيسبوك كأداة اتصال رئيسية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح، وطبقت أداة تحليل المضمون على عينة من منشورات فيسبوك الخاصة بمنظمات معنية باللاجئين والتقارير الإخبارية لمواقع إخبارية مصرية، وقد حُلَّت (615) منشوراً على فيسبوك، خاصة بالمنظمات المعنية باللاجئين، و(111) تقريراً إخبارياً من المواقع الإخبارية المصرية، كما تم عمل عدة مقابلات شبه منظمة مع أخصائيي الاتصال في المنظمات المعنية باللاجئين، وتوصلت الدراسة إلى أن فيسبوك يؤدي دوراً مهماً كأداة اتصال للمنظمات المعنية باللاجئين، ويسهم بشكل مباشر في تشكيل تغطية وسائل الإعلام المصرية لقضايا اللاجئين، خاصة من خلال مفوضية الأمم المتحدة لشؤون اللاجئين⁽⁴⁹⁾؛ في حين خللت دراسة Κατάλογος Δεδομένων (2024) المواقف العامة تجاه الهجرة، بما في ذلك قضايا اللاجئين، وتأثير التعرض للأخبار ووسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل المواقف السياسية تجاه هذه القضايا، واعتمدت الدراسة على أكثر من أداة، إذ اعتمدت على أداة الاستبانة، وتحليل محتوى الأخبار ووسائل التواصل الاجتماعي، وإجراء مقابلات شبه منظمة مع عينات صغيرة، وشملت العينة أكثر من 10,000 مشارك من سبع دول أوروبية، إضافة إلى الولايات المتحدة وكولومبيا، كما استندت الدراسة إلى نظرية التأثير الإعلامي ونظرية الهوية الاجتماعية، ومن أهم نتائج الدراسة: أن 52% من المشاركين أفادوا بأن وسائل التواصل الاجتماعي جعلتهم أكثر تعاطفاً مع اللاجئين، كما أكدت الدراسة أن 60% من المشاركين اعتبروا وسائل التواصل الاجتماعي مصدرهم الرئيسي للمعلومات عن اللاجئين⁽⁵⁰⁾.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على منهج المسح بالعينة.
- كانت أكثر الأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة أداة الاستبانة لجمع البيانات.
- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في المتغيرات، إذ لا توجد دراسة بمتغيرات الدراسة الحالية نفسها، ولكن الاتفاق جاء في المنهج البحثي وأداة جمع البيانات.

• تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها تتطرق لمتغير وموضوع جديد، تمثل في تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وما نتج عن هذا التعرض من صورة ذهنية لديهم عن هذه القضايا.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ❖ استطاعت الباحثة من خلال استعراض الدراسات السابقة الاستفادة منها في وضع تصور شامل لأبعاد الدراسة، وتحديد جوانب مشكلة الدراسة وأهميتها.
- ❖ أسهمت هذه الدراسات على المستوى الإجرائي في تحديد صياغة تساؤلات الدراسة الحالية وفروضها.
- ❖ الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في تحديد أهداف الدراسة.

الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media dependency Theory، إذ إن فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام ارتبطت بقدرتها على تحقيق التأثير في آراء الأفراد داخل المجتمع الواحد، لذلك شاركت وسائل الإعلام في تغيير سلوك الأفراد، والنهوض بثقافتهم الإعلامية، خاصة في ظل التطور التكنولوجي في شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مما أدى إلى سرعة نقل الأخبار والأحداث فور حدوثها، مما أسهم في تعزيز فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام في عديد من المجالات⁽⁵¹⁾.

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين، هما:

1) الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

2) المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات نحو المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، خاصة في نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى أكبر جمهور ممكن⁽⁵²⁾.

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام اعتماد الفرد على وسيلة الاتصال لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الشخص زاد تأثيرها، وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص⁽⁵³⁾.

وهناك عاملان يحددان كيفية الاعتماد على وسائل الإعلام:
الأول: الاعتماد على الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد، وتلك التي تلبى حاجات أكثر.

الثاني: درجة الاستقرار أو التغير الاجتماعي السائدة، ففي ظروف عدم الاستقرار الاجتماعي وحالات الصراع والتهديد بأنواعه، يتولد شعور بالخوف والقلق، وهو ما ينشأ في الأوقات التي يمر فيها المجتمع بالأزمات الاقتصادية والكوارث الطبيعية والاضطرابات السياسية⁽⁵⁴⁾.

وتؤكد "روكيش وديفلير" أن ارتفاع الإحساس بالخطر أو التهديد يؤدي إلى زيادة قوة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام سعياً للحصول على المعلومات، فكلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة زادت قوة اعتمادهم على وسائل الإعلام، خاصة عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف أوقات الأزمات⁽⁵⁵⁾، وتؤثر دوافع الفرد نحو قضايا معينة في درجة اعتماده على وسيلة معينة، بمعنى أن قوة الدافع تعزز من درجة الاعتماد، والعكس صحيح⁽⁵⁶⁾.

وينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات مجموعة من التأثيرات، يمكن تحديدها في التأثيرات الآتية:

التأثيرات المعرفية: وتشمل خمسة جوانب، هي: إزالة الغموض الناتج عن قلة المعلومات، وتكوين اتجاهات لاسيما في الأمور الخاصة بالمسائل والقضايا الجدلية والدعائية للرموز، وترتيب أولويات الجمهور، وتعمل أيضاً على اتساع وتنظيم المعتقدات وتقسيمها إلى فئات تنتمي إلى الأسرة أو الدين أو السياسة، كما توضح أهمية القيم المتفق عليها اجتماعياً، وقد تخلق قيماً تطبع عليها المجتمع.

التأثيرات الوجدانية: وهي مختلف المشاعر والعواطف، فالإنسان بطبيعته يحب ويكره، ويخاف ويميل إلى شيء أو لا يميل إليه، وفي مجتمع يعتمد اعتماداً كبيراً على وسائل الإعلام في حصوله على المعلومات، يمكن توقع حدوث تغير عاطفي عند تقديم الوسائل لهذه المعلومات⁽⁵⁷⁾.

التأثيرات السلوكية: وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتظهر في الفعل والتشيط والحركة نحو قضايا وسلوكيات معينة، أو فقدان الرغبة وتهدة الحركة نحو القضايا والحلول⁽⁵⁸⁾.

الاستفادة من النظرية في الدراسة الحالية:

تقدم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطاراً نظرياً يفسر الكيفية التي يؤثر بها استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل تصوراتهم وسلوكياتهم، ووفقاً لهذه النظرية، يحدث هذا التأثير بناءً على درجة اعتماد الأفراد على هذه المنصات في تلبية احتياجاتهم المعرفية، مثل الحصول على المعلومات أو تكوين الآراء نحو القضايا المختلفة، حيث تؤكد النظرية وجود علاقة طردية بين مستوى اعتماد الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل واقعهم الذهني، بمعنى أنه كلما زاد اعتماد الجمهور على هذه المنصات كمصدر رئيسي للمعلومات، تعاظم تأثير المحتوى المعروض عليهم في تشكيل تصوراتهم ومواقفهم، خاصةً تجاه القضايا التي تفتقر إلى الخبرة المباشرة، مثل قضية اللاجئين، وفي هذه الدراسة، تستند الباحثة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للكشف عن طبيعة العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا اللاجئين، والصورة الذهنية التي تتشكل لديهم نتيجة هذا التعرض، وتفترض الدراسة أنه في حالة الاعتماد الكبير على هذه المنصات مصدراً أساسياً للمعلومات، فإن الصورة الذهنية للجمهور ستكون انعكاساً مباشراً لنوعية المحتوى الذي يتعرضون له، سواء كان محايداً أو إيجابياً أو سلبياً، وبناءً على مبادئ النظرية، تتبنى الباحثة الفرضية القائلة بأن المصريين الذين يعتمدون بكثافة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا اللاجئين، ستتأثر صورتهم الذهنية بدرجة كبيرة بطبيعة المحتوى الإعلامي الذي يستهلكونه.

فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر تبعاً لاختلاف مستويات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين.
- 3- تزداد درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين بزيادة درجة الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين في مصر.
- 4- تزداد درجة تفاعل المبحوثين مع قضايا اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة درجة الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.
- 5- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين وتأثيرات الاعتماد على تلك المواقع.
- 6- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين والصورة الذهنية المكونة لدى المبحوثين عن قضايا اللاجئين في مصر.
- 7- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين واتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر.

8- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح، واستخدمت في ذلك الاستبانة أداة لجمع البيانات المطلوبة، من خلال توزيع فرضيات نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام.

- تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور المصري بكل طوائفه وشرائحه من كل الأعمار، ولجأت الباحثة إلى استخدام العينة العشوائية، بتطبيق استبانة تتكون من 13 سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في: إضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، والإقامة (ريف - حضر)، والسن (أقل من 30 سنة - من 30 إلى أقل من 45 - من 45 فأعلى)، والمستوى التعليمي (أقل من جامعي - جامعي - أعلى من جامعي)، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع - متوسط - منخفض)، تم تجميع بيانات الدراسة من خلال تطبيق الاستبانة إلكترونياً بتصميم الاستبانة على موقع جوجل درايف، وتطبيق الاستبانة من خلال النشر على مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وواتساب للوصول إلى عينة الدراسة، وإطلاق الاستمارة لمدة زمنية قدرها أربعة أسابيع، وأسفرت عن وصول عدد مفردات العينة إلى (642) مفردة من الجمهور العام بجميع محافظات جمهورية مصر العربية، وقد أغلقت الباحثة جميع أسئلة الاستبانة عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوثين إرسال الردود دون الإجابة عن جميع أسئلة الاستبانة، ومن ثم كانت جميع ردود المبحوثين على الاستبانة صحيحة ولا يوجد بها نسبة خطأ، وبذلك كان حجم العينة النهائي (642) مفردة من الجمهور المصري، مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية أثناء تصميم الاستبانة، وجاءت خصائص العينة على النحو الآتي:

جدول (1)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع والإقامة والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	312	48.60
	إناث	330	51.40
الإقامة	ريف	327	50.93
	حضر	315	49.07
السن	أقل من 30 سنة	492	76.64
	من 30 إلى أقل من 45	123	19.16
	من 45 سنة فأكثر	27	4.21
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	39	6.07
	جامعي	498	77.57
	أعلى من جامعي	105	16.36
المستوى الاجتماعي والاقتصادي	مرتفع	99	15.42
	متوسط	510	79.44
	منخفض	33	5.14
المجموع		642	100

أدوات الدراسة:

استخدمت الاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، بتصميم صحيفة مكونة من عدة مقاييس فرعية (مقياس التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي- مقياس دوافع التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي- مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي- مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين- مقياس التفاعل مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي - مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين - مقياس تأثيرات التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي- مقياس الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين- مقياس الاتجاه نحو قضايا اللاجئين في مصر)، إضافة إلى البيانات الشخصية والمتغيرات الديموجرافية، وانتهى عدد أسئلة الاستبانة إلى 13 سؤالاً.

خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولاً: صدق الاستبانة:

يقصد بصدق الاستبانة صحتها في قياس ما تدعي أنه تقيسه، والاستبانة الصادقة تقيس ما وضعت لقياسه⁽⁵⁹⁾، وللتحقق من صدق الاستبانة تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة، هي: الصدق المنطقي، والصدق الظاهري أو صدق المحكمين، وصدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمدت الباحثة في بناء الاستبانة واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الاطلاع على الدراسات السابقة التي اتخذت من قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي موضوعاً لها، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت بقية عبارات الاستبانة بالاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، والاستفادة منها دون تضمين العبارات بالبحث الحالي، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع الأدوات بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي، وأن الأدوات صالحة للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

عرضت الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية، وعددهم (10)⁽⁶⁰⁾، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الأدوات، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبانة بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، والإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 90% فأكثر، وحذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداهها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبانة إلى 13 سؤالاً.

ج- صدق الاتساق الداخلي للاستبانة:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبانة والدرجة الكلية، وذلك لمعرفة درجة ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبانة، بهدف التحقق من صدق الاستبانة، ويتضح ذلك من خلال الجدول الآتي.

جدول (2)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبانة

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مقياس التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.725	دالة عند 0.01
مقياس دوافع التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.689	دالة عند 0.01
مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.721	دالة عند 0.01
مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين	0.698	دالة عند 0.01
مقياس التفاعل مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.728	دالة عند 0.01
مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين	0.741	دالة عند 0.01
مقياس تأثيرات التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.772	دالة عند 0.01
مقياس الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين	0.812	دالة عند 0.01
مقياس الاتجاه نحو قضايا اللاجئين في مصر	0.682	دالة عند 0.01

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبانة تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من 0.01، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبانة بين (0.682، 0.812)، وهذا دليل كاف على أن الاستبانة تتمتع بمعامل صدق عالٍ.

ثانياً: ثبات الاستبانة:

يقصد بثبات الاستبانة عادة أن تكون على درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المفحوص⁽⁶¹⁾، والاستبانة الثابتة هي التي تعطي النتائج نفسها (تقريباً) إذا طبقت على الأشخاص أنفسهم في فرصتين مختلفتين⁽⁶²⁾، وقد تم حساب معامل ثبات الاستبانة (أداة الدراسة) على عينة قوامها (60) مفردة، وذلك

باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات المقاييس، وطريقة التجزئة النصفية (S.H)، وحساب ثبات الاستبانة بطريقة ألفا كرونباخ.

أ- طريقة إعادة التطبيق:

طُبِّقت الاستبانة على عينة مكونة من 100 مفردة، ثم أُعيد تطبيقها مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم حسبت الباحثة معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الإجابات على كل بعد من أبعاد الاستبانة بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت 0.768 ويتضح ذلك من الجدول الآتي:

جدول (3)

معامل ثبات مقياس الدراسة وأبعاده المختلفة

مستوى الدلالة	معامل الثبات	البعد
دالة عند 0.01	0.552	مقياس التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند 0.01	0.625	مقياس دوافع التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند 0.01	0.598	مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند 0.01	0.496	مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين
دالة عند 0.01	0.725	مقياس التفاعل مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند 0.01	0.668	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين
دالة عند 0.01	0.712	مقياس تأثيرات التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
دالة عند 0.01	0.665	مقياس الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين
دالة عند 0.01	0.598	مقياس الاتجاه نحو قضايا اللاجئين في مصر
دالة عند 0.01	0.768	الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.496 – 0.725)، وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية

للاستبانة قد بلغ 0.768، وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبانة أداة من أدوات الدراسة.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل مقياس فرعي من المقاييس المكونة للاستبانة، وحساب معامل ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة مع بعضها، وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبانة وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول (4)

معامل ثبات الاستبانة وأبعادها وفقاً (التجزئة النصفية لجتمان - سبيرمان وبراون)

معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة
0.568	0.465	مقياس التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.555	0.512	مقياس دوافع التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.632	0.612	مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.549	0.567	مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين
0.612	0.598	مقياس التفاعل مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.482	0.435	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين
0.587	0.558	مقياس تأثيرات التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.598	0.571	مقياس الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين
0.514	0.498	مقياس الاتجاه نحو قضايا اللاجئين في مصر
0.667	0.634	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها
0.698	0.742	معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية

يتضح من الجدول السابق أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً، وقد تراوحت معاملات ثبات المقاييس الفرعية

المكونة للاستبانة وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين 0.435 – 0.612، بينما تراوح معامل ثبات المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين 0.482–0.632، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة مع بعضها فقد كانت 0.634 وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان – براون 0.667، وهي معاملات ثبات عالية تدل على ثبات الأبعاد، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة مع الدرجة الكلية فقد كانت 0.742 وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت 0.698 وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون، وهي معاملات ثبات عالية تشير إلى ثبات المقياس الفرعية المكونة للاستبانة وصلاحيته للاستخدام.

ج- حساب ثبات الاستبانة بطريقة ألفا كرونباخ:

تعتمد معادلة ألفا كرونباخ على تباينات بنود المقياس، وتشتط أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، لذلك قامت الباحثة بحساب معامل الثبات لكل بعد منفرداً، ثم حساب معامل ثبات الاستبانة ككل، وقد استخدمت الباحثة البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات.

جدول (5)

معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الاستبانة والدرجة الكلية لها

قيمة ألفا	المجال
0.574	مقياس التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.498	مقياس دوافع التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.447	مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.398	مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين
0.387	مقياس التفاعل مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.412	مقياس مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين
0.439	مقياس تأثيرات التعرض لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.547	مقياس الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين
0.578	مقياس الاتجاه نحو قضايا اللاجئين في مصر
0.832	الدرجة الكلية للاستبانة

تشير البيانات في الجدول السابق إلى قيم معامل الثبات لإجابات الباحثين، وتراوح قيمة معامل ألفا ما بين (0.387 – 0.578)، وهي توحى بثبات الاستبانة، كما تشير قيمة معامل الثبات ألفا لإجمالي الاستبانة إلى ثبات الاستبانة وقدرتها على قياس ما وضعت لقياسه حيث بلغت قيمته 0.832

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين: ولقياس معدل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين استخدمت الباحثة مقياساً مكوناً من 3 أسئلة بالاستبانة عن مدى التعرض الباحثين لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكم مرة تتعرض لها في الأسبوع تقريباً، والمدة الزمنية للتعرض لها في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين 3: 11 درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات: من 3 إلى 5 درجات منخفض التعرض المبحوثين لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من 6 إلى 8 درجات متوسط التعرض، ومن 9 إلى 11 درجة مرتفع التعرض.

ب- مقياس دوافع الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين: ولقياس مستوى دوافع الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (9) عبارات، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، ومن ثم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوح الدرجات بين 9 إلى 27 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من الدوافع ويحصل على الدرجة 9 إلى 14، والثاني مستوى متوسط من الدوافع ويحصل على الدرجة من 15 إلى 20، والثالث مستوى مرتفع من الدوافع ويحصل على الدرجة من 21 إلى 27.

ج- مقياس الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (7) عبارات، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة

الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 7 إلى 21 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من الاهتمام ويحصل على الدرجة 7 إلى 11، والثاني مستوى متوسط من الاهتمام ويحصل على الدرجة من 12 إلى 16، والثالث مستوى مرتفع من الاهتمام ويحصل على الدرجة من 17 إلى 21.

د- مقياس مستوى معرفة المبحوثين بقضايا اللاجئين في مصر: ولقياس مستوى معرفة المبحوثين بقضايا اللاجئين في مصر تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (9) عبارات، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 9 إلى 27 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من المعرفة ويحصل على الدرجة 9 إلى 14، والثاني مستوى متوسط من المعرفة ويحصل على الدرجة من 15 إلى 20، والثالث مستوى مرتفع من المعرفة ويحصل على الدرجة من 21 إلى 27.

هـ- مقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس مستوى تفاعل المبحوثين مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (9) عبارات، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 9 إلى 27 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من التفاعل ويحصل على الدرجة 9 إلى 14، والثاني مستوى متوسط من التفاعل ويحصل على الدرجة من 15 إلى 20، والثالث مستوى مرتفع من التفاعل ويحصل على الدرجة من 21 إلى 27.

و- مقياس مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين: ولقياس مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين تم تكوين مقياس

تجميعي مكون من (9) عبارات، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 9 إلى 27 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من الثقة ويحصل على الدرجة 9 إلى 14، والثاني مستوى متوسط من الثقة ويحصل على الدرجة من 15 إلى 20، والثالث مستوى مرتفع من الثقة ويحصل على الدرجة من 21 إلى 27.

ز- مقياس مستوى تأثيرات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين: ولقياس مستوى تأثيرات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، تم تكوين مقياس تجميعي بطريقة ليكرت الثلاثية، مكون من ثلاثة أبعاد (معرفية- وجدانية- سلوكية)، البعد الأول (التأثيرات المعرفية) به (5) عبارات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعي لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 5 إلى 15 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من التأثيرات ويحصل على الدرجة 5 إلى 8، والثاني متوسط مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من 9 إلى 12، والثالث مرتفع مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من 13 إلى 15. والبعد الثاني (التأثيرات الوجدانية) به (5) عبارات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعي لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 5 إلى 15 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من التأثيرات ويحصل على الدرجة 5 إلى 8، والثاني متوسط مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من 9 إلى 12، والثالث مرتفع مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من 13 إلى 15. والبعد الثالث (التأثيرات السلوكية) به (5) عبارات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس الفرعي لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 5 إلى 15 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول مستوى منخفض من التأثيرات ويحصل على الدرجة 5 إلى 8، والثاني متوسط مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من 9 إلى 12، والثالث مرتفع مستوى التأثيرات ويحصل على الدرجة من 13 إلى 15.

ح- مقياس الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين في مصر: ولقياس الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين في مصر تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (19) عبارة، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 19 إلى 57 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول صورة سلبية نحو قضايا اللاجئين في مصر ويحصل على الدرجة 19 إلى 31، والثاني صورة متوازنة نحو قضايا اللاجئين في مصر ويحصل على الدرجة من 32 إلى 44، والثالث صورة إيجابية نحو قضايا اللاجئين في مصر ويحصل على الدرجة من 45 إلى 57.

ط- مقياس الاتجاه نحو قضايا اللاجئين في مصر: ولقياس مستوى الاتجاه نحو قضايا اللاجئين في مصر تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (9) عبارات، وتأخذ الإجابة عن كل عبارة الاختيار بين ثلاثة بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، ومن ثمَّ حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 9 إلى 27 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاثة مستويات: الأول اتجاه سلبي نحو قضايا اللاجئين في مصر ويحصل على الدرجة 9 إلى 14، والثاني اتجاه محايد نحو قضايا اللاجئين في مصر ويحصل على الدرجة من 15 إلى 20، والثالث اتجاه إيجابي نحو قضايا اللاجئين في مصر ويحصل على الدرجة من 21 إلى 27.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

لاستخراج نتائج الدراسة استخدمت الباحثة البرنامج الإحصائي (SPSS)، واستخدام بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة، مثل:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.

4- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوي Least

Significance Difference والمعروف بـ L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين

المجموعات التي يؤكد تحليل التباين وجود فرق بينها .

5- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة

الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة .

6- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين

الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة .

7- اختبار كا² لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من

المستوى الاسمي .

8- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين

متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2x2 .

9- اختبار "Z .Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتي مؤيتين .

نتائج الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية المكونة لديهم، وفي إطار منهج المسح تم ملء الاستبانة إلكترونياً لعينة الدراسة وقوامها (642) مفردة من الجمهور بجميع محافظات جمهورية مصر العربية، وذلك من خلال تطبيق الاستبانة عبر موقع جوجل درايف، حيث أطلقت الباحثة الاستبانة عبر فيسبوك لمدة أربعة أسابيع، ووصل عدد الاستجابات على الاستبانة 642 مفردة، مع مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الجمهور، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهو ما يعكس سمات وخصائص العينة في علاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يساعد على معرفة العلاقة بين تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية المكونة لديهم، وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات

الاستبانة بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت على التحقق من أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

أولاً: نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

- كثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر

جدول (6)

كثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	103	33.01	142	43.03	245	38.16
متوسط	143	45.83	136	41.21	279	43.46
منخفض	66	21.15	52	15.76	118	18.38
الإجمالي	312	100	330	100	642	100

قيمة كا² = 7.546 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.108 مستوى الدلالة = دالة عند 0.05

بحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 7.546 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.108 تقريباً مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وكثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر (مرتفع- متوسط- منخفض).

وتشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر بلغت نسبتهم 38.16% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين 33.01% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 43.03% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر 43.46% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين 45.83% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل

41.21% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر 18.38% من إجمالي مفردات عينة الدراسة موزعة بين 21.15% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 15.76% من إجمالي مفردات عينة الإناث. ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات كافية وفورية عن قضايا اللاجئين، وتقوم على تسهيل ومتابعة ما ينشر من خلال الأفراد المستخدمين لهذه المواقع، ويمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي منبراً للتعبير عن الرأي دون خوف من أي ملاحقة، فالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً رئيسياً للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر يعد أمراً شائعاً بسبب سهولة الوصول وسرعة انتشار الأخبار، مما يتيح فرصة للتفاعل مع آراء متنوعة وزيادة الوعي بالقضايا العاجلة، كما تتيح هذه المنصات فرصة للاجئين والمنظمات الحقوقية لنشر قصصهم وحملاتهم التوعوية، مما يساهم في جذب الانتباه الدولي ودعم قضاياهم، إضافة إلى ذلك، تساعد المحتويات المرئية المؤثرة في تعزيز التعاطف والتضامن مع اللاجئين، مما يعزز الجهود الإنسانية ويدفع نحو إيجاد حلول فعالة لتحدياتهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Lau, Cynthia et al (2021)، حيث توضح النتائج أن هناك كثافة عالية في الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي بين الآباء والأمهات في ماليزيا، سواء للحصول على المعلومات أو الدعم أو التأثير على الممارسات التربوية، وأيضاً نتيجة Oberiri Destiny Apuke et al (2022) حيث أظهرت النتائج أن 67% من المشاركين لديهم مستوى عالٍ من الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات.

4- أهم قضايا اللاجئين التي يتعرض لها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (7)

أهم قضايا اللاجئين التي يتعرض لها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
4	غير دالة	0.454	71.03	456	71.82	237	70.19	219	صعوبة الحصول على تصاريح إقامة قانونية.
6	غير دالة	0.495	67.29	432	68.18	225	66.35	207	غياب قانون لجوء واضح ينظم أوضاعهم.
3	غير دالة	1.759	71.50	459	74.55	246	68.27	213	ارتفاع تكاليف العلاج الطبي وعدم شمولهم بالتأمين الصحي
2	غير دالة	0.100	72.90	468	72.73	240	73.08	228	عوائق التحاق الأطفال اللاجئين بالمدارس الحكومية.
5	غير دالة	0.199	70.56	453	70.91	234	70.19	219	البطالة والعمل في القطاع غير الرسمي بأجور متدنية.
10	غير دالة	0.866	59.81	384	58.18	192	61.54	192	اتهامات بارتباط اللاجئين بزيادة أسعار الإيجارات والسلع.
9	غير دالة	1.047	61.68	396	63.64	210	59.62	186	التمييز والكرهية للاجئين.
17	غير دالة	0.557	44.39	285	45.45	150	43.27	135	انتشار فيديوهات لأطفال لاجئين يعملون في ورش أو تسول.
12	غير دالة	0.447	51.87	333	52.73	174	50.96	159	صعوبة تقبل العادات الثقافية المختلفة (كالملابس أو اللغة).
7	غير دالة	0.683	63.08	405	61.82	204	64.42	201	جدل حول الزواج المختلط بين المصريين واللاجئين.
8	غير دالة	1.286	62.15	399	64.55	213	59.62	186	اتهامات للمفوضية السامية للاجئين بعدم العدالة في توزيع المساعدات.
18	غير دالة	0.683	36.92	237	38.18	126	35.58	111	شائعات عن منح اللاجئين "امتيازات خاصة" غير موجودة فعلياً.
16	غير دالة	0.311	44.86	288	45.45	150	44.23	138	معاناة اللاجئين من الاكتئاب والصدمات دون دعم كاف.
15	غير دالة	1.857	47.20	303	43.64	144	50.96	159	وصمة مجتمعية حول طلب المساعدة النفسية.

الرقم	الدالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	غير دالة	0.958	74.77	480	76.36	252	73.08	228	ترويج إشاعات عن "أعداد ضخمة" من اللاجئين تضغط على الاقتصاد.
11	غير دالة	1.095	57.01	366	59.09	195	54.81	171	اتهامات بوجود "مؤامرة دولية" لاستخدام اللاجئين في زعزعة الأمن.
14	غير دالة	0.744	47.66	306	49.09	162	46.15	144	حملات تبرعات لدعم اللاجئين (م مثل جمع الملابس أو المواد الغذائية).
13	غير دالة	0.243	49.53	318	50.00	165	49.04	153	دعوات لتعزيز قيم التعايش انطلاقاً من التعاليم الدينية والإنسانية.
			642		330		312		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم قضايا اللاجئين التي يتعرض لها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع، وقد جاء في الترتيب الأول ترويج إشاعات عن "أعداد ضخمة" من اللاجئين تضغط على الاقتصاد، حيث جاءت بنسبة بلغت 74.77٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 73.08٪ من إجمالي مفردات عينه الذكور في مقابل 76.36٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.958، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثاني "عوائق التحاق الأطفال اللاجئين بالمدارس الحكومية"، حيث جاءت بنسبة بلغت 72.90٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 73.08٪ من إجمالي مفردات عينه الذكور في مقابل 72.73٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.100، وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثالث "ارتفاع تكاليف العلاج الطبي وعدم شمولهم بالتأمين الصحي"، حيث جاءت بنسبة بلغت 71.50٪ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 68.27٪ من إجمالي مفردات عينه الذكور في مقابل 74.55٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال

إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.759 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95، وجاء في الترتيب الرابع "صعوبة الحصول على تصاريح إقامة قانونية"، حيث جاءت بنسبة بلغت 71.03% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 70.19% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 71.82% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.454 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95، وجاء في الترتيب الخامس "البطالة والعمل في القطاع غير الرسمي بأجور متدنية"، حيث جاءت بنسبة بلغت 70.56% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 70.19% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 70.91% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.199 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95، وجاء في الترتيب السادس "غياب قانون لجوء واضح ينظم أوضاعهم"، حيث جاءت بنسبة بلغت 67.29% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 66.35% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 68.18% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.495 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

ويمكن تفسير الصعوبات التي تواجه اللاجئين في مصر في ضوء أن: مصر وضعت بعض الاشتراطات عند تصديقها على اتفاقية عام 1951 الخاصة بشئون اللاجئين وتقديم الحماية لهم، هذه الاشتراطات أعطت مصر الحق في اعتبار اللاجئين أجنب، وعلى هذا الأساس تستثيهم من بعض الحقوق التي تُعطي للمصريين أنفسهم⁽⁶³⁾. ولكن مع الوقت أصبحت هذه الاشتراطات قيوداً للاجئين أثرت بالسلب على بعض جوانب حياتهم الحيوية، مثل التعليم والصحة والعمل وغيرها من الخدمات المهمة التي يحتاج إليها اللاجئون بشكل أساسي، فعلى سبيل المثال، لا يستطيع اللاجئون الحصول على

خدمة التأمين الصحي، ومزاولة العمل بشكل رسمي في مصر أمر صعب جداً، ذلك بسبب الإجراءات البيروقراطية المعقدة، والتكلفة الباهظة للحصول على تصريح عمل رسمي، وتخوف بعض أصحاب الأعمال من توظيف اللاجئين، وبالنسبة للتعليم، فلا يحق للاجئين الحصول على التعليم الحكومي المصري، أي المجاني، ولكن مؤخراً نجد بعض الاستثناءات مع اللاجئين السوريين والسودانيين واليمنيين، حيث يستطيع اللاجئون من سوريا واليمن الحصول على خدمة التعليم الحكومي بالمساواة مع المصريين أنفسهم⁽⁶⁴⁾. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Ibrahim Al Elamat (2022) التي أظهرت أن اللاجئين السوريين في الأردن يواجهون تحديات متعددة في مجالات العمل والتعليم والصحة، وكذلك دراسة Yasmin Aldamen (2023).

5- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع المبحوثون خلالها قضايا اللاجئين جدول (8)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع المبحوثون خلالها قضايا اللاجئين وفقاً للنوع								
الترتيب	المواقع	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
			ك	%	ك	%	ك	%
1	فيسبوك		228	73.08	252	76.36	480	74.77
2	تويتر		171	54.81	195	59.09	366	57.01
4	يوتيوب		144	46.15	162	49.09	306	47.66
3	واتساب		153	49.04	165	50.00	318	49.53
6	انستجرام		111	35.58	117	35.45	228	35.51
7	تليجرام		90	28.85	102	30.91	192	29.91
5	سناپ شات		144	46.15	141	42.73	285	44.39
8	سكايب		90	28.85	90	27.27	180	28.04
جملة من سئلوا			312		330		642	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع المبحوثون خلالها قضايا اللاجئين وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول فيسبوك، بنسبة بلغت 74.77% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 73.08% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 76.36% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z

المحسوبة 0.958 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثاني تويتر، بنسبة بلغت 57.01% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 54.81% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 59.09% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1.095 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95. وجاء في الترتيب الثالث واتساب، بنسبة بلغت 49.53% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 49.04% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 50.00% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.243 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95، وجاء في الترتيب الرابع يوتيوب، بنسبة بلغت 47.66% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 46.15% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 49.09% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0.744 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 0.95.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: على الرغم من تعدد وتنوع مواقع التواصل، فإن موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" أصبح الآن المنصة الأكثر شعبية في مصر، حيث يمتلك قاعدة مستخدمين كبيرة ومتنوعة من حيث الفئات العمرية والمستويات التعليمية، إذ يتميز "فيس بوك" بسهولة الوصول إلى المحتوى ومشاركته، مما يجعله الخيار الأول للجمهور المصري لمتابعة قضايا اللاجئين، إضافة إلى ذلك تتيح الصفحات والمجموعات على "فيس بوك" تفاعلاً مباشراً بين المستخدمين، مما يعزز من انتشار القضايا، وخاصة قضايا اللاجئين، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة محمد أحمد محمد عبود (2022)، التي أظهرت أن موقع فيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الجمهور المصري في متابعة القضايا، وكذلك دراسة عيسى يونس درويش (2020) حيث

سيطر موقع فيس بوك على مواقع التواصل الأخرى من حيث اعتماد الشباب عليها مصدراً للمعلومات عن الأحداث الجارية، ودراسة AlKhudari, Majed Numan (2023)، حيث أظهرت النتائج أن 87% من العينة يستخدمون فيس بوك.

6- موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة دوافع متابعة الجمهور لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:
جدول (9)

موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة دوافع متابعة الجمهور لقضايا اللاجئين عبر

مواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة العبارات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدوافع		
							ك	%
متابعة أخبار اللاجئين في مصر وأكون على دراية بتطور الأحداث	387	60.28	187	29.13	68	10.59	5	مرتفع
للتعرف على حلول للمشكلات التي تواجه اللاجئين في مصر	368	57.32	201	31.31	73	11.37	7	مرتفع
لزيادة الوعي الشخصي بموضوعات اللاجئين في مصر	406	63.24	170	26.48	66	10.28	2	مرتفع
لأغراض أكاديمية أو بحثية	348	54.21	195	30.37	99	15.42	8	مرتفع
لتبنى آراء جديدة ومختلفة عن قضايا اللاجئين في مصر	376	58.57	193	30.06	73	11.37	6	مرتفع
لمواكبة الأحداث الجارية والاطلاع على مستجدات العالم	410	63.86	178	27.73	54	8.41	1	مرتفع
للدعم أو التفاعل مع الموضوعات التي تهمني	392	61.06	194	30.22	56	8.72	3	مرتفع
الحصول على معلومات سريعة ومباشرة	417	64.95	151	23.52	74	11.53	2	مرتفع
اهتمامي بالمحتوى ومثل هذه القضايا	397	61.84	175	27.26	70	10.90	4	مرتفع
جملة من سئلا	ن = 642						-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة دوافع متابعة الجمهور لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.50، وجاء تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما مرتفعاً، وجاء في مقدمة هذه العبارات لمواكبة الأحداث الجارية والاطلاع على مستجدات العالم، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت الحصول على معلومات سريعة ومباشرة في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.53، وجاءت لزيادة الوعي الشخصي بموضوعات اللاجئين في مصر، لدعم أو التفاعل مع الموضوعات التي تهمني في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.52، وجاءت اهتمامي بالمحتوى ومثل هذه القضايا في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.51، وجاءت لمتابعة أخبار اللاجئين في مصر وأكون على دراية بتطور الأحداث في الترتيب الخامس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.50، وجاءت لتبني آراء جديدة ومختلفة عن قضايا اللاجئين في مصر في الترتيب السادس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.47، وجاءت للتعرف على حلول للمشكلات التي تواجه اللاجئين في مصر في الترتيب السابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.46.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: متابعة الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعكس التاريخ العريق لمصر كبلد يستقبل اللاجئين ويرتبط بقضاياهم الإنسانية، فمصر بموقعها الجغرافي وتاريخها، كانت ولا تزال ملاذاً للعديد من اللاجئين من دول الجوار، مثل السودان، وسوريا، وفلسطين، وغيرها، مما يجعل القضية قريبة من وجدان المصريين، الذين يتابعونها بدافع التعاطف الإنساني والترابط الثقافي مع الشعوب العربية والأفريقية، إضافة إلى ذلك، يحرص المصريون على مواكبة الأحداث الجارية لفهم تأثيرات هذه القضايا على الأمن القومي والاقتصاد المحلي، خاصة في ظل التحديات الاقتصادية التي تواجهها البلاد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ويزيد الجمهور المصري من وعيه بقضايا اللاجئين، ويعبر عن تضامنه معهم، مما يعكس قيم الكرم والتضامن المتأصلة في الثقافة المصرية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة Abdulrahman Dheyab Abdullah (2022)، بأن 65% من المشاركين أكدوا أنهم يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار المتعلقة بالأحداث الجارية في بلادهم، خاصة تلك التي تؤثر على أوضاعهم الأمنية والمعيشية، كما ذكر 75% من المشاركين أنهم يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات بشكل سريع وفوري، خاصة في المواقف الطارئة أو عند الحاجة إلى تحديثات آنية عن الأوضاع الأمنية أو الإنسانية⁽⁶⁵⁾. وكذلك دراسة Bojelo Esther Mooketsi and Athulang Mutshewa (2019)، حيث أكد 50% من الطلاب أنهم يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً سريعاً وفورياً عن الأخبار والمعلومات⁽⁶⁶⁾.

7- موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة الاهتمام بمتابعة الجمهور لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:
جدول (10)

موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة الاهتمام بمتابعة الجمهور لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة العبارات	مرتفع		متوسط		منخفض		الانحراف المعياري	الدرجة
	%	ك	%	ك	%	ك		
تهتم بمتابعة كل جديد عن قضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	61.37	394	25.86	166	12.77	82	0.71	مرتفع
تهتم بمتابعة المضامين ذات الصلة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	53.27	342	34.27	220	12.46	80	0.70	مرتفع
تهتم بمناقشة المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	55.45	356	29.91	192	14.64	94	0.73	مرتفع
تجد نفسك مستغرقا في التفكير في بعض الأمور والقضايا المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	53.12	341	33.18	213	13.71	88	0.72	مرتفع
تفضل الاحتفاظ بالمضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بعد الاطلاع عليها	52.65	338	31.62	203	15.73	101	0.74	مرتفع
يمكن أن أطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي أعرف على حقيقة المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	58.88	378	29.13	187	11.99	77	0.70	مرتفع
أشارك بالتعليق على المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	53.12	341	31.62	203	15.26	98	0.74	مرتفع
جملة من سئلوا	ن = 642							مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين تجاه العبارات التي تحدد درجة الاهتمام بمتابعة الجمهور لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.42، وجاء تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفعاً، وجاء في مقدمة هذه العبارات تهتم بمتابعة كل جديد عن قضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.49، وجاءت يمكن أن أطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي أتعرف على حقيقة المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.47، وجاءت تهتم بمتابعة المضامين ذات الصلة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتهتم بمناقشة المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.41، وجاءت تجد نفسك مستغرقاً في التفكير في بعض الأمور والقضايا المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.39، وجاءت أشارك بالتعليق على المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الخامس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.38، وجاءت تفضل الاحتفاظ بالمضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بعد الاطلاع عليها في الترتيب السادس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.37.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: لوسائل التواصل الاجتماعي لها دوراً محورياً في زيادة الوعي والاهتمام بقضايا اللاجئين من خلال عدة آليات:

أولاً: تُعد هذه المنصات أداة قوية لنشر المعلومات والقصص المتعلقة باللاجئين، حيث تتيح مشاركة المنشورات، والفيديوهات، والصور التي تنقل تجاربهم ومعاناتهم إلى جمهور واسع بسرعة وكفاءة، هذا الانتشار السريع للمعلومات يسهم بشكل مباشر في تعزيز وعي الجمهور بالتحديات التي يواجهها اللاجئون، مما يقلل من سوء الفهم أو التحيزات المنتشرة.

ثانياً: من خلال التعرض المستمر لقصاص اللاجئين، يتولد لدى المستخدمين اهتمام أكبر بقضاياهم، هذا الاهتمام لا يقتصر على الجانب العاطفي فحسب، بل يمكن أن يترجم إلى دعم ملموس، سواء كان معنوياً، مادياً، أو حتى سياسياً، على سبيل المثال، قد يدفع هذا الاهتمام الأفراد إلى التبرع للمنظمات الإنسانية أو المشاركة في حملات التوعية.

ثالثاً: تُسهّل وسائل التواصل الاجتماعي التواصل بين الأفراد والمنظمات المهتمة بقضايا اللاجئين، مما يؤدي إلى تشكيل شبكات تضامن ودعم على المستويين المحلي والدولي، هذه الشبكات تعزز التعاون وتوحد الجهود المبذولة لتحسين أوضاع اللاجئين، إضافة إلى ذلك، تُتيح الحملات المنظمة على هذه المنصات، مثل الهاشتاجات أو التحديات، جذب انتباه واسع وتحفيز العمل الجماعي لدعم اللاجئين.

رابعاً: تمنح وسائل التواصل الاجتماعي اللاجئين أنفسهم فرصة مشاركة قصصهم وتجاربهم مباشرة مع الجمهور، مما يعطيهم صوتاً ويقلل من تهميشهم، هذه المشاركة المباشرة تسهم في إضفاء طابع إنساني على قضايا اللاجئين، مما يجعلها أكثر تأثيراً في نفوس المتابعين.

أخيراً، يمكن أن تؤثر زيادة الوعي والاهتمام بقضايا اللاجئين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على صناع القرار والسياسات العامة، والضغط الشعبي الناتج عن هذه الحملات قد يدفع الحكومات والمنظمات الدولية إلى اتخاذ إجراءات أكثر فاعلية لتحسين أوضاع اللاجئين، وبذلك، تُثبت وسائل التواصل الاجتماعي أنها أداة قوية ليس فقط لنشر المعلومات، بل أيضاً لتحقيق تغييرات إيجابية في حياة اللاجئين.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (2024)، حيث أظهرت الدراسة أن 68% من المشاركين عبروا عن اهتمامهم بقضايا اللاجئين عند تعرضهم لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا يؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً في زيادة الوعي والاهتمام بقضايا اللاجئين.

8- موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة معرفة الجمهور بقضايا اللاجئين في مصر:

جدول (11)

موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة معرفة الجمهور بقضايا اللاجئين في مصر

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	منخفض		متوسط		مرتفع		الاستجابة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	1	0.67	2.49	9.66	62	31.78	204	58.57	376	تعرف جنسيات اللاجئين في مصر
متوسط	9	0.79	2.33	19.78	127	27.10	174	53.12	341	تعرف عدد اللاجئين في مصر
مرتفع	2	0.65	2.48	8.88	57	34.27	220	56.85	365	تعرف أهم القضايا التي تواجه اللاجئين في مصر
مرتفع	4	0.73	2.42	14.64	94	28.66	184	56.70	364	لديك معرفة بمدى وجود قوانين خاصة تحكم اللاجئين في مصر
مرتفع	6	0.74	2.40	15.42	99	28.66	184	55.92	359	لديك معرفة بمدى إمكانية تملك اللاجئين للعقارات في مصر
مرتفع	7	0.78	2.38	18.54	119	25.39	163	56.07	360	لديك معرفة بكيفية حصول اللاجئين على الجنسية المصرية
مرتفع	8	0.78	2.36	19.16	123	25.55	164	55.30	355	لديك معرفة بإمكانية تملك اللاجئين للشركات في مصر
مرتفع	5	0.73	2.41	14.64	94	29.28	188	56.07	360	لديك معرفة بواجبات اللاجئين في مصر
مرتفع	3	0.70	2.46	12.31	79	29.60	190	58.10	373	لديك معرفة بحقوق اللاجئين في مصر
مرتفع	-	0.73	2.42	ن = 642						جملة من سئلا

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة

معرفة الجمهور بقضايا اللاجئين في مصر، التي جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.42، وجاء تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفعاً، وجاء في مقدمة هذه العبارات تعرف جنسيات اللاجئين في مصر، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.49، وجاءت تعرف أهم القضايا التي تواجه اللاجئين في مصر في الترتيب

الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.48، وجاءت لديك معرفة بحقوق اللاجئين في مصر في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.46، وجاءت لديك معرفة بمدى وجود قوانين خاصة تحكم اللاجئين في مصر في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.42، وجاءت لديك معرفة بواجبات اللاجئين في مصر في الترتيب الخامس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.41، وجاءت لديك معرفة بمدى إمكانية تملك اللاجئين للعقارات في مصر في الترتيب السادس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.40، وجاءت لديك معرفة بكيفية حصول اللاجئين على الجنسية المصرية في الترتيب السابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.38، وجاءت لديك معرفة بإمكانية تملك اللاجئين للشركات في مصر في الترتيب الثامن بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.36.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: النتائج أظهرت تبايناً واضحاً في مستوى المعرفة بين مختلف جوانب قضية اللاجئين، حيث برزت المعرفة بجنسيات اللاجئين كأعلى مستوى معرفي، يليها المعرفة بالقضايا اليومية التي يعاني منها اللاجئون، ثم المعرفة بحقوقهم، يليها المعرفة بالقوانين المنظمة، وهذا التدرج يعكس نمطاً واضحاً في طريقة استقبال الجمهور للمعلومات المتعلقة باللاجئين، ويمكن تفسير هذا التدرج المعرفي بعدة عوامل رئيسية:

أولاً: طبيعة التغطية الإعلامية: تميل مواقع التواصل الاجتماعي إلى التركيز على الجوانب السهلة القابلة للتغطية الإخبارية، مثل الجنسيات والقضايا اليومية، بينما تغفل الجوانب القانونية والحقوقية الأكثر تعقيداً التي تتطلب شرحاً متخصصاً. ثانياً: توفر المعلومات: تكون المعلومات الديموجرافية عن اللاجئين (مثل الجنسيات) أكثر توفراً وانتشاراً في الفضاء الإعلامي، بينما تندر المصادر التي تشرح الجوانب القانونية بشكل مبسط للجمهور العام.

ثالثاً: طبيعة اهتمام الجمهور: يميل الجمهور عموماً إلى الاهتمام بالجوانب الملموسة والظاهرية للقضايا، أكثر من اهتمامه بالجوانب النظرية والقانونية التي تبدو أكثر تجريداً.

9- موقف الباحثين تجاه العبارات التي تحدد درجة تفاعل الجمهور مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (12)

موقف الباحثين تجاه العبارات التي تحدد درجة تفاعل الجمهور مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاستجابة	العبارة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدوافع
		%	ك	%	ك	%	ك			
372	المشاركة في الحوارات أو النقاشات على الفيديوها	57.94	174	27.10	96	14.95	2.43	0.74	2	مرتفع
349	نشر الفيديوهات ومشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي	54.36	202	31.46	91	14.17	2.40	0.72	3	مرتفع
358	الرد على استطلاعات أو التعليقات البينية في الفيديوها	55.76	167	26.01	117	18.22	2.38	0.77	5	مرتفع
356	أشارك المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صفحات الأصدقاء	55.45	178	27.73	108	16.82	2.39	0.76	4	مرتفع
360	أشارك المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الدردشة لأحد الأصدقاء	56.07	171	26.64	111	17.29	2.39	0.76	4	مرتفع
337	أشارك المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المدونات والجروبات العامة	52.49	182	28.35	123	19.16	2.33	0.78	7	متوسط
377	عمل إعجاب على كل المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	58.72	185	28.82	80	12.46	2.46	0.71	1	مرتفع
347	عمل تعليق على كل المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	54.05	180	28.04	115	17.91	2.36	0.77	6	مرتفع
364	عمل مشاركة على كل المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	56.70	168	26.17	110	17.13	2.40	0.76	3	مرتفع
جملة من سئلوا		ن = 642								مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين تجاه العبارات التي تحدد درجة تفاعل الجمهور مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.39، بينما تراوح تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات عمل إعجاب على كل المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.46، وجاءت المشاركة في الحوارات أو النقاشات على الفيديوها في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.43، وجاءت نشر الفيديوها ومشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي، عمل مشاركة على كل المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.40، وجاءت أشارك المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صفحات الأصدقاء، أشارك المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الدردشة لأحد الأصدقاء في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.39، وجاءت الرد على استطلاعات أو التعليقات البيئية في الفيديوها في الترتيب الخامس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.38، وجاءت عمل تعليق على كل المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب السادس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.36، وجاءت أشارك المضامين المتعلقة بقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المدونات والجروبات العامة في الترتيب السابع حيث جاءت بدرجة تقدير متوسطة بمتوسط حسابي 2.33.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن:

1) العلاقة الجدلية بين الاعتماد وأنماط التفاعل: تظهر النتائج أن أنماط التفاعل الأكثر شيوعاً (الإعجاب والمشاركة السطحية) تعكس درجة الاعتماد العالية على المنصات مصدراً وحيداً للمعلومات، فكلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل التواصل في فهم قضايا اللاجئين انحسر تفاعلهم في الأشكال الأبسط، وذلك بسبب:

- التبعية المعرفية: تحدد المنصات إطار التفاعل الممكن.

- التأطير الجاهز: تقدم الحلول التفاعلية الجاهزة (أزرار إعجاب/ مشاركة).
- احتكار الاهتمام: تقلل من الحاجة لبذل جهد تفاعلي إضافي.
- (2) تدرج التأثير حسب درجة الاعتماد: يُظهر الترتيب الهرمي للتفاعلات أن مستوى التأثير يتناسب طردياً مع درجة الاعتماد: المعتمدون بشدة يقتصرون على الإعجاب، أما المعتمدون بشكل متوسط فيشاركون في النقاشات، في حين أن المعتمدين بشكل محدود ينتجون محتوى تفاعلياً.
- (3) آلية تشكيل الصورة الذهنية: تؤسس نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنماط التفاعل الرقمي للجمهور المصري مع قضايا اللاجئين ضمن إطار ثلاثي الأبعاد: أولاً: يعزز التكرار المستمر لأنماط التفاعل البسيطة (إعجاب) تكوين استجابات آلية غير واعية، حيث يتحول التفاعل إلى سلوك روتيني يفتقر للتحليل النقدي.
- ثانياً: تؤدي ندرة الممارسات التفاعلية المعقدة (كالمناقشات المتعمقة أو التحليلات النقدية) إلى ضمور المهارات المعرفية اللازمة لتقييم المحتوى إعلامياً.
- أما البُعد الثالث فيتمثل في الدور التضخيمي للخوارزميات التي تعيد إنتاج المحتوى بناءً على أنماط التفاعل السائدة، مما يخلق دائرة اعتماد مفرغة، فيتفاعل الجمهور بشكل سطحي لأن هذا ما تقدمه المنصات، وتستمر المنصات في تقديم محتوى سطحي لأنه ما يحقق التفاعل.
- تؤكد هذه النتائج الفرضية المركزية لنظرية الاعتماد بأن درجة تأثير الوسيلة تتحدد بمدى اعتماد الأفراد عليها، ولكنها توسعها لتشمل مجال التفاعلات الرقمية، حيث يصبح المستخدمون معتمدين ليس فقط على المحتوى، بل أيضاً على الأدوات التفاعلية الجاهزة التي توفرها المنصات، مما يحد من تنوع أنماط المشاركة ويقيد الإبداع التعبيري.

10- موقف المبحوثين تجاه العبارات التى تحدد درجة ثقة الجمهور بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعى مصدرا للمعلومات عن قضايا اللاجئين:
جدول (13)

موقف المبحوثين تجاه العبارات التى تحدد درجة ثقة الجمهور بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعى مصدرا للمعلومات عن قضايا اللاجئين

الاستجابة العبارات	مرتفع		متوسط		منخفض		الانحراف المعيارى	الدرجة الدوافع	الرد	
	%	ك	%	ك	%	ك				
تقدم لنا مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه عن قضايا اللاجئين في مصر بسهولة ويسر	66.20	425	27.26	175	6.54	42	0.61	1	مرتفع	
مواقع التواصل الاجتماعي أفضل لأنها موفرة للوقت والجهد	66.04	424	26.17	168	7.79	50	0.63	3	مرتفع	
تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس لأنها تعرض وجهات نظر مختلفة	61.68	396	30.37	195	7.94	51	0.64	5	مرتفع	
مواقع التواصل الاجتماعي تسهل علينا الاختيار بين بدائل عديدة ومختلفة	66.82	429	25.39	163	7.79	50	0.63	2	مرتفع	
ما نقرأه عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكتمل جوانبه بالصوت والصورة والفيديو	64.80	416	27.73	178	7.48	48	0.63	4	مرتفع	
أشعر مع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالكفاية التي لم أجدتها مع أي وسيلة أخرى	61.53	395	28.66	184	9.81	63	0.67	6	مرتفع	
تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لى الفرصة بالتعليق وإبداء الرأي دون التأثير على المضمون	63.55	408	26.48	170	9.97	64	0.67	5	مرتفع	
مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بالمرونة	66.67	428	24.77	159	8.57	55	0.64	3	مرتفع	
تطرح مواقع التواصل الاجتماعي حلول للمشكلات مع اختلاف وجهات النظر	66.36	426	26.01	167	7.63	49	0.63	2	مرتفع	
جملة من سئلوا	ن = 642							0.64	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين تجاه العبارات التي تحدد درجة ثقة الجمهور بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، التي جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.57، بينما تراوح تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات تقدم لنا مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه عن قضايا اللاجئين في مصر بسهولة ويسر، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.60، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي تسهل علينا الاختيار بين بدائل عديدة ومختلفة، تطرح مواقع التواصل الاجتماعي حلول للمشكلات مع اختلاف وجهات النظر في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.59، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي أفضل لأنها موفرة للوقت والجهد، مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بالمرونة في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.58، وجاءت ما نقرأه عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكتمل جوانبه بالصوت والصورة والفيديو في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.57، وجاءت تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس لأنها تعرض وجهات نظر مختلفة، تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لى الفرصة بالتعليق وإبداء الرأي دون التأثير على المضمون في الترتيب الخامس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.54، وجاءت أشعر مع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالكفاية التي لم أجدها مع أي وسيلة أخرى في الترتيب السادس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.52.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: الجمهور المصري يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً للمعلومات عن اللاجئين بسبب كفاءتها الوظيفية، حيث توفر سهولة الوصول، وتعدد البدائل، وتوفير الوقت والجهد، ووفقاً لنظرية الاعتماد، تُفضل هذه المنصات لأنها تلبي الحاجة إلى إشباع معرفي سريع، في ظل انشغال الحياة اليومية وغياب البدائل السهلة، ونجد أن العبارات المرتبطة بتعدد وجهات النظر وتكامل الوسائط (نص، صورة، فيديو) احتلت مراكز متوسطة، مما يشير إلى أن الجمهور يدرك محدودية مصداقية المنصات، لكنه يعتمد عليها لأنها توفر تنوعاً ظاهرياً، وجاءت إمكانية التفاعل

النشط (مثل التعليق أو إبداء الرأي) في المراتب الأخيرة، مما يؤكد أن الجمهور المصري يتعامل مع المنصات وسيلة استهلاك أكثر من كونها مساحة للحوار، ومن هنا تفسر هذه النتائج بأن الاعتماد المصري على المنصات أداتي (للحصول على معلومات سريعة) أكثر منه نقدياً أو تفاعلياً، وهو ما يتوافق مع سياق يتسم بضغط الحياة اليومية، وغياب البدائل الجذابة، والرقابة الذاتية على التعبير.

11- موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة تأثيرات اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين:

جدول (14)

موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة تأثيرات اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين

الاستجابة	العبارة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدوافع
		%	ك	%	ك	%	ك			
36 4	أتعرف على كل ما يتعلق بقضايا اللاجئين في مصر	56.70	194	30.22	84	13.08		2.44	0.71	مرتفع
38 4	زادت معلوماتي بشأن قضايا اللاجئين في مصر	59.81	198	30.84	60	9.35		2.50	0.66	مرتفع
38 4	ساعدتني في تكوين رأي واتجاهاتي نحو قضايا اللاجئين في مصر	59.81	198	30.84	60	9.35		2.50	0.66	مرتفع
37 7	أزالت الغموض لدي بعض القضايا المتعلقة باللاجئين في مصر	58.72	196	30.53	69	10.75		2.48	0.68	مرتفع
39 7	جعلتني أبحث عن مزيد من المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر	61.84	187	29.13	58	9.03		2.53	0.66	مرتفع
38 4	أشعر بالحماس للتطوع في أنشطة إنسانية تخفف معاناة اللاجئين بعد مشاهدة حملات توعوية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	59.81	179	27.88	79	12.31		2.48	0.70	مرتفع
39 6	أشعر بالتفاعل مع قضايا اللاجئين في مصر على الرغم من تكرار عرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	61.68	179	27.88	67	10.44		2.51	0.68	مرتفع
39	أشعر بالحب والتفاؤل تجاه القائمين على	61.53	174	27.10	73	11.37		2.50	0.69	مرتفع

العبارة	الاستجابة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الدوافع		
		ك	%	ك	%	ك	%						
قضايا اللاجئين في مصر	5												
أشعر بالفخر عندما أتابع مبادرات شبابية مصرية تتبنى قضايا اللاجئين الإنسانية وتنشر تفاصيلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	421	65.58	158	24.61	63	9.81		2.56	0.67	1	مرتفع		
أشعر أننا بشر متشابهون في الأحلام والتحديات عندما أتابع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	410	63.86	177	27.57	55	8.57		2.55	0.65	2	مرتفع		
أصبحت قضايا اللاجئين في مصر ضمن أولويات الموضوعات التي تهمني وأفضل متابعة تطوراتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	383	59.66	189	29.44	70	10.90		2.49	0.68	7	مرتفع		
أرغب في تقديم العون والمساعدة والمشاركة في بقضايا اللاجئين في مصر	386	60.12	185	28.82	71	11.06		2.49	0.69	7	مرتفع		
أستطيع التمييز بين مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة واختيار ما يناسبني عن قضايا اللاجئين في مصر	388	60.44	203	31.62	51	7.94		2.52	0.64	4	مرتفع		
أشارك المنشورات الداعمة لقضايا اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي	351	54.67	201	31.31	90	14.02		2.41	0.72	11	مرتفع		
أشارك في حملات تبرع لدعم اللاجئين بعد متابعة دعوات مواقع التواصل الاجتماعي	376	58.57	183	28.50	83	12.93		2.46	0.71	9	مرتفع		
جملة من سنلوا	ن = 642										0.68	-	مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف الباحثين تجاه العبارات التي تحدد درجة تأثيرات اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات عن قضايا

اللاجئين، التي جاءت بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.49، بينما تراوح تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس ما بين مرتفع ومتوسط، وجاء في مقدمة هذه العبارات أشعر بالفخر عندما أتابع مبادرات شبابية مصرية تتبنى قضايا اللاجئين الإنسانية وتشر تفاصيلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.56، وجاءت أشعر أننا بشر متشابهون في الأحلام والتحديات عندما أتابع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت جعلتني أبحث عن مزيد من المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر في الترتيب الثالث بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.53، وجاءت أستطيع التمييز بين مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة واختيار ما يناسبني عن قضايا اللاجئين في مصر في الترتيب الرابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.52، وجاءت أشعر بالتفاعل مع قضايا اللاجئين في مصر على الرغم من تكرار عرضها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الخامس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.51، وجاءت زادت معلوماتي بشأن قضايا اللاجئين في مصر، ساعدتني في تكوين رأي واتجاهاتي نحو قضايا اللاجئين في مصر، أشعر بالحب والتفاؤل تجاه القائمين على قضايا اللاجئين في مصر في الترتيب السادس بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.50، وجاءت أصبحت قضايا اللاجئين في مصر ضمن أولويات الموضوعات التي تهمني وأفضل متابعة تطوراتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أرغب في تقديم العون والمساعدة والمشاركة في بقضايا اللاجئين في مصر في الترتيب السابع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.49، وجاءت أشعر بالحماس للتطوع في أنشطة إنسانية تخفف معاناة اللاجئين بعد مشاهدة حملات توعوية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثامن بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.48، وجاءت أشارك في حملات تبرع لدعم اللاجئين بعد متابعة دعوات مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب التاسع بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.46، وجاءت أتعرف على كل ما يتعلق بقضايا اللاجئين في مصر في الترتيب العاشر بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي 2.44.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: الجمهور المصري يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي أساساً كمنصة عاطفية لاستهلاك قضايا اللاجئين، حيث يحتل المحتوى الإنساني (المبادرات الشبابية، والقصص المؤثرة) الصدارة، وهذا يتوافق مع نظرية الاعتماد التي تفترض أن الوسائل تتحول لمصادر "للإشباع العاطفي" عندما تكون القضايا معقدة أو بعيدة عن التجربة المباشرة، ففي مصر، تنجح المنصات في تحويل قضايا اللاجئين لسرديات عاطفية سهلة التداول، مما يعزز ارتباطاً سطحياً لا يعكس بالضرورة فهماً عميقاً للمشكلة، كما نجد أنه رغم ارتفاع المشاعر الإيجابية (كالفخر والتعاطف)، تظل الممارسات الفعلية (مثل التطوع أو التبرع) محدودة، مما يكشف عن مفارقة نظرية الاعتماد في البيئة المصرية: فاعتماد الجمهور على المنصات في التحفيز العاطفي لا يقابله اعتماد مماثل في التنظيم المجتمعي، وتفسر النظرية هذا بأن المنصات تخلق "اعتماداً أحادي الجانب" قوياً في التشكيل العاطفي للرأي العام، وضعيفاً في تحويله لحراك ملموس، كما يتضح من النتائج أن تأثير الاعتماد المعرفي يقتصر على زيادة الوعي دون تطوير مهارات نقدية متقدمة، حيث يأتي "التمييز بين المصادر" في مراتب متأخرة، وهذا يعكس سيطرة نموذج "الاعتماد السلبي" في مصر، حيث يكتفي المستخدمون بالاستهلاك بدلاً من التفاعل النقدي، وقد يكون ذلك نتيجة عدة عوامل مثل: (هيمنة الخوارزميات التي تعزز المحتوى العاطفي، وضعف التربية الإعلامية، وانشغال الجمهور بالهموم اليومية التي تدفع للبحث عن حلول سريعة بدلاً من التحليل المعمق).

12- موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين في مصر:

جدول (15)

موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين

العبارة	الاستجابة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		%	ك	%	ك	%	ك			
أشعر بتعاطف مع معاناة اللاجئين من خلال المحتوى الذي أتابعه عبر مواقع التواصل الاجتماعي	433	67.45	167	26.01	42	6.54	2.61	0.61	1	مرتفع
أعتقد أن اللاجئين يساهمون في تنوع الثقافة المصرية كما يناقش في المجتمعات الافتراضية	402	62.62	191	29.75	49	7.63	2.55	0.63	4	مرتفع
أتابع حسابات لاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي لأتعرف على قصصهم الإنسانية	370	57.63	188	29.28	84	13.08	2.45	0.71	11	مرتفع
أشارك المنشورات التي تدعم حقوق اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي	381	59.35	177	27.57	84	13.08	2.46	0.71	10	مرتفع
أرى أن وجود اللاجئين في مصر يثري الحوار عن قضايا العدالة الاجتماعية	387	60.28	193	30.06	62	9.66	2.51	0.67	7	مرتفع
أعتقد أن معظم اللاجئين ضحايا ظروف خارجة عن إرادتهم، كما تنقل عبر الأخبار	402	62.62	190	29.60	50	7.79	2.55	0.64	4	مرتفع
أتفاعل بإيجابية مع الحملات الإلكترونية لجمع التبرعات للاجئين	383	59.66	179	27.88	80	12.46	2.47	0.71	9	مرتفع
أرفض الصور النمطية السلبية عن اللاجئين التي تنتشر أحياناً على مواقع التواصل الاجتماعي	421	65.58	175	27.26	46	7.17	2.58	0.62	3	مرتفع
أرى أن دعم اللاجئين واجب إنساني، كما تؤكد العديد من الصفحات المؤثرة	436	67.91	155	24.14	51	7.94	2.60	0.63	2	مرتفع

الاستجابة	العبارة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة الدوافع
		%	ك	%	ك	%	ك			
37 6	أرفق المنشورات التي تحذر من "تغيير ديموغرافية مصر" بسبب تدفق اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي	58.57	184	28.66	82	12.77		2.46	0.71	مرتفع
39 1	أعتقد أن اللاجئين يمكن أن يساهموا في تنمية الاقتصاد إذا أُتيحت لهم الفرص	60.90	190	29.60	61	9.50		2.51	0.66	مرتفع
39 4	أشعر أن الخطاب العنصري ضد اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي أخذ في التناقص	61.37	178	27.73	70	10.90		2.50	0.68	مرتفع
40 5	أؤيد منح اللاجئين فرصاً تعليمية مجانية كما يطالب النشطاء	63.08	183	28.50	54	8.41		2.55	0.65	مرتفع
40 1	أعتقد أن الإعلام الاجتماعي ساعد في كسر الحواجز بين المصريين واللاجئين	62.46	177	27.57	64	9.97		2.52	0.67	مرتفع
43 5	أرى أن اللاجئين يستحقون الحماية القانونية الكاملة في مصر	67.76	159	24.77	48	7.48		2.60	0.62	مرتفع
38 1	أشارك في النقاشات الإلكترونية التي تدحض الشائعات عن اللاجئين	59.35	182	28.35	79	12.31		2.47	0.70	مرتفع
40 9	أعتقد أن اللاجئين يمكن أن يكونوا جسراً للتعاون بين مصر ودولهم	63.71	172	26.79	61	9.50		2.54	0.66	مرتفع
38 0	أتابع صفحات تبرز قصص نجاح لاجئين في المجتمع المصري	59.19	176	27.41	86	13.40		2.46	0.72	مرتفع
42 0	أرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعطى صوتاً للاجئين ليعبروا عن أنفسهم بحرية	65.42	158	24.61	64	9.97		2.55	0.67	مرتفع
	جملة من سئلوا	ن = 642								مرتفع

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين، التي جاءت بمستوى إيجابي بمتوسط حسابي 2.52، وجاء تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفعاً، وجاء في مقدمة هذه العبارات أشعر بتعاطف مع معاناة اللاجئين من خلال المحتوى الذي أتابعه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.61، وجاءت أرى أن اللاجئين يستحقون الحماية القانونية الكاملة في مصر، وأرى أن دعم اللاجئين واجب إنساني، كما تؤكد عديد من الصفحات المؤثرة في الترتيب الثاني بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.60، وجاءت أرفض الصور النمطية السلبية عن اللاجئين التي تنتشر أحياناً على مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.58، وجاءت أعتقد أن اللاجئين يسهمون في تنوع الثقافة المصرية كما يناقش في المجتمعات الافتراضية، وأرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعطي صوتاً للاجئين ليُعبّروا عن أنفسهم بحرية، وأُريد منح اللاجئين فرصاً تعليمية مجانية كما يُطالب النشطاء، وأعتقد أن معظم اللاجئين ضحايا ظروف خارجة عن إرادتهم، كما تُثقل عبر الأخبار في الترتيب الرابع حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.55، وجاءت أعتقد أن اللاجئين يمكن أن يكونوا جسراً للتعاون بين مصر ودولهم في الترتيب الخامس حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.54، وجاءت أعتقد أن الإعلام الاجتماعي ساعد في كسر الحواجز بين المصريين واللاجئين في الترتيب السادس حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.52، وجاءت أعتقد أن اللاجئين يمكن أن يسهموا في تنمية الاقتصاد إذا أُتيحت لهم الفرص، وأرى أن وجود اللاجئين في مصر يُثري الحوار عن قضايا العدالة الاجتماعية في الترتيب السابع بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.51، وجاءت أشعر أن الخطاب العنصري ضد اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي آخذ في التناقص في الترتيب الثامن حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.50، وجاءت أشارك في النقاشات الإلكترونية التي تدحض الشائعات عن اللاجئين في الترتيب التاسع حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.47، وجاءت أتابع صفحات

تُبرز قصص نجاح لاجئين في المجتمع المصري في الترتيب العاشر حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.46.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن: الاعتماد المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور المصري قد أسهم بشكل كبير في تكوين صورة ذهنية إيجابية تجاه قضايا اللاجئين، وهذا التأثير يأتي من خلال قدرة هذه المنصات على تقديم محتوى إنساني مؤثر يعزز مشاعر التعاطف، إلى جانب دورها في نشر الخطابات الحقوقية التي تدعم حماية اللاجئين، كما ساعد تنوع المصادر والمجتمعات الافتراضية في كسر عديد من الصور النمطية السلبية السائدة، وقد يرجع ذلك إلى ما تتمتع به مواقع التواصل الاجتماعي من حيث آلية التكرار التي تعزز المفاهيم الإيجابية من خلال العرض المستمر للمحتوى الداعم، إضافة إلى قدرة هذه المنصات على تأطير القضية كموضوع إنساني بدلاً من قضية سياسية، مع ميل المستخدمين للتفاعل الانتقائي مع المحتوى الذي يتوافق مع قيمهم ومعتقداتهم الدينية والاجتماعية، مما يعزز قبول هذه الرسائل، وعلى الرغم من هذه النتائج الإيجابية، تبرز بعض القيود المهمة فالصورة الذهنية الإيجابية لم تترجم بعد إلى مشاركة فعلية واسعة النطاق في دعم اللاجئين، كما يلاحظ عدم توازن في التغطية الإعلامية، حيث تركز بشكل كبير على الجوانب الإنسانية على حساب المناقشات الاقتصادية الموضوعية، وبناءً على ما سبق يتضح نجاح منصات التواصل في تشكيل الوعي المجتمعي، مع تأكيد الحاجة إلى سد الفجوة بين القنوات والممارسات لتحقيق تأثير أعمق وأكثر استدامة.

13- موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة اتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين:

جدول (16)

موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة اتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين

العبارة	الاستجابة	مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الدوافع
		ك	%	ك	%	ك	%				
اللاجئون إلى مصر يشعرون بالأمن والأمان في مصر	471	73.36	138	21.50	33	5.14	2.68	0.57	3	مرتفع	
مصر تستوعب اللاجئين ولا تخذلهم	470	73.21	132	20.56	40	6.23	2.67	0.59	4	مرتفع	
استيعاب مصر للاجئين إليها تحقق الصورة أمام العالم بأن مصر أم الدنيا	494	76.95	104	16.20	44	6.85	2.70	0.59	1	مرتفع	
الشعب المصري يتعاون مع اللاجئين ويشعرهم بأنهم في بلدهم الثاني	454	70.72	143	22.27	45	7.01	2.64	0.61	6	مرتفع	
اللاجئون في مصر يشعرون بأنهم في بلدهم	462	71.96	141	21.96	39	6.07	2.66	0.59	5	مرتفع	
اللاجئون في مصر لا يشعرون بالغربة	426	66.36	163	25.39	53	8.26	2.58	0.64	8	مرتفع	
اللاجئون في مصر يحترمون القانون والعادات والتقاليد المصرية	425	66.20	175	27.26	42	6.54	2.60	0.61	7	مرتفع	
إذا تعرض أحد اللاجئين في مصر لأي مشكلة يتم حلها على الفور من قبل الجهات المسؤولة	457	71.18	157	24.45	28	4.36	2.67	0.56	4	مرتفع	
مصر أكبر دولة يلجأ إليها اللاجئين من الدول العربية	485	75.55	115	17.91	42	6.54	2.69	0.59	2	مرتفع	
جملة من سئلوا	ن = 642										
مرتفع	-										

تشير بيانات الجدول السابق إلى موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة

اتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين، التي جاءت بمستوى إيجابي بمتوسط حسابي 2.65، وجاء تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفعاً، وجاء في

مقدمة هذه العبارات استيعاب مصر للاجئين إليها تحقق الصورة أمام العالم بأن مصر أم الدنيا، حيث جاءت بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.70، وجاءت مصر أكبر دولة يلجأ إليها اللاجئين من الدول العربية في الترتيب الثاني بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.69، وجاءت اللاجئين إلى مصر يشعرون بالأمن والأمان في مصر في الترتيب الثالث بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.68، وجاءت مصر تستوعب اللاجئين ولا تخذلهم في الترتيب الرابع بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.67، وجاءت اللاجئين في مصر يشعرون بأنهم في بلدهم في الترتيب الخامس بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.66، وجاءت الشعب المصري يتعاون مع اللاجئين ويشعرهم بأنهم في بلدهم الثاني في الترتيب السادس بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.64، وجاءت اللاجئين في مصر يحترمون القانون والعادات والتقاليد المصرية في الترتيب السابع بدرجة تقدير إيجابية بمتوسط حسابي 2.60.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أنه: يوجد تكامل بين الصورة الذهنية الإيجابية السائدة بين المصريين تجاه اللاجئين وآليات التأثير الإعلامي التي شكلتها وسائل التواصل الاجتماعي، فقد نجحت هذه المنصات، من خلال اعتماد الجمهور المتزايد عليها مصدراً رئيسياً للمعلومات، في ربط قضية اللاجئين بالهوية الوطنية المصرية العريقة، حيث برزت صورة مصر كـ"أم الدنيا" وملاد آمن يعكس قيم الكرم المصري الأصيلة، هذا الربط الذكي بين القضية الإنسانية والهوية الحضارية لمصر لم يأت من فراغ، بل جاء نتيجة استراتيجية إعلامية ممنهجة اعتمدت على تكرار خطاب إيجابي يعزز مكانة مصر الإقليمية والدولية، حيث تعمل وسائل الإعلام وفق آليات دقيقة ومتداخلة لتحقيق هذا التأثير، فمن ناحية، نجد آلية التكرار المستمر للخطاب الذي يربط بين استضافة اللاجئين والصورة المشرفة لمصر على الساحة الدولية، ومن ناحية أخرى، نلاحظ آلية التأطير الإعلامي الذكي الذي يقدم القضية ضمن إطار القيم المجتمعية الراسخة مثل الأمان والاستقرار الاجتماعي، كما تؤدي وسائل الإعلام دوراً محورياً في نشر نماذج واقعية للتعايش السلمي والاحترام المتبادل بين المصريين واللاجئين، مما يعزز القبول المجتمعي؛ هذه الآليات مجتمعة أسهمت في تحويل ملف اللاجئين من مجرد قضية

سياسية أو أمنية إلى مصدر للفخر الوطني يعكس سماحة الشعب المصري وتراثه الحضاري؛ غير أن هذا النجاح الإعلامي في تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية لا يخفي بعض التحديات الجوهرية التي تحتاج إلى معالجة، فالصورة الإيجابية الحالية، رغم أهميتها، تظل بحاجة إلى تعميق من خلال نقاش أكثر موضوعية يتناول الجوانب العملية والتحديات الحقيقية المرتبطة باستضافة اللاجئين، كما أن التركيز المفرط على البعد العاطفي والإنساني في الخطاب الإعلامي يحتاج إلى موازنة عبر إبراز الجوانب الاقتصادية والتنموية المرتبطة بالقضية. والأهم من ذلك، أن هذه المشاعر الإيجابية تحتاج إلى قنوات مؤسسية فعالة لتحويلها إلى مشاركة مجتمعية ملموسة تدعم اندماج اللاجئين الإيجابي في المجتمع، وهنا تبرز أهمية الاستفادة من هذه النتائج الإيجابية في تعزيز السياسات والمبادرات العملية التي ترسخ التعايش المشترك وتحقق المنفعة المتبادلة.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر تبعاً لاختلاف مستويات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (17)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر تبعاً لاختلاف مستويات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	18.662	2	9.331	22.435	دالة ***
داخل المجموعات	265.762	639	0.416		
المجموع	284.424	641			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاعتماد المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، وذلك على مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر، حيث بلغت قيمة ف 22.435 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة

إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر تبعاً لاختلاف مستويات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين. أي أن درجة المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر لدى المبحوثين تزداد بزيادة كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (18)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر تبعاً لاختلاف مستويات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.65
متوسط	**0.1728	-		2.48
منخفض	***0.4836	***0.3108	-	2.17

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين مرتفعى مستوى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1728 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين مرتفعى مستوى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4836 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين متوسطى مستوى الاعتماد عليها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4836 لصالح المبحوثين متوسطى مستوى

الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (19)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	19.009	6.697	2	13.394	بين المجموعات
		0.352	639	225.119	داخل المجموعات
			641	238.512	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، وذلك على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر، حيث بلغت قيمة ف 19.009 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين. أي أنه تزداد درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر بزيادة مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (20)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.76
متوسط	0.2072***	-		2.56
منخفض	0.3948***	0.1876**	-	2.36

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2072 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3948 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين متوسطى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.1876 لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

الفرض الثالث: تزداد درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين بزيادة درجة الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين في مصر.

جدول (21)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين في مصر

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
بين المجموعات	32.932	2	16.466	36.102	دالة ***
داخل المجموعات	291.442	639	0.456		
المجموع	324.374	641			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الاهتمام المختلفة بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر، حيث بلغت قيمة ف 36.102 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه تزداد درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين بزيادة درجة الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين في مصر. أي أنه تزداد درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر بزيادة مستوى اهتمام المبحوثين بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (22)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين في مصر

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.69
متوسط	***0.2064	-		2.49
منخفض	***0.6430	***0.4366	-	2.05

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2064 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6430 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمبحوثين متوسطى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.4366 لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

الفرض الرابع: تزداد درجة تفاعل المبحوثين مع قضايا اللاجئيين على مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة درجة الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (23)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التفاعل مع قضايا اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدالة
بين المجموعات	127,057	2	63,529	182,622	دالة ***
داخل المجموعات	222,289	639	0,348		
المجموع	349,346	641			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة المختلفة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، وذلك على مقياس مستوى التفاعل مع قضايا اللاجئين في مصر على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 182,622 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0,001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه تزداد درجة تفاعل المبحوثين مع قضايا اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة درجة الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر على مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (24)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس التفاعل مع قضايا اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف درجة الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.73
متوسط	***0.7913	-		1.94
منخفض	***1.3532	***0.5619	-	1.38

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.7913 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 1.3532 لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين منخفضى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، والمبحوثين متوسطى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.5619 لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

الفرض الخامس : توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين وتأثيرات الاعتماد على تلك المواقع.

جدول (25)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى إحساس الأباء بالخطر المجتمعي نتيجة التعرض للمجتمع الافتراضي للمراهقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع التعرض للمجتمع الافتراضي للمراهقين

المتغير		كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين		
المتغير		العدد	قيمة بيرسون	الدلالة
تأثيرات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي	تأثيرات معرفية	642	0.624	0.001
	تأثيرات وجدانية	642	0.582	0.001
	تأثيرات سلوكية	642	0.647	0.001

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين كثافة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين ومستويات تأثيرات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي (معرفية- وجدانية- سلوكية) نتيجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.624، 0.582، 0.647 وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001، ومن ثم فقد تحققت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين وتأثيرات الاعتماد على تلك المواقع.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين والصورة الذهنية المكونة لدى الباحثين عن قضايا اللاجئين في مصر.

جدول (26)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات الباحثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين والصورة الذهنية المكونة لدى الباحثين عن قضايا اللاجئين في مصر

كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين			المتغير
الدالة	قيمة بيرسون	العدد	
0.001	0.712	642	الصورة الذهنية المكونة لدى الباحثين عن قضايا اللاجئين في مصر

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، والصورة الذهنية الإيجابية المكونة لدى الباحثين عن قضايا اللاجئين في مصر، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.712، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001، ومن ثم فقد تحققت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين والصورة الذهنية المكونة لدى الباحثين عن قضايا اللاجئين في مصر، أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين زادت درجة والصورة الذهنية الإيجابية المكونة لدى الباحثين عن قضايا اللاجئين في مصر.

الفرض السابع : توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين واتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر.

جدول (27)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين واتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر

كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين			المتغير
الدالة	قيمة بيرسون	العدد	المتغير
0.001	0.685	642	اتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، ودرجة الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.685، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.001، ومن ثم فقد تحققت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين واتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر، أي أنه كلما زادت درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين زادت درجة الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (28)

اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين وفقاً للنوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	312	2.11	0.72	2.702	640	دالة**
إناث	330	2.27	0.71			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين لصالح الإناث، حيث بلغت قيمة "ت" 2.702 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01، ومن ثم فقد ثبتت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.

جدول (29)

اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين وفقاً للإقامة

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ريف	327	2.07	0.73	4.604	640	دالة***
حضر	315	2.33	0.69			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين وفقاً للإقامة لصالح مبحوثي المناطق الحضرية، حيث بلغت قيمة "ت" 4.604 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.001، ومن ثم فقد ثبتت صحة هذا الفرض، الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات مبحوثي الريف ومتوسطات درجات مبحوثي الحضر على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف السن.

جدول (30)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف السن

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	6.835	2	3.418	6.597	دالة ***
داخل المجموعات	331.042	639	0.518		
المجموع	337.877	641			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، حيث بلغت قيمة ف 6.597 وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف السن.

جدول (31)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف السن

المجموعات	أقل من 30	30 إلى 45	45 فأكثر	المتوسط
أقل من 30	-			2.73
من 30 إلى 45	0.2154**	-		1.94
أكثر من 45	0.3392**	0.1238	-	1.38

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين أقل من 30 سنة، والباحثين من 30 إلى أقل من 45 سنة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2154 لصالح الباحثين من 30 إلى أقل من 45 سنة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين أقل من 30 سنة، والباحثين من 45 سنة فأكثر بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3392 لصالح الباحثين من 45 سنة فأكثر، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين الباحثين من 30 إلى أقل من 45 سنة، والباحثين من 45 سنة فأكثر، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.1238، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول (32)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	12.190	2	6.095	11.959	دالة***
داخل المجموعات	325.687	639	0.510		
المجموع	337.877	641			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون المستويات التعليمية المختلفة، وذلك على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، حيث بلغت قيمة $F = 11.959$ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة $= 0.001$ ، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول (33)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى التعليم

المجموعات	أقل من جامعي	جامعي	أعلى من جامعي	المتوسط
أقل من جامعي	-			2.73
جامعي	0.1002	-		1.94
أعلى من جامعي	*0.2740	***0.3742	-	1.38

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين أقل من جامعي، والباحثين ذوي المؤهل أعلى من جامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.2740 لصالح الباحثين ذوي المؤهل أعلى من جامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين ذوي المؤهل أعلى من جامعي، والباحثين ذوي المؤهل جامعي بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3742 لصالح الباحثين ذوي المؤهل أعلى من جامعي، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين الباحثين ذوي المؤهل أقل من جامعي، والباحثين ذوي المؤهل جامعي، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.1002، وهو فرق غير دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

هـ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول (34)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	15.284	7.712	2	15.425	بين المجموعات
		0.505	639	322.452	داخل المجموعات
			641	337.877	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، وذلك على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين، حيث بلغت قيمة ف 15.284 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.05، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول (35)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			2.51
متوسط	***0.3544	-		2.16
منخفض	***0.6970	***0.3426	-	1.81

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين

المبحوثين مرتفعى المستوى الاقتصادى الاجتماعى، والمبحوثين منخفضى المستوى الاقتصادى الاجتماعى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.6970 لصالح المبحوثين مرتفعى المستوى الاقتصادى الاجتماعى، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى المستوى الاقتصادى الاجتماعى، والمبحوثين متوسطى المستوى الاقتصادى الاجتماعى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3544 لصالح المبحوثين مرتفعى المستوى الاقتصادى الاجتماعى، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى المستوى الاقتصادى الاجتماعى، والمبحوثين منخفضى المستوى الاقتصادى الاجتماعى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ 0.3426 لصالح المبحوثين مرتفعى المستوى الاقتصادى الاجتماعى، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.001.

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة:

- تشير النتائج إلى أن المبحوثين مرتفعي مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى مصدرًا للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر بلغت نسبتهم 38.16% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى مصدرًا للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر 43.46%، وجاءت نسبة المبحوثين منخفضي مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى مصدرًا للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين في مصر 18.38%.
- ومن أهم قضايا اللاجئين التي يتعرض لها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعى جاء في الترتيب الأول ترويج إشاعات عن "أعداد ضخمة" من اللاجئين تضغط على الاقتصاد، وجاء في الترتيب الثاني عوائق التحاق الأطفال اللاجئين بالمدارس الحكومية.
- ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعى التي يتابع المبحوثون خلالها قضايا اللاجئين جاء في الترتيب الأول فيسبوك، وجاء في الترتيب الثاني تويتر، وجاء في الترتيب الثالث واتساب.

- أسفرت النتائج عن أن موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة الاهتمام بمتابعة الجمهور لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.42.
- كما أسفرت النتائج عن أن موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة معرفة الجمهور بقضايا اللاجئين في مصر جاء بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.42.
- بينت النتائج أن موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة تفاعل الجمهور مع قضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاء بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.39.
- أشارت النتائج إلى أن موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة ثقة الجمهور بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين جاء بمستوى مرتفع بمتوسط حسابي 2.57.
- أسفرت النتائج عن أن موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد الصورة الذهنية المكونة عن قضايا اللاجئين جاء بمستوى إيجابي بمتوسط حسابي 2.52.
- كما أسفرت النتائج عن أن موقف المبحوثين تجاه العبارات التي تحدد درجة اتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين جاء بمستوى إيجابي بمتوسط حسابي 2.65.
- أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مستوى المعرفة بقضايا اللاجئين في مصر تبعاً لاختلاف مستويات الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين.
- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن قضايا اللاجئين.
- أسفرت النتائج عن أن درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تزداد بزيادة درجة الاهتمام بمتابعة قضايا اللاجئين في مصر.

- كما أسفرت عن أنه تزداد درجة تفاعل المبحوثين مع قضايا اللاجئين على مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة درجة الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين.
 - بينت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين وتأثيرات الاعتماد على تلك المواقع.
 - أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين والصورة الذهنية المكونة لدى المبحوثين عن قضايا اللاجئين في مصر.
 - تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائية بين كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين واتجاه المبحوثين نحو قضايا اللاجئين في مصر.
 - أسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات عن قضايا اللاجئين تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - الإقامة - مستوى التعليم - السن - المستوى الاقتصادي الاجتماعي)
- رابعاً: توصيات الدراسة:
- تعزيز الثقافة الرقمية فيما يخص نشر المعلومات والمعارف عن قضايا اللاجئين في مصر وتبادلها بين البنيات البحثية والمؤسسات الأكاديمية.
 - ضرورة إلقاء الضوء على الانعكاسات النفسية والاجتماعية للتعرض لقضايا اللاجئين في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور والمجتمع ككل.
 - ضرورة تفعيل القوانين والعقوبات التي تجرم نشر المضامين المخلة وبث الأفكار المتطرفة والتي تتعلق باللاجئين في مصر.
 - زيادة التغطية الإعلامية للحقوق والقوانين عبر حملات توعوية.
 - إدراج موضوع اللاجئين في المناهج التعليمية لتعزيز الوعي القانوني.

- إجراء مزيد من الدراسات لقياس تأثير الإعلام الاجتماعي على معرفة الجمهور.
- تطوير استراتيجيات إعلامية تدمج بين الجانب العاطفي (القصص الإنسانية) والمعلومات الدقيقة (الإحصائيات، التحليلات).
- إنتاج مواد مرئية قصيرة (ريلز، إنفوجرافيك) تشرح الأبعاد القانونية والاجتماعية للقضية.
- التعاون مع المؤثرين الذين يجيدون تبسيط المعلومات المعقدة.
- تصميم أدوات رقمية تربط مباشرة بين المنصات والجهات الفاعلة (منصات التبرع، نماذج التطوع).
- إنشاء مساحات حوارية منظمة بإشراف مختصين (غرف دردشة، منتديات نقاش).
- تطوير حملات تحفيزية تربط التفاعل الرقمي بمبادرات ميدانية (مثل: "كل لايك = مساهمة رمزية").
- إطلاق برامج توعية لتنمية مهارات التحقق من المعلومات (ورش عمل، كبسولات رقمية).
- تشجيع المبادرات الطلابية لتحليل محتوى قضايا اللاجئين في الجامعات.
- تطوير أدوات تقييم جودة المحتوى (نظام تقييم، علامات التحقق).
- بناء شراكات بين المنصات والمنظمات العاملة في الميدان.
- إنشاء وحدات إعلامية متخصصة في الجمعيات الأهلية.
- تطوير نظام متابعة وتقييم لقياس أثر المحتوى الرقمي.
- استثمار اللهجات المحلية في إنتاج المحتوى.
- مراعاة المناسبات الدينية والوطنية في توقيت الحملات.
- ربط القضية بالهجوم اليومية للجمهور (كالتأثير الاقتصادي للاجئين).
- إطلاق جائزة سنوية لأفضل الممارسات الإعلامية في تغطية قضايا اللاجئين.
- تنظيم ورش عمل لصانعي المحتوى عن معايير التغطية المتوازنة لقضايا اللاجئين.

مراجع الدراسة

- ¹ سلمى حسني ضيفور، وآخرون، الاحتياجات التعليمية للطلاب اللاجئين في المؤسسات التعليمية في مصر، دراسة تحليلية، **المجلة التربوية لتعليم الكبار**، كلية التربية، جامعة أسيوط، مج6، ع3، 2024، ص179.
- ² Mattias Ekman, **Anti-refugee Mobilization in Social Media, The Case of Soldiers of Odin**, Örebro University, Sweden, 2018.
- ³ مريم بالطة، وآسيا بريغيت، إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، **مجلة قيس للدراسات الإنسانية والاجتماعية**، مج6، ع1، 2022، ص ص816، 817.
- ⁴ Robins, K, **The image culture and politics in the field of vision**, 1st published new York, Rutledge, 1996, P, 15.
- ⁵ علي عجوة، **العلاقات العامة والصورة الذهنية**، ط2، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٣، ص ص ٩، ١٠.
- ⁶ ميرال مصطفى عبد الفتاح، صورة العرب كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية وعلاقتها باتجاهات الجمهور الأجنبي نحوها، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2010، ص62.
- ⁷ (Corley, Kevin, **Image & The Impact Of Public Affairs Management On Internal Stakeholder**, **Journal of public affairs**, vol,1 no1,2002,pp5.
- ⁸ أيمن منصور ندا، **الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل وإستراتيجيات التغيير**، القاهرة، المدينة برس للطباعة والنشر، 2004، ص29.
- ⁹ سليمان صالح، **وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية**، ط1، الإمارات، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2005، ص ص22، 23.
- ¹⁰ عبيد الله وحيد الله، دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لأفغانستان لدى الشباب المصري، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013، ص48.
- ¹¹ Karl, Anton, "Islam, Muslims and Arabs in the popular Hollywood Cinema", **Comparative Islamic Studies**, Vol, 3, No, 2, 2007, PP, 213-246.
- ¹² Nekrassova, Dina, "Comparative Analysis of Cultural Stereotypes of Native People from the Russian Far East and Alaska", **Paper presented to the annual meeting of the International Communication Association**, USA, San Francisco, 23 May, 2007.
- ¹³ علي عجوة، **العلاقات العامة والصورة الذهنية**، مرجع سابق، ص8.
- ¹⁴ نجاح قبلان قبلان، **الصورة الذهنية لمهنة المكتبات والمؤسسات المعلوماتية ومستقبلها**، المملكة العربية السعودية، جامعة الأميرة نورة، 2016، ص6.
- ¹⁵ سعد سلمان المشهداني، **صورة العراق في مقالات الصحافة الأمريكية بعد عام 2003**، ط1، عمان، دار دجلة، 2016، ص97.
- ¹⁶ راشد ناجي فريجات، دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، كلية الصحافة والإعلام، جامعة البترا، 2015، ص26.
- ¹⁷ عقبة خضراوي، **حق اللجوء في القانون الدولي**، القاهرة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص3.
- ¹⁸ شرافت إسماعيل، شرفة لوصيف، **الحماية الدولية للاجئين بين النص والممارسة** (حالة اللاجئين السوريين)، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، 2015، ص 8:2.
- ¹⁹ تقرير المفوضية السامية للأمم المتحدة لشئون اللاجئين (مصر 2019) <https://www.unhcr.org>
- ²⁰ سهير على الجيار، مسؤولية مصر التاريخية تجاه تعليم الطلاب اللاجئين، المؤتمر العلمي السنوي الرابع والعشرين قيادة التعليم وإدارته في الوطن العربي: الواقع والرؤى المستقبلية، القاهرة، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، 2017، ص349.

²¹⁾ Taylor A ,Prince ,Social Support and Its Effects on Social Networking Site Use: Are Individuals Showing Signs of Depression Using Social Networking Sites More Often Seeking Social Support?, **Middle Tennessee State University ProQuest Dissertations & Theses**, 2021,p4.

<https://www.proquest.com/pqdtglobal1/dissertations-theses/social-support-effects-on-networking-site-use-are/docview/2518671929/sem-2?accountid=178282>

²²⁾ زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، **مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية**، ع15، 2003، ص23.

²³⁾ بشرى الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، **مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد**، ع18، 2012، ص94.

²⁴⁾ علي كمال علي معبد، أثر استخدام طلاب الدراسات الاجتماعية بكلية التربية للمواقع الاجتماعية الإلكترونية على تنمية الوعي السياسي وبعض المهارات الحياتية، **مجلة الجعية التربوية للدراسات الاجتماعية، كلية التربية، جامعة أسبوط**، ع47، 2021، ص51.

²⁵⁾ عيس يونس درويش، اعتماد الشباب الجامعي السوري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية في المنطقة العربية، **دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنصورة**، 2020.

²⁶⁾ Lau, Cynthia et al, Individual Media Dependency, Social Media and Online Parenting Groups in Malaysia, **Jurnal Pengajian Media Malaysia**, 2021.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Individual-Media-Dependency%2C-Social-Media-and-in-Lau-](https://www.semanticscholar.org/paper/Individual-Media-Dependency%2C-Social-Media-and-in-Lau-Adnan/306a071de20cdf4dc9425634e9fcad36cdf22077?utm_source=direct_link)

[Adnan/306a071de20cdf4dc9425634e9fcad36cdf22077?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/Individual-Media-Dependency%2C-Social-Media-and-in-Lau-Adnan/306a071de20cdf4dc9425634e9fcad36cdf22077?utm_source=direct_link)

²⁷⁾ يوسف خالد الراشد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا الفساد بالكويت، **المجلة العلمية المحكمة لدراسات وبحوث التربية النوعية، جامعة الزقازيق**، مج 7، ع1، ج1، 2021.

²⁸⁾ Zhao, Wennan, Ouman, Mohd. Mizan Omar, Siti Zolidah and Xaakum Hani Salmah, Mediating Role of Cultural Identity in the Relationship between Social Media Use Intensity and Social Media Use Purpose among Chinese International Students in Malaysia, **Studies in Media and Communication**, Vol. 10, No. 2, 2022 ,pp201-217.

²⁹⁾ Oberiri Destiny Apuke et al, "Does Misinformation Thrive With Social Networking Site (SNS) Dependency and Perceived Online Social Impact Among Social Media Users in Nigeria? Testing a Structural Equation Model." **Journal of Asian and African Studies**, 59 ,2022,pp 307 - 322.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Does-Misinformation-Thrive-With-Social-Networking-a-Apuke-](https://www.semanticscholar.org/paper/Does-Misinformation-Thrive-With-Social-Networking-a-Apuke-Omar/6bf2e05e80d444455a93d6231367ed80959203a8?utm_source=direct_link)

[Omar/6bf2e05e80d444455a93d6231367ed80959203a8?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/Does-Misinformation-Thrive-With-Social-Networking-a-Apuke-Omar/6bf2e05e80d444455a93d6231367ed80959203a8?utm_source=direct_link)

³⁰⁾ Yasmin Aldamen, "Understanding Social Media Dependency, and Uses and Gratifications as a Communication System in the Migration Era: Syrian Refugees in Host Countries as a Case Study," **Social Sciences** , 2023, n. pag.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Social-Media-Dependency%2C-and-Uses-and-](https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Social-Media-Dependency%2C-and-Uses-and-Aldamen/82a36d5279480afec8d3141171a43aff0508aa04?utm_source=direct_link)

[Aldamen/82a36d5279480afec8d3141171a43aff0508aa04?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Social-Media-Dependency%2C-and-Uses-and-Aldamen/82a36d5279480afec8d3141171a43aff0508aa04?utm_source=direct_link)

³¹) الشيماء صبحي محمد خالد، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة أثناء الأزمات دراسة مقارنة بالتطبيق على جائحة Covid 19، *المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع*، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مج1، ع2، ج2، 2024.

³²) Enaam Youssef et al, "Investigating the Effect of Social Media on Dependency and Communication Practices in Emirati Society," *Social Sciences*, 2024, n. pag. [https://www.semanticscholar.org/paper/Investigating-the-Effect-of-Social-Media-on-and-in-Youssef-](https://www.semanticscholar.org/paper/Investigating-the-Effect-of-Social-Media-on-and-in-Youssef-Medhat/82077202d076307a12e7fa96aba521053538c47a?utm_source=direct_link)

[Medhat/82077202d076307a12e7fa96aba521053538c47a?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/Investigating-the-Effect-of-Social-Media-on-and-in-Youssef-Medhat/82077202d076307a12e7fa96aba521053538c47a?utm_source=direct_link)
³³) مهتياب محمد سمهان، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لمؤسسة تكوين لدى الجمهور المصري، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع31، ج1، 2025.

³⁴) محمد حسنين السيد طه، الصورة الذهنية كمتغير وسيط في العلاقة بين الإشاعات على مواقع التواصل الاجتماعي وسلوك تحول المتبرع "دراسة تطبيقية"، *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، مج12، ع2، 2021.

³⁵) محمد أحمد محمد عبود، اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا تمكين المرأة الخليجية في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الصورة الذهنية لديهم، *المجلة العلمية لكية التربية النوعية*، جامعة المنوفية، مج9، ع29، 2022.

³⁶) نهاد فتحي سليمان حجاز، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع1، ج1، 2022.

³⁷) سارة خالد عبد الرحمن، إيمان فتحي عبد المحسن، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية عن بعض الدول الأجنبية لدى الشباب الجامعي، *المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية*، مج74، ع2، 2023.

³⁸) Majed Numan AlKhudari, "Nature of Mental Image of University Students on Social Media: Facebook as a Model" *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology* , 11.2, 2023, pp527-541.

³⁹) إيمان فتحي حسين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الصورة الذهنية للبطاقة الذكية لدى الحجاج والمعتمرين، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع71، ج3، 2024.

⁴⁰) نهلة عبد المنعم أحمد وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية لمؤسسات المجتمع المدني لدى الشباب الجامعي فيس بوك نموذجًا، *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة*، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، مج12، ع44، ج4، 2024.

⁴¹) Nadjwa Djeddi and Ghaouti Ziani, "The Use Of Social Media In Enhancing The Mental Image Of Higher Education Institutions:, A Field Study On A Sample Of Students Following The Facebook Page Of The Faculty Of Humanities And Social Sciences At The University Of Ouargla," *International Journal of Social Communication* , 2024.

[https://www.semanticscholar.org/paper/The-Use-Of-Social-Media-In-Enhancing-The-Mental-Of-Djeddi-](https://www.semanticscholar.org/paper/The-Use-Of-Social-Media-In-Enhancing-The-Mental-Of-Djeddi-Ziani/8114713910c6f2df8396515c79c92408e9a04cab?utm_source=direct_link)
[Ziani/8114713910c6f2df8396515c79c92408e9a04cab?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/The-Use-Of-Social-Media-In-Enhancing-The-Mental-Of-Djeddi-Ziani/8114713910c6f2df8396515c79c92408e9a04cab?utm_source=direct_link)

⁴²) إيمان بن ناصر، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة عينة الدراسة من المؤسسات الفندقية بالجزائر، *رسالة دكتوراة*، جامعة محمد خضر بسكرة، 2024.

⁴³) كريمة سعد شفيق، دور مبادرة حياة كريمة على مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الذهنية للدولة، *مجلة كلية الآداب*، جامعة أسوان، 1(17)، 2025.

⁴⁴) Marwa Ahmad, A Data Analysis Investigation of Smart Phone and Social Media Use by Syrian Refugees, **Journal of Information & Knowledge Management**, Vol, 19, No, 1, 2020.

⁴⁵) Safa'a AbuJarour and Lama Jaghjougha and Mohammed AbuJarour, The Impact of Digitizing Social Networks on Refugee Decision Making - The Journey to Germany, **Lecture Notes in Information Systems and Organisation**, 2021.

<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:245000924>

⁴⁶) سليمان حسين المزين، محمد حسن أبو رحمة، وآخرون، درجة استخدام اللاجئين الفلسطينيين في محافظات غزة لمواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بقضيتهم وسبل تطويرها، **مجلة رابطة التربويين الفلسطينيين للآداب والدراسات التربوية والنفسية**، مج1، ع2، 2021.

⁴⁷) Ibrahim Al Elanat, Social media, social identification, and the integration of refugees into jordanian society, (Order No. 29065895). **Available from ProQuest Dissertations & Theses Global**. (2728124595), 2022, Retrieved from

Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/social-media-identification-integration-refugees/docview/2728124595/se-2>

⁴⁸) نجوى إبراهيم سيد، خطاب الكراهية والتحريض ضد اللاجئين في مصر على موقع تويتر، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة**، ع26، ج2023، 1.

⁴⁹) Shaimaa Gheith, Same story, different narratives: The influence of refugee concerned organizations on egyptian media, (Order No. 31479978), **Available from ProQuest Dissertations & Theses Global**, (3110426704), 2024, Retrieved from

<https://www.proquest.com/dissertations-theses/same-story-different-narratives-influence-refugee/docview/3110426704/se-2>

⁵⁰) Κατάλογος Δεδομένων, Public Attitudes towards Immigration, News and Social Media Exposure, and Political Attitudes from a Cross-cultural Perspective: Data from seven European countries, the United States, and Colombia, **SoDaNet**, 2024, [Dataset].

<http://doi.org/10.17903/FK2/JQ5JRI>

⁵¹) علي عبد الفتاح كنعان، **نظريات الإعلام**، ط1، الأردن، دار البازروى العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص164.

⁵²) حسن عماد مكوى، ليلى حسن السيد، **نظريات الاتصال**، ط3، الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص313، 314.

⁵³) Stanley J. Baran & Dennis K.Davis.- "**Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future**". Thomson Wadsworth, USA, 2006, P.324

⁵⁴) Stephen W. Littlejohn, **Theories of Mass Communication**, United Kingdom: Wadsworth, 2002, P.325.

⁵⁵) William E. Loges canaries," in the coal mine: Perceptions of Threat and Media system Dependency Relations, **Communication Research**, Vol 21, No.1, 1994, p.5.

⁵⁶) Shaojing Sun , Alan M. Rubin. & Paul M. Haridakis, "The Role of Motivation and media involvement in explaining internet dependency", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**. Vol. 52, No.3, 2008, p 408

⁵⁷ م. دى فلور، س. بال روكاخ، ترجمة: محمد ناجي الجوهرى: نظريات الإعلام، ط1، الأردن، دار الأمل للنشر والتوزيع، 2001، ص348.

⁵⁸ رضا عكاشة: تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، ط1، القاهرة، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، 2006، ص210.

⁵⁹ السيد محمد خيرى، الإحصاء النفسى والتربوي، الرياض، مطبعة جامعة الرياض، 1975، ص43.

⁶⁰ أسماء السادة المحكمين لأداة الدراسة:

- أ. د عبد الخالق إبراهيم زقزوق، أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
 - أ. د هشام رشدي خير الله، أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
 - أ. د محمد معوض إبراهيم، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.
 - أ. د أبو بكر الصالحى، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة النهضة.
 - أ. د محمد عبود، أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة بنها.
 - أ. د محمود منصور هيبية، أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة بنها.
 - أ. د اعتماد خلف معبد، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس.
 - أ. م. د هناء السيد محمد على، أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
 - أ. م. د منى جمال عبدالسلام، أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية.
- ⁶¹ فؤاد أبو حطب، سيد عثمان، التقويم النفسى، القاهرة، الأنجلو المصرية، 1973، ص770.
- ⁶² السيد محمد خيرى، الإحصاء النفسى والتربوي، مرجع سابق، ص41.
- ⁶³ سلمى علي سالم إبراهيم، اندماج اللاجئين في المجتمعات المضيفة، المركز الديمقراطي العربي، 2017، ص27.

⁶⁴ المرجع السابق، ص27.

⁶⁵ (Abdulrahman Dheyab Abdullah et al, Seeking news and information through social networking sites: An experience of internally displaced people, *Information Development*, 40, 2022, pp, 234 - 246.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Seeking-news-and-information-through-social-sites%3A-Abdullah-](https://www.semanticscholar.org/paper/Seeking-news-and-information-through-social-sites%3A-Abdullah-Elareshi/5313ccda285bf7e0c28c9b8d1d2ce2f2eecbef78?utm_source=direct_link)

[Elareshi/5313ccda285bf7e0c28c9b8d1d2ce2f2eecbef78?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/Seeking-news-and-information-through-social-sites%3A-Abdullah-Elareshi/5313ccda285bf7e0c28c9b8d1d2ce2f2eecbef78?utm_source=direct_link)

⁶⁶ Bojelo Esther Mooketsi and Athulang Mutshewa, An exploratory investigation of students' use of social networking sites and their individual and social needs: a case study of the University of Botswana undergraduates, *African Journal of Library, Archives and Information Science*, 29, 2019, pp 131-141.

[https://www.semanticscholar.org/paper/An-exploratory-investigation-of-students%E2%80%99-use-of-a-Mooketsi-](https://www.semanticscholar.org/paper/An-exploratory-investigation-of-students%E2%80%99-use-of-a-Mooketsi-Mutshewa/57cbd10bfa9a2665727838a024e8c4b52c52c615?utm_source=direct_link)

[Mutshewa/57cbd10bfa9a2665727838a024e8c4b52c52c615?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/An-exploratory-investigation-of-students%E2%80%99-use-of-a-Mooketsi-Mutshewa/57cbd10bfa9a2665727838a024e8c4b52c52c615?utm_source=direct_link)

References

- Dayfur, S. (2024), alaihtiajat altaelimiat liltulaab allaajjiyn fi almuasasat altaelimiat fi masra, dirasat tahliliati, almajalat altarbawiat litaelim alkabari, kuliyyat altarbiati, jamieat Assut, 3(1).
- Mattias Ekman, **Anti- refugee Mobilization in Social Media,The Case of Soldiers of Odin**, Örebro University, Sweden, 2018.
- Balta, M. (2022), 'iidarar alsuwrat aldhihniat lilmuasasat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii, majalat qabs lildirasat alansaniat walaijtimaeiati, 1(3).
- Robins, K, **The image culture and politics in the field of vision**, 1st published new York, Rutiedge, 1996, P, 15.
- Ajwa, A. (2003), alealaqat aleamat walsuwrat aldhihniati, ta2,Alqahirati, ealam alkutub.
- Abd alfataah, M. (2010). surat alearab kama taekisuha alqanawat alfadayiyat al'iikhbariat al'ajniabat waalaaqatuha biaitijahat aljumphur al'ajniabii nahwaha, risalat dukturati, jamieat Alqahirati, kuliyyat al'ielami.
- Corley, Kevin, Image & The Impact Of Public Affairs Management On Internal Stakeholder, **Journal of public affairs**, vol,1 no1,2002,pp5.
- Nada, A. (2004), alsuwrat aldhihniat wal'ielamiat eawamil altashkil wa'iistratijiaat altaghyir, Alqahirati, almadinat bris liltibaeat walmashri.
- Salih, S. (2005). wasayil al'ielam wasinaeat alsuwrat aldhihniati, ta1,Al'iimarat, maktabat alfalah llnashr waltawzie.
- Wahidullah, O. (2013), dawr wasayil alaitisal fi tashkil alsuwrat aldhihniat li'afghanistan ladaa alshabab almisrii, dirasat tahliliat maydaniatan, risalat majistir, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirati.
- Karl, Anton, "Islam, Muslims and Arabs in the popular Hollywood Cinema", **Comparative Islamic Studies**, Vol, 3, No, 2, 2007, PP, 213-246.
- Nekrassova, Dina, "Comparative Analysis of Cultural Stereotypes of Native People from the Russian Far East and Alaska", **Paper presented to the annual meeting of the International Communication Association** , USA, San Francisco, 23 May, 2007.
- Alqublan, N. (2016). alsuwrat aldhihniat limihnat almaktabat walmuasasat almaelumatiat wamustaqbilaha, almamlakat alearabiat alsaeudiati, jamieat Al'amirat nurata.
- Almashhadani, S. (2016). surat aleiraq fi maqalat alsahafat al'amrikiat baed eam 2003, ta1, eaman, dar Dijlat.
- furayhat, R. (2015). dawr wasayil al'ielam al'urduniyat fi tashkil alsuwrat aldhihniat limajlis alnuwaab al'urduniyi ladaa alshabab aljamieia, risalat majistir, kuliyyat alsahafat wal'ielami, jamieat Albitra.
- khadrawi, O. (2014). haqu alluju' fi alqanun alduwali, alqahirati, maktabat alwafa' alqanuniati, al'iiskandiriati.
- 'Ismaeil, S. (2015), alhimayt alduwliat lilajjiyn biyn alnas walmumarisi (halt allaajjiyn alsiwriina(, risalat majistir, kuliyyat alhuquq waleulum alsiyasiati, jamieat Abd alrahman Mirat bijayh.

⁶⁶<https://www.unhcr.org/>

- Aljiar, S. (2017). masyuwliat misr altaarikhiat tujuh taelim altulaab allaajjiyna, almutamar aleilmiu alsanawia alraabie waleishrin qiadat altaelim wa'iidaratih fi alwatan allearabii: alwaqie walruwaa almustaqbaliati, Alqahirat, aljameiat almisriat liltarbiat almuqaranat wal'iidarat altaelimiati.
- Taylor A ,Prince ,Social Support and Its Effects on Social Networking Site Use: Are Individuals Showing Signs of Depression Using Social Networking Sites More Often Seeking Social Support?, **Middle Tennessee State University ProQuest Dissertations & Theses**, 2021,p4.
<https://www.proquest.com/pqdtglobal1/dissertations-theses/social-support-effects-on-networking-site-use-are/docview/2518671929/sem-2?accountid=178282>
- Rady, Z. (2003). aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii fi alealam allearabii, majalat altarbiati, jamieat Oman al'ahliati, 15(2).
- Al-Rawi, B. (2012), dawr mawaqie altawasul alaijtimaeaa fi altaghyiri, majalat albahith al'ielamii, kuliyyat al'ielami, jamieat Baghdad, 18(4).
- Maebad, A. (2021). 'athar aistikhdam tulaab aldirasat alaijtimaeiat bikuliyat altarbiat lilmawaqie alaijtimaeiat al'iiliktruniat ealaa tanmiat alwaey alsiyasii wabaed almaharat alhayatiati, majalat aljaeiat altarbawiat lildirasat alaijtimaeiati, kuliyyat altarbiati, jamieat Assut, 47(2).
- Darwish, I. (2020). aietimad alshabab aljamieii alsuwrii ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii kamasdar lilmaelumat ean al'ahdath aljariat fi almintaqaq allearabiati, dirasat maydaniati, risalat majistir, kuliyyat aladab, jamieat Almansurat.
- ⁶⁶) Lau, Cynthia et al, Individual Media Dependency, Social Media and Online Parenting Groups in Malaysia, **Jurnal Pengajian Media Malaysia** ,2021.
https://www.semanticscholar.org/paper/Individual-Media-Dependency%2C-Social-Media-and-in-Lau-Adnan/306a071de20cdf4dc9425634e9fcad36cdf22077?utm_source=direct_link
- Alraashid, Y. (2021). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkil aitiyahat aljumphur nahw qadaya alfasad bialkuayt, almajalat aleilmiat almahkamat lidirasat wabuhuth altarbiat alnaweati, jamieat Alzaqaziq, 1(3).
- Zhao, Wennen, Ouman, Mohd. Mizan Omar, Siti Zolidah and Xaakum Hani Salmah, Mediating Role of Cultural Identity in the Relationship between Social Media Use Intensity and Social Media Use Purpose among Chinese International Students in Malaysia, **Studies in Media and Communication**, Vol. 10, No. 2, 2022 ,pp201-217.
- Oberiri Destiny Apuke et al, "Does Misinformation Thrive With Social Networking Site (SNS) Dependency and Perceived Online Social Impact Among Social Media Users in Nigeria? Testing a Structural Equation Model." **Journal of Asian and African Studies**, 59 ,2022,pp 307 - 322.
https://www.semanticscholar.org/paper/Does-Misinformation-Thrive-With-Social-Networking-a-Apuke-Omar/6bf2e05e80d444455a93d6231367ed80959203a8?utm_source=direct_link

⁶⁶⁾ Yasmin Aldamen, "Understanding Social Media Dependency, and Uses and Gratifications as a Communication System in the Migration Era: Syrian Refugees in Host Countries as a Case Study," ***Social Sciences***, 2023, n. pag.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Social-Media-Dependency%2C-and-Uses-and-](https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Social-Media-Dependency%2C-and-Uses-and-Aldamen/82a36d5279480afec8d3141171a43aff0508aa04?utm_source=direct_link)

[Aldamen/82a36d5279480afec8d3141171a43aff0508aa04?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Social-Media-Dependency%2C-and-Uses-and-Aldamen/82a36d5279480afec8d3141171a43aff0508aa04?utm_source=direct_link)

- khalid, A. (2024). aietimad aljumphur almisrii ealaa wasayil al'ielam altaqlidiat waljadidat 'athna' al'azamat dirasatan muqaranatan bialtatbiq ealaa jayihat Covid 19, almajalat aleilmiat libuhuth almar'at wal'ielam walmujtamaei, kuliyyat al'ielami, jamieat Bani suayf, 2(3).

⁶⁶⁾ Enaam Youssef et al, "Investigating the Effect of Social Media on Dependency and Communication Practices in Emirati Society," ***Social Sciences***, 2024, n. pag.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Investigating-the-Effect-of-Social-Media-on-and-in-Youssef-](https://www.semanticscholar.org/paper/Investigating-the-Effect-of-Social-Media-on-and-in-Youssef-Medhat/82077202d076307a12e7fa96aba521053538c47a?utm_source=direct_link)

[Medhat/82077202d076307a12e7fa96aba521053538c47a?utm_source=direct link](https://www.semanticscholar.org/paper/Investigating-the-Effect-of-Social-Media-on-and-in-Youssef-Medhat/82077202d076307a12e7fa96aba521053538c47a?utm_source=direct_link)

- Smhan, M. (2025). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkil alsuwrat aldhihniat limuasasat takwin ladaa aljumphur almisrii, almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilfizyuni, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirati, 3(1).

-Taha, M. (2021), alsuwrat aldhihniat kmutaghayir wasit fi alealaqat bayn al'iishaeat ealaa mawaqie altawasul al'ijtimaeii wasuluk tahawul almutabarie "dirasat tatbiqia ", almajalat aleilmiat lildirasat walbuhuth almaliat wal'iidariati, kuliyyat altijarati, jamieat madinat Alsaadat, 2(3).

-Abbud, M. (2022), aitiahat aljumphur almisrii nahw qadaya tamkin almar'at alkhalijiat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii waineikasatiha ealaa alsuwrat aldhihniat ladayhim, almajalat aleilmiat likiat altarbiat alnaweiat, jamieat Almanufiati, 29(2).

- Hijaz, N. (2022). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkil alsuwrat aldhihniat lilqadat alsiyasiyn walmuasasat alsiyasiati, almajalat aleilmiat libuhuth al'iidhaeat waltilfizyuni, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirata, 24(1).

- Abd alrahman, S. (2023), dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tashkil alsuwrat aldhihniat ean baed alduwal al'ajnabiat ladaa alshabab aljamieii, almajalat alduwaliat lileulum altarbawiat walnafsiati, 2(3).

-Majed Numan AlKhudari, "Nature of Mental Image of University Students on Social Media: Facebook as a Model" ***International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology***, 11.2, 2023, pp527-541.

-Hussein, I. (2024), dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi bina' alsuwrat aldhihniat libitaqat aldhihniat ladaa alhujaaj walmuetamirina, majalat albuqhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhir, 71(3).

- 'Ahmad, N. (2024), dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi takwin alsuwrat aldhihniat limuasasat almujtamae almadanii ladaa alshabab aljamieii fys buk nmwdhjan, almajalat almisriat lildirasat almutakhasisati, kuliyyat altarbiat alnaweiat, jamieat Aln shams, 44(2).

⁶⁶⁾ Nadjwa Djeddi and Ghaouti Ziani, "The Use Of Social Media In Enhancing The Mental Image Of Higher Education Institutions:, A Field Study On A Sample Of Students Following The Facebook Page Of The Faculty Of Humanities And Social Sciences At The University Of Ouargla," **International Journal of Social Communication** ,2024.

https://www.semanticscholar.org/paper/The-Use-Of-Social-Media-In-Enhancing-The-Mental-Of-Djeddi-Ziani/8114713910c6f2df8396515c79c92408e9a04cab?utm_source=direct_link

- Nasir, I. (2024). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeaa fi takwin alsuwrat aldhihnaiat lilmuasasat eayinat aldirasat min almuasasat alfunduqiat bialjazayar, risalat dukturati, jamieat Muhamad khadar Bisakrata.

- Shafiq, K. (2025). dawr mubadarat hayaat karimat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tadeim alsuwrat aldhihnaiat lildawlati, majalat kuliyat aladab, jamieat 'Aswan, 17(1).

⁶⁶⁾ Marwa Ahmad, A Data Analysis Investigation of Smart Phone and Social Media Use by Syrian Refugees, **Journal of Information & Knowledge Management** ,Vol. 19, No. 1, 2020.

⁶⁶⁾ Safa'a AbuJarour and Lama Jaghjougha and Mohammed AbuJarour, The Impact of Digitizing Social Networks on Refugee Decision Making - The Journey to Germany, **Lecture Notes in Information Systems and Organisation**, 2021.

<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:245000924>

- Almuzayn, S. (2021), darajat aistikhdam allaajiiyn alfilastiniiyn fi muhafazat ghazat limawaqie altawasul alaijtimaeii liltarief biqadiatihim wasubul tatwiriha, majalat rabitat altarbawiiyn alfilastiniiyn liladab waldirasat altarbawiat walnafsiati, 2(1).

- Ibrahim Al Elanat, Social media, social identification, and the integration of refugees into jordanian society, (Order No. 29065895). **Available from ProQuest Dissertations & Theses Global**. (2728124595), 2022, Retrieved from

Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/social-media-identification-integration-refugees/docview/2728124595/se-2>

- Sayid, N. (2023). khataab alkarahiat waltahrid dida allaajiiyn fi misr ealaa mawqie tuitir, almajalat aleilmiaat libuhuth alsahafati, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahirat, 26(3).

- Shaimaa Gheith, Same story, different narratives: The influence of refugee concerned organizations on egyptian media, (Order No. 31479978), **Available from ProQuest Dissertations & Theses Global**, (3110426704), 2024, Retrieved from ,

<https://www.proquest.com/dissertations-theses/same-story-different-narratives-influence-refugee/docview/3110426704/se-2>

- Κατάλογος Δεδομένων, Public Attitudes towards Immigration, News and Social Media Exposure, and Political Attitudes from a Cross-cultural Perspective: Data from seven European countries, the United States, and Colombia, **SoDaNet** ,2024, [Dataset].

<http://doi.org/10.17903/FK2/JQ5JRI>

- kanean, A. (2014). nazariaat al'ielami, t 1, Al'urdun, dar albazarwaa aleilmiait llnashr waltawziei.
- Makawaa, H. (2002), nazariaat aliaitisali, ta3, aldaar almisriat allubnaniati.
- Stanley J. Baran & Dennis K.Davis.- "**Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future**". Thomson Wadsworth, USA, 2006, P.324
- Stephen W. Litteljohn, **Theories of Mass Communication**, United Kingdom: Wadsworth, 2002, P.325.
- William E. Loges canaries," in the coal mine: Perceptions of Threat and Media system Dependency Relations, **Communication Research**, Vol 21, No.1, 1994, p.5.
- Shaojing Sun , Alan M. Rubin. & Paul M. Haridakis, "The Role of Motivation and media involvement in explaining internet dependency", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**. Vol. 52, No.3, 2008, p 408
- De Flore, S. Bal Rokach, (2001), tarjamatu: muhamad naji aljawhari: nazariaat al'ielam , ta1, Al'urdun, dar al'amal lilshari waltawziei
- Okasha, R. (2006): tathirat wasayil al'ielam min alaitisal aldhaatii 'iilaa alwasayit alraqamiat almutaeadidati, ta1, alqahirat, almaktabat alealamiat llnashr waltawziei.
- khayri, A. (1975). al'ihisa' alnafsiu waltarbawi, alrayada, matbaeat jamieat Alriyad.
- Abu Hatab, F. (1973), altaqwim alnafsi, Alqahiratu, Al'anjilu almisriatu.
- Ibrahim, S. (2017). andimaj allaajiiyn fi almutamaeat almodifati, almarkaz aldiymuqratiu
- Abdulrahman Dheyab Abdullah et al, Seeking news and information through social networking sites: An experience of internally displaced people, **Information Development** ,40 ,2022, pp,234 - 246.

[https://www.semanticscholar.org/paper/Seeking-news-and-information-through-social-sites%3A-Abdullah-](https://www.semanticscholar.org/paper/Seeking-news-and-information-through-social-sites%3A-Abdullah-Elareshi/5313ccda285bf7e0c28c9b8d1d2ce2f2eecbef78?utm_source=direct_link)

[Elareshi/5313ccda285bf7e0c28c9b8d1d2ce2f2eecbef78?utm_source=direct link](https://www.semanticscholar.org/paper/Seeking-news-and-information-through-social-sites%3A-Abdullah-Elareshi/5313ccda285bf7e0c28c9b8d1d2ce2f2eecbef78?utm_source=direct_link)

- Bojelo Esther Mooketsi and Athulang Mutshewa, An exploratory investigation of students' use of social networking sites and their individual and social needs: a case study of the University of Botswana undergraduates, **African Journal of Library, Archives and Information Science**, 29 ,2019, pp 131-141.
- [https://www.semanticscholar.org/paper/An-exploratory-investigation-of-students%E2%80%99-use-of-a-Mooketsi-Mutshewa/57cbd10bfa9a2665727838a024e8c4b52c52c615?utm_source=direct link](https://www.semanticscholar.org/paper/An-exploratory-investigation-of-students%E2%80%99-use-of-a-Mooketsi-Mutshewa/57cbd10bfa9a2665727838a024e8c4b52c52c615?utm_source=direct_link)

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication



Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication,
Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

- Issue 75 July 2025 - part 1
- Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555
- International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X
- International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.