مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

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

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي- الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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.

مدققا اللغة العربية:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الحادي والستون -الجزء الرابع- شعبان ١٤٤٣هـ - أبريل ٢٠٢٢ م
- 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 والتليفزيون 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 العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

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

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **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 وآخر 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- اعتماد الجمهور في ممكلة البحرين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء تفشي جائحة كوفيد-١٩ أ.م.د/ كاظم مؤنس — ١٨٧٥
- معالجة الصحافة المصرية اليومية للمبادرات الصحية الوطنية «دراسة تحليلية في الفترة من يوليو ٢٠١٨ إلى ديسمبر ٢٠٢١م» — ١٩١٥
  د/ حسن محمد فرحات أمين
- تأثير القصص المدفوعة بالبيانات على فهم وتذكر الشباب للعناصر الجرافيكية ومقاطع الفيديو المتضمنة بتلك القصص- دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب الجامعات — ١٩٩١
  د. أسماء حمدي عبد الحميد قنديل
- الأدوار التمثيلية لذوي الإعاقة في الدراما العربية والأجنبية وعلاقتها بالتمكين الاجتماعي لهم- دراسة نوعية د/ نادية قطب إبراهيم علي — ٢٠٣٥
- اتجاهات الجمهور المصري نحو التسويق الخفي وعلاقته بالسلوك الشرائي «دراسة ميدانية» د/ ساره عبد الفتاح السيد — ٢١١٣
- استخدام الصحف المصرية الخاصة لخدمة البث المباشر عبر صفحاتها على الفيسبوك (دراسة تحليلية في ضوء ثراء الوسيلة)
  د/ سحر أحمد غريب محمد — ٢١٧٥
- اتجاهات الجمهور المصري نحو حملات التوعية الإلكترونية بالمبادرات المجتمعية الحكومية- دراسة ميدانية د/ أسماء عشري برعي محمدين — ٢٢٢٧

- أثر الإنفوجرافيك المتعلق بمبادرات التحول الرقمي بالمواقع الإخبارية في فهم وتذكر القراء للمضمون «دراسة شبه تجريبية» ٢٢٨٧
  د/ هاني إبراهيم السمان

- المجال العام والفعل التواصلي عند هابرماس كأطر موجهة للبحوث الإعلامية (رؤية تحليلية نقدية) ٢٣٦٥
  د/ ليديا صفوت إبراهيم بخيت

- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني على المشاركة بالتنمية - دراسة مسحية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي ٢٤١٧
  د/ عارف عبده الأتام

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجلة (يوليو 2021)	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	6.5	2536-9237	2735-4326
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
6	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
8	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيرى	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
11	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016
12	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314-8721	2314-873X
13	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الاتصال	6	2682-213X	2786-0167

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني على المشاركة بالتنمية - دراسة مسحية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي

The Role of social media in Motivating Yemeni Youth to Participate in Development- A case study in the framework of the social capital theory

د/ عارف عبده الأتام

أستاذ زائر بمعهد البحوث والدراسات العربية القاهرة

جمهورية مصر العربية

Arefalatam4@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني للمشاركة بالتنمية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، وكذلك معرفة القضايا التي يتابعونها والمرتبطة بالعمل التنموي، وأشكال تفاعلهم معها، ومدى تقبلهم للمشاركة في العملية التنموية، ومعرفة تأثير حجم الصداقات الواقعية والافتراضية لدى الشباب اليمني على تحفيزهم للمشاركة ببرنامج الحكومة التنموي، وطُبقت على عينة بلغ قوامها (208) مبحوثين من الشباب اليمني من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها:

- ارتفاع كثافة استخدام الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي، كما تصدر الفيس بوك المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلًا لدى المبحوثين، يليه الواتساب، ثم تويتر.
- تصدر الأصدقاء قائمة الأشخاص الذين يفضل المبحوثون التواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي والنقاش في القضايا المرتبطة بالتنمية، يليه الزملاء، ثم أشخاص جدد، فالأسرة.
- ارتفاع شعور المبحوثين في التحفيز للمساهمة والتفاعل مع القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع كفاية المعلومات المرتبطة بقضايا التنمية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين.
- كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي زادت المتابعة لقضايا التنمية وثقتهم بالمعلومات عن القضايا التنموية ودرجة تحفيزهم للمشاركة بمواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمة المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي- الشباب- التنمية- رأس المال الاجتماعي.

Abstract

This study aimed to know the role of social media in motivating Yemeni youth to participate in development within the framework of the social capital theory, monitor the issues followed which related to development work and how to interact with it along with the extent of their acceptance to participate in the development process. The was included (208) respondents of Yemeni youth who use social media. The study came up with a set of results, the most important of which are:

There is a high rate of the Yemeni youth using social media, namely Facebook which ranked the first among the most preferred social media networks, followed by WhatsApp and Twitter.

- Friends ranked at the top based on the people list preferred by respondents to communicate with through social media networks and discuss issues related to development, followed by colleagues, then new people, and the family.
- There is a high rate of the feeling of motivation to participate and interact with development issues through social media networks, in addition to the high sufficiency of information related to development issues published on social media networks regarding the respondents.
- The greater the Yemeni youth's use of social media networks, the greater follow-up to development issues is given along with their confidence in information on development issues, and the degree to which they are motivated to participate in social media networks.

Keyword: social media networks- youth- development- social capital.

مقدمة:

شهدت الجمهورية اليمنية في الآونة الأخيرة اضطرابات مالية واقتصادية، ورافقها في البدء إصلاحات من خلال إيداع ودائع مالية للبنك المركزي؛ للحفاظ على اقتصاد اليمن من الانهيار واتخاذ إجراءات تقشفية والبدء باتخاذ خطوات جادة نحو التنمية، الأمر الذي يتطلب مشاركة مختلف فئات المجتمع، وانخراطها في العملية التنموية وخاصة فئة الشباب، لكن الإصلاحات لم تُجدِ في ظل عدم الاستقرار وعدم سيطرة الحكومة المعترف بها دوليًّا على كامل الأراضي اليمنية، إلى جانب تدهور قطاعات الدولة بمختلف مجالاتها- وخصوصًا الخدمية- واستمرار الحرب بين القوى المتصارعة، وعدم صرف الرواتب لموظفي الدولة، وتنصَّل بعض القوى المسيطرة على الواقع من التزاماتها ومسؤولياتها الخدمية أو تقصيرها، الأمر الذي نحا بأفراد المجتمع إلى الاعتماد على بعضهم البعض في محاولة الدفع بعجلة التنمية على كل المستويات والمجالات.

وأشارت الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا فعالًا في إحداث تغيير سياسي واجتماعي، وتوجد فضاءات مفتوحة للمطالبات الشعبية المستمرة للإصلاحات المجتمعية، وأصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دور مؤثر في تنمية مشاركة فئات المجتمع المختلفة تجاه القضايا المجتمعية. وقد شكَّلت الحاجة والرغبة لدى أفراد المجتمع للتعاون إما أفرادًا، أو جماعات؛ تجمعهم معاناة، أو منطقة، أو انتماء لتشكيل مبادرات تنموية وتعزيز دور الحكومة لتحقيق الأهداف المشتركة.

وبعد أن كانت مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في أسفل قائمة المصادر التي يعتمد عليها أفراد المجتمعات في التواصل والحصول على المعلومات والترفيه؛ أوجدت لنفسها موقعًا متقدمًا بين المصادر الاتصالية؛ حيث كشفت أغلب الدراسات الحديثة أن مواقع التواصل الاجتماعي تتصدر بقية وسائل الاتصال لدى أفراد المجتمعات بمختلف شرائحهم، وأن الثقة بالمعلومات التي يحصلون عليها ترتفع بين كل الفئات الاجتماعية.

وقد تطور استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي من بناء علاقاتهم الاجتماعية والتواصل؛ إلى المحافظة على أصدقائهم في العالم الافتراضي، واعتبارها مصادر لاستقاء المعلومات وتصديرها، وتبنِّي الحملات وإدارة الأزمات مؤثرين ومتأثرين، وتمكنوا من التغلب على القيود المجتمعية والأزمات بمختلف أنواعها اجتماعيًّا، وسياسيًّا، واقتصاديًّا، وأمنيًّا، وصحيًّا.

وأشارت معظم الدراسات إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي عملت على زيادة مستوى الوعي السياسي، كما أثبتت الوقائع في المجتمعات العربية أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت محركًا للكثير من الأحداث السياسية والاجتماعية، ومصدرًا مهمًّا للمعرفة والمشاركة المدنية بشتَّى مجالاتها.

ويرى علماء الاتصال أن التأثير الإيجابي لإدمان تكنولوجيا الاتصال في تخلص الطلاب من الخجل والاكتئاب والانطواء؛ مما انعكس على التفاعل الاجتماعي لديهم وأسهم في تحقق رأس المال الاجتماعي [1].

حيث تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في بناء وتشكيل رأس المال الاجتماعي، وتقوي العلاقات والروابط الضعيفة، وتشجع على تعدد العلاقات، وتدعم رأس المال الاجتماعي الواقعي والفعلي من خلال زيادة امتلاك الأصدقاء [2]، والقيام بدور فاعل في دعم رأس المال الاجتماعي المتمثل في بناء الجسور وتحقيق الترابط [3]، وتختلف تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد باختلاف المجتمعات وطبيعة تركيبها وتطورها.

إن قدرة رأس المال الاجتماعي والمجتمع المدني على زيادة الرفاهية ودفع التنمية الاقتصادية ليس بالهيِّن، وله جدواه سواء في ظل دولة النظام والقانون، أو في ظل غيابها بفعل العادات والتقاليد والأعراف والثقافة الشعبية؛ التي تعمل على رفد وتغذية رأس المال الاجتماعي؛ حيث أصبح المكوِّن القيمي والأخلاقي يحظى بأهمية في تطوير رأس المال الاجتماعي الذي أصبح أداة مهمة من أدوات التنمية.

وعندما تكون الدولة ضعيفة، أو غير راغبة في العمل على هذا الهدف؛ فإن المجتمع المدني وما يتمخض عنه من رأس مال اجتماعي قد يؤدون دورًا محوريًّا في توفير التأمين الاجتماعي غير الرسمي، ومن ثم دفع التنمية الاقتصادية [4].

ويؤكد كولمان أن رأس المال الاجتماعي مفهوم منتج يجعل تحقيق بعض الأهداف التي يصعب تحقيقها في غيابه أمرًا ممكنًا ... وعلى العكس من الأنواع الأخرى من رأس المال،

ينبع رأس المال الاجتماعي من هيكل العلاقات بين الأشخاص؛ فهو غير متاح في الأفراد (مثل رأس المال البشري)، ولا في المظاهر المادية للإنتاج.

فقد عملت مواقع التواصل الاجتماعي على تجاوز العلاقات التي تقام بين الأفراد وفق سياق مجتمعي ومناسباتي، وعلاقات آنية وظرفية؛ إلى علاقات ممتدة، ويتم تعزيزها دون انقطاع واستدعاءها وقت الحاجة؛ الأمر الذي يمكننا من قياسها.

ومن هنا ينبغي البحث عن كيفية تنمية قدرات الشباب وتوجيه استخدامهم لهذه المواقع، وإكسابهم المهارات اللازمة لإيجاد المسؤولية الاجتماعية لديهم وتنميتها؛ من أجل المشاركة في العملية التنموية.

أولًا: مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني في المشاركة بالتنمية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، ورصد القضايا التي يتابعونها والمرتبطة بالعمل التنموي، وأشكال تفاعلهم معها، ومدى تقبلهم للمشاركة في العملية التنموية، ومعرفة تأثير حجم الصداقات الواقعية والافتراضية لدى الشباب اليمني على تحفيزهم للمشاركة ببرنامج الحكومة التنموي، فضلًا عن معرفة تأثير الخصائص الديموغرافية على كافة المتغيرات السابقة.

ثانيا: أهمية الدراسة:

1- تركيزها على فئة الشباب التي تعد الأكثر حيوية، والتي تمتلك طاقات كبيرة، وإيجاد رؤية لتسخيرها في المشاركة ببرنامج الحكومة التنموي.

2- تسليط الضوء على القضايا المرتبطة ببرنامج الحكومة التنموي والمنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

3- الوقوف على جوانب القوة المؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، وإيجاد رؤية لتوظيفها في تحفيز الشباب اليمني والمشاركة ببرنامج الحكومة التنموي.

4- تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد المجتمع وخصوصاً من قبل الشباب؛ وبالتالي تزايد تأثيرها في سلوكهم.

5- تعدد المزايا التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي؛ من حيث الخصائص والميزات التقنية، فتتسم بالتفاعلية، وسهولة الاستخدام، والخصوصية، ومساحة الحرية الكبيرةن والاتصال والتواصل، وإقامة علاقات اجتماعية جديدة، وتدعيم علاقات قائمة، والاحتفاظ بعلاقات قديمة.

6- ندرة الدراسات العربية التي طرقت مواقع التواصل الاجتماعي من منظور تنموي.

ثالثًا: أهداف الدراسة:

1. معرفة عادات وأنماط تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. إبراز القضايا التي يتابعونها والمرتبطة ببرنامج الحكومة التنموي.
3. رصد أشكال تفاعلهم مع القضايا المرتبطة ببرنامج الحكومة التنموي.
4. معرفة استعدادهم للمشاركة ببرنامج الحكومة التنموي.
5. الكشف عن تأثير حجم الصداقات الواقعية والافتراضية لدى الشباب اليمني على تحفيزهم للمشاركة ببرنامج الحكومة التنموي.

رابعا: الإطار النظري المستخدم في الدراسة:

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية رأس المال الاجتماعي والتي تعد من النظريات الحديثة في مجال الإعلام.

يرجع جذور مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى كتابات المفكر الفرنسي "أليكس دي توكفيل A. De Tocqueville (1805–1859) وخاصة كتابه عن الديمقراطية في الولايات المتحدة Democracy In America الذي صدر في القرن التاسع عشر، حيث أرجع توكفيل تطور الديموقراطية في الولايات المتحدة إلى الترابط الاجتماعي، ونزوع المواطنين إلى المشاركة في الحياة العامة [5].

ويشير بعض الباحثين إلى أن نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين هو البداية الأولى للمصطلح، وقد عاد المفهوم للظهور في الستينات من القرن العشرين، ويرى آخرون أن مفهوم رأس المال ظهر في مجال الاقتصاد، ثم استُخدم في المجالات الأخرى السياسية، والاجتماعية، والثقافية.

ويعد أول من استخدم مفهوم رأس المال الاجتماعي بيير بورديو pierre Bourdieu في الستينات؛ حيث ميَّز بين ثلاثة أنواع من رأس المال الاجتماعي: "رأس المال الاقتصادي- رأس المال الثقافي- رأس المال الاجتماعي". ثم تطوَّر بصورة واضحة من خلال أعمال جيمس كولمان Coleman James ويرجع الانتشار الواسع لاستخدام المفهوم في الكتابات الأكاديمية من القرن الماضي في علم السياسة إلى روبرت بوتنام Robert Putnam ورونالد بيرت Ronald Pert [6].

وتقوم نظرية رأس المال الاجتماعي على أساس استخدام الأفراد وتواجدهم في شبكة اجتماعية، حيث يقومون بتحقيق أهدافهم من خلال العلاقات الداخلة في الشبكة، ومن خلال الموارد المتدفقة خلالها؛ حيث تقوم نظرية رأس المال على مبدأين أساسيين، وهما:

أ- أن تبادل المعلومات والمعرفة يتم من خلال الاتصالات النشطة بين الأفراد، حيث تتدفق المعلومات من خلال العلاقات [7].

ب- أن الاتصالات بين الأفراد ليس لنقل معلومات فقط، بل تشمل أيضًا بناء تصور للمعنى [8].

وأكدت الدراسات المتتالية التي قام بها كلٌّ من "إليسون، لامب، ستانفيلد"، أن مواقع الشبكات الاجتماعية تبني رأس المال الاجتماعي بين مستخدمي هذه المواقع، وأن هذه المواقع وخاصة الفيس بوك يسهل حدوث التفاعل الاجتماعي بين الأفراد والتواصل بينهم، وأن مواقع الشبكات الاجتماعية تؤدي دورًا في تيسير الحفاظ على الصداقات والعلاقات الضعيفة التي تساعد في بناء رأس المال الاجتماعي Social Capital Bridging والتي ترتبط بقوة الروابط الضعيفة لمارك درانوفيتز 1973، وأن المواقع الاجتماعية تزيد من تلك الروابط الضعيفة؛ لأن الحفاظ عليها أسهل وأرخص، لأنها تشجع على خفض الحواجز والتشجيع على تكوين هذه الروابط [9].

أشكال رأس المال الاجتماعى: تتعدد أشكال وأنواع رأس المال الاجتماعي تبعًا لمستويات العلاقات القائمة بين الأفراد والجماعات [10].

1. رأس المال الاجتماعي المترابط "غير الرسمي":

وهو الذي يقوم على الروابط والعلاقات فيما بين المجموعات المتجانسة، والتي يكون منشؤها العائلة أو الدين، وهذه الروابط تستند على درجة عالية من الثقة والتضامن فيما بين الأفراد.

2. رأس المال الاجتماعي العابر أو التواصلي:

ويعبر هذا النمط من رأس المال الاجتماعي عن الروابط الاجتماعية بين الجماعات المختلفة، ويعتمد هذا النوع على الارتباطات الموضوعية التي تنشأ بين أفراد المجتمع، مثل العضوية في مؤسسات المجتمع المدني نقابات وأحزاب.

3. رأس المال الاجتماعي الرابط "الهيكلي" أو الرسمي:

وجوهر هذا النوع هو قائم على الروابط والشبكات داخل نظام متدرج أو تراتبي؛ كالعلاقة بين الأفراد والنخب السلطوية، أو المراكز الاجتماعية بمختلف أنواعها.

ووجد "ويلمان وهايثور نثويت" أن الإنترنت يزيد الرأسمال الاجتماعي والمشاركة الشعبية والإحساس بالانتماء للمجتمع الإلكتروني [11]، فيما يؤكد "بوتنام" أن رأس المال الاجتماعي إنما يجسد مقومات التنظيم الاجتماعي، والتي تتمثل في الثقة والتعاون والتشبيك؛ والتي يمكن من خلالها الإسهام في تحقيق التطور والتقدم داخل المجتمع، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات [12]، وأن الأفراد لا يسعَون في المجتمع الافتراضي فقط إلى التماس المعلومات وتبادل المعرفة، ولكن أيضًا لتكوين صداقات جديدة، وحل المشكلات المختلفة، والشعور بالانتماء، والإسهام في بناء الواقع.

خامسا: الدراسات السابقة:

أولًا: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعى:

أظهرت دراسة حمد اللّه أحمد كيلاني (2022) [13] أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على ترسيخ وتعزيز هويات إيجابية؛ كالهوية السياسية التي تُبنى على الانتماء والوطنية، والهوية السياسية ذات الفكر والمعرفة المحلية والعالمية، والهوية الحزبية السياسية، كما نمت هويات سلبية ظهرت بصورة واضحة لدى عينة الدراسة؛ مثل الهوية السياسية الساخرة، والهوية السياسية المتطرفة التي وجدت المناخ المناسب والأدوات اللازمة في فضاء العالم الافتراضي كوسيلة لذلك. كما أوضحت نتائج الدراسة وجود علاقات ارتباطية بين مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع ظهور تلك الأنماط الإيجابية والسلبية بين الشباب.

وأثبتت دراسة عايدة محمد المر (2022) [14] أن معظم الدراسات- سواء العربية أو الأجنبية فيما يتعلق بمحور مواقع التواصل الاجتماعي والتنمية المستدامة- في مجال التعليم وفعالية وسائل التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية سواء على مستوى الطلاب أو القائمين بالتدريس.

وبينت دراسة محمد عامر محمد (2022) [15] عن وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لمضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- يوتيوب) وبين درجاتهم على مقياس المهارات الاجتماعية.

وأكدت دراسة محسن يوسف (2022) [16] ارتفاع كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، كما أنهم يتابعون أخبار المواقع للتعرف على مستجدات الأخبار، وفهم تلك القضايا على الواقع.

وتوصلت دراسة إيمان برناوي (2022) [17] إلى أن التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في المملكة العربية السعودية هي سناب شات، يليه تويتر.

وأبرزت نتائج دراسة جيلان شرف (2021) [18] ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي. كما أظهرت النتائج بأنه توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد المبحوثات عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي وتوفر معايير ثراء الوسيلة في تناول أهداف التنمية المستدامة.

وخلصت دراسة لامان محمد أحمد وسمر مهران (2020) [19] أن مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيسبوك خاصة وما يحتويه من أدوات تكنولوجية تسهم بشكل كبير في التأثير على زيادة كمية المعلومات بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الصفحات التنموية- محل الدراسة- استخدمت الفيسبوك اعتماداً على استراتيجيتي الحشد والتوعية.

وسعت دراسة خلود عبد الله ملياني (2020) [20] إلى معرفة دور حملات التسويق الرقمي للأجهزة الحكومية في دعم خطط التنمية المستدامة لدى الشباب السعودي، والكشف عن مستوى واقعية تلك الحملات ودرجة الثقة بها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة، منها: مدى ثقة المبحوثين بالمضمون الذي تقدمه الحملات التسويقية عن خطط التنمية المستدامة، ويعتبر تأثر الأفراد بمضمون الحملات التسويقية الرقمية نقطة مهمة للوصول إلى استيعاب أفكار ومعلومات، منها مدى كفاءة العاملين بالأجهزة الحكومية، ومدى حرصهم على إيصال خطط التنمية المستدامة للمجتمع ككل.

وخلصت دراسة أسامة بن غازى زين (2020) [21] التي طبقت على 400 مبحوث من الشباب السعودي بجامعتي (أم القرى بمكة المكرمة- جامعة الملك عبد العزيز بجدة)، إلى تأكيد وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي.

وأظهرت دراسة أحمد العايدي ورحاب السيد (2019) [22] أن القضايا المجتمعية جاءت كأهم القضايا التي يتابعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي المرتبة الثانية القضايا الثقافية، وفي المرتبة الثالثة القضايا السياسية، وجاء "تويتر" أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، يليه انستجرام، ثم اليوتيوب.

وكشفت دراسة إيمان مرسي (2019) [23] تصدر الواتساب بقية مواقع التواصل الاجتماعي، ثم سناب شات، يليه الانستجرام، وبالمرتبة الأخيرة الفيس بوك؛ كما وجدت علاقة بين كثافة التعرض لقضايا التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه العينة نحو كفاءة التغطية الإعلامية لمحاور التنمية.

وانتهت دراسة أحمد سامي العايدي (2018) [24] إلى وجود ارتفاع استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وجاء تويتر أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، ثم انستجرام، ثم اليوتيوب.

ودراسة مطر المطيري (2017) [25] التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في زيادة المعرفة السياسية، كما أنها ساعدت المبحوثين على المشاركة في الحياة السياسية، كما وجد ارتباط بين مستوى المشاركة السياسية للمبحوثين وبين كلٍّ من كثافة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي؛ والاهتمام السياسي، والنقاش السياسي، والفاعلية السياسية.

وبينت دراسة أحمد إبراهيم البهلول (2017) [26] أن القيم التي يحرص الشباب عينة الدراسة متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي "العلم" في المرتبة الأولى، ثم الحرية، يليها العمل في المرتبة الثالثة، وأثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التعرض والمتغيرات الديموغرافية.

وأكدت دراسة رضا عبد الواجد (2017) [27] أن غالبية المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن قضايا التنمية المستدامة، وأنَّ هناك قصوراً في أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة، كما تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد من وجهة نظر المبحوثين لا تمثل الوسيلة الاتصالية الأنسب للتوعية والتثقيف بشأن التنمية المستدامة والقضايا المرتبطة بها.

وأكدت دراسة أسماء مصطفى (2016) [28] تصدر الفيس بوك ثم تويتر كأهم المواقع الاجتماعية وأكثرها استخداماً لدى الشباب الجامعي، وأظهرت أن الشباب يفضل متابعة الموضوعات الاجتماعية، وأثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير في تشكيل قيم واتجاهات الشباب بنسبة 100٪.

وهدفت دراسة إيمان السيد جمعة (2016) [29] إلى معرفة الدور الذي تقوم به المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي، والاتجاهات حول الأحداث الجارية لدى الشباب

المصري في (السعودية، والكويت، والإمارات)، وتوصلت إلى تصدر الفيس بوك بقية المواقع الاجتماعية كمصدر من مصادر المعلومات حول الأحداث الجارية.

وسعت دراسة أفنان عرفة (2015) [30] لمعرفة استخدام الشبكات الاجتماعية والمشاركة المجتمعية، وتوصلت إلى وجود علاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة المجتمعية داخل المجتمع الفعلي.

وانتهت دراسة نورة عبد الله (2014) [31] إلى ارتفاع نسبة ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة في المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية من الشبكات الاجتماعية، وتوصلت إلى أن التماسهم المعلومات من الشبكات الاجتماعية جعلهم يعبرون عن آرائهم بكل حرية، واكتسبوا معلومات جديدة، وكوَّنوا وجهات نظر، وفتحت أبوابًا للمناقشة.

وأظهرت دراسة أسامة حسانين (2014) [32] أن الفيس بوك يأتي في مقدمة مصادر أفراد العينة للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وسعت دراسة بندر الحارثي (2014) [33] إلى معرفة تأثير اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك، تويتر"، ودرجة دفع شبكات التواصل الاجتماعي بالشباب للاهتمام بقضايا المجتمع من عدمه، وكذا المشاركة في إيجاد حلول لهذه القضايا، وخلصت الدراسة إلى أنه كلما زاد التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي كلما زاد الاهتمام بالقضايا والموضوعات المهمة في المجتمع السعودي.

وخلصت دراسة عبد الكريم باحاج (2013)[34] إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة المواقع والتطبيقات الأكثر استخداماً في الإنترنت من قبل الشباب العربي، والأكثر كثافة أيضًا.

وانتهت دراسة إيمان عبد المنعم (2013) [35] إلى تصدر دوافع الفهم الاجتماعي والتسلية الاجتماعية لبقية الدوافع في استخدام طلاب الجامعات في مصر والسعودية لمواقع تويتر، وكشفت الدراسة أن الطلاب السعوديين يميلون إلى التواصل مع غير معارفهم، بينما يفضل أكثرية الطلاب المصريين إلى التواصل مع من يعرفونهم معرفة شخصية.

وتشير دراسة جيلان محمود عبد الرزاق (2011) [36] إلى أن الشباب يتواصلون مع المجموعات ذات الاهتمام المشترك من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، والتنسيق فيما بينهم حول قضية ما، وأثبتت الدراسة أنه كلما زاد التواصل البنَّاء مع الأصدقاء- من

خلال استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي- زادت مشاركتهم المدنية وتطوير الذات لديهم.

وأكدت دراسة خالد صلاح الدين (2011) [37] تصدر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي قائمة المواقع الأكثر تفضيلًا على الشبكة العنكبوتية، كما أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر ملائمة لتلبية احتياجات الشباب الاتصالية المتجددة مقارنة بالوسائل التقليدية.

وخلصت دراسة عمرو أسعد (2011) [38] عن العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية إلى أن طلاب الجامعات المصرية المختلفة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية، أكثر من البحث عن صداقات جديدة، وأوضحت أنه كلما زاد معدل استخدامٍ الطلاب لموقعي يوتيوب وفيس بوك، زاد مستوى انفتاحهم الثقافي، أي أن قيمهم تأثرت إيجابا.

وتوصلت دراسة جمال عبد العظيم (2011) [39] إلى وجود علاقة ارتباط بين درجات متابعة الجماهير للأزمة الاقتصادية في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة (شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت المختلفة).

وسعت دراسة Weiwu Zhang (2010) [40] لمعرفة دوافع استخدام الجمهور لشبكة تويتر والإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام، وخلصت إلى أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لا يرتبط بشكل قوي بحجم المشاركة السياسية في المجتمع، ولكنه يرتبط بشكل قوي بالمشاركة المدنية في المجتمع.

وأشارت دراسة (Niemz et.al.) (2005) [41] حول الاستخدام المرضي للإنترنت لدى طلبة الجامعة وارتباطه باحترام الذات، إلى أن طلبة الجامعة يستخدمون الإنترنت في كثير من المواقف من أجل الدعم الاجتماعي، وليس من أجل استبداله. وحول انعكاس استخدام الإنترنت على المشاركة الاجتماعية، فقد أشارت الدراسة بأنها ليست محددة، وإنما تختلف من فرد لآخر.

وخلصت دراسة Sheeks & Birchmeier (2007) [42] عن التفاعل الاجتماعي واستخدام الاتصال عبر الكمبيوتر في تطوير العلاقات لدى طلاب الجامعة، إلى أن شبكة الإنترنت تساعد في التفاعل الإيجابي مع الآخرين دون الحاجة إلى مواجهتهم.

وتوصلت دراسة Ishi & Ogasahara(2007) [43] عن الشبكات الحقيقية والافتراضية في اليابان وكوريا إلى أن العضوية في مجموعات حقيقية في الإنترنت ترتبط

بشكل إيجابي مع الإشباعات الاجتماعية، وأن العلاقات الشخصية للكوريين من خلال الإنترنت ترتبط بشكل وثيق بالعلاقات الشخصية في الحياة الواقعية.

وأظهرت دراسة Dutton & Gennaro (2007) [44] التى ركزت على إعادة تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية من خلال الإنترنت؛ أن المبحوثين في بريطانيا يستخدمون شبكة الإنترنت كوسيلة قادرة على إقامة وتطوير الروابط الاجتماعية.

وتوصلت دراسة Peter et al (2006) [45] إلى وجود علاقة ارتباط سلبية بين استخدام المراهقين من طلاب المدارس بهولندا للإنترنت بدافع المحافظة على العلاقات الاجتماعية، والتحدث مع الغرباء من خلال الإنترنت، ووجود علاقة ارتباط إيجابية بين استخدام الإنترنت بدافع الترفيه، والتعرف على أشخاص جدد.

دراسة Wellman Barry et al (2001) (46) والتي سعت إلى معرفة دور شبكة الإنترنت في تدعيم الروابط الاجتماعية للمستخدمين وتحفيزهم نحو المشاركة المجتمعية والسياسية، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام الجمهور من سن 40-65 عاماً لشبكة الإنترنت ومشاركتهم السياسية.

ثانيا: دراسات تناولت نظرية رأس المال الاجتماعى:

انتهت دراسة سمر حسن الطبلاوي (2021) [47] أن الصحافة المصرية اهتمت بتعزيز مقومات رأس المال الاجتماعي وتفعيل عملية المشاركة المجتمعية؛ من خلال تناولها العديد من القضايا المتمثلة في قضية النهوض بالتعليم والصحة، وتمكين ذوي الاحتياجات الخاصة، وقضية دعم حملات المقاطعة، كما بيَّنت أن القيم التي يتم تعزيزها تتمثل في الانتماء، وحب الوطن، والتعاون.

وخلصت دراسة محمد الفقيه وحاتم الصلاحي (2017م)[48] التي درست تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي إلى تفوق تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الترابط الأسري نسبيًّا، مقارنة بتأثيرها على قيم التفكك الأسري.

وتوصلت دراسة هيثم جودة (2016) [49] إلى ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلاب المصريين والسعوديين، وأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بالإيجاب على القيم الاجتماعية من خلال التعاون؛ حيث يستخدمها الأفراد بهدف مساعدتهم في تنفيذ بعض الخدمات الاجتماعية، ومساعدة الحالات، وتنمية مفاهيم التطوع وتقديم الخدمات المجانية.

وأوضحت دراسة محمد جبار (2016)[50] إلى أنه لم تُعرض وسائل الاتصال مضمونًا ذا توجه تنموي، في توجهاتها وأنشطتها الاتصالية المختلفة، وإنما أغلب اهتمام الأنشطة الاتصالية هي صورة المسؤول، ومن ثم المؤسسة، وأن الوسيلة الأكثر فاعلية للتواصل مع الجمهور في عملية إحداث تغيير وتنمية داخل بنية المؤسسات الحكومية هي الوسائل المباشرة كالندوات.

وسعت دراسة إسعاف حمد (2015)[51] للكشف عن خصائص ومؤشرات رأس المال الاجتماعي ودوره في عملية التنمية الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، وتوصلت إلى أهمية المكوِّن القيمي والأخلاقي في تطوير رأس المال الاجتماعي الذي أصبح ساعداً مهماً من سواعد التنمية.

وهدفت دراسة ياسمين السيد (2014)[52] إلى معرفة العلاقة بين استخدام التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي، وتوصلت إلى أن رأس المال الاجتماعي يساعد في نشر الأفكار والمعلومات والمعرفة، ويساعد الأفراد على الحفاظ على العلاقات القائمة، وإنشاء العلاقات الجديدة، وتحقيق المشاركة السياسية والمدنية، وتحقيق التعاون بين الأفراد لحل المشكلات أو لتبنِّي سلوكيات معينة.

ودراسة علاء الشامي (2013)[53] التي سعت إلى معرفة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي، وأثبتت وجود علاقة بين استخدام الفيس بوك وبين معدلات تحقيق رأس المال الاجتماعي.

وخلصت دراسة داليا عاصم (2013)[54] إلى أن فيسبوك أسهم في الإنتاج الثقافي كأحد أشكال الممارسات الثقافية الناجمة عن ثقافة الفضاء الافتراضي، التي وسعت شبكة العلاقات الاجتماعية لديهم، وأثرت بشكل كبير على رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي، كما أن القضايا الحقوقية حظيت بأعلى نسبة تطوعية في الدفاع عنها من قبل مستخدمي فيسبوك.

وهدفت دراسة آمال كمال (2011)[55] إلى معرفة العوامل المؤثرة بين كثافة استخدام الطلاب للفيس بوك ورأس المال الاجتماعي، وكشفت أن هناك علاقة إيجابية بين استخدام الفيس بوك وتشكيل رأس المال الاجتماعي والحفاظ عليه واستمراره، وتوصلت إلى أن استخدام الفيس بوك يمارس دوراً مهمًّا في إمكانية التواصل مع الآخرين، والمشاركة السياسية والمدنية عبر الشبكات الاجتماعية.

وتؤكد دراسة شيماء ذو الفقار (2011) [56] إلى تصدر الفيس بوك المرتبة الأولى من حيث استخدام أفراد العينة له، ثم اليوتيوب في المرتبة الثانية، كما أوضحت أن مواقع الشبكات الاجتماعية تقوم بدور إيجابي في عملية التعبئة السياسية؛ لأنها تتمتع بدرجة حرية كبيرة.

وسعت دراسة نجلاء المصيلحي (2011) [57] إلى الوقوف على مدى تأثير الفيس بوك على رأس المال الاجتماعي في المجتمع المصري، وخلصت إلى أن الفيس بوك يساعد على تدعيم رأس المال الاجتماعي؛ من خلال إتاحة الفرص والإمكانات لجعل الأفراد منخرطين في عالم أكبر، محليا كان أو عالميا، ويدعم قدراتهم على المشاركة في الشؤون العامة، بالإضافة إلى تعزيز مقومات رأس المال الاجتماعي (السياسية- الاجتماعية -الثقافية)؛ بما يمثل قاعدة محتملة يمكن استغلالها في حفز جهود وقوى التنمية؛ مما يؤدي إلى تعميق التشابك بين الأفراد وتعميق القيم.

وسعت دراسة غادة بواط وآخرين (2011) [58] إلى رصد دور العلاقات العامة في تعزيز رأس المال الاجتماعي من خلال أنشطتها المختلفة، وأوضحت أن رأس المال الاجتماعي يسهم في انفتاح أكبر للمؤسسات الحكومية، والاطلاع على مشكلاتها اليومية عن طريق الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة، كما أنه يؤدي دوراً مهمًّا في توطيد العلاقة وبنائها بين المؤسسات العامة والجمهور الخارجي على أساس من الثقة، وتوفير المعلومات الصحيحة والكاملة عن هذه المؤسسات للرأي العام.

وهدفت دراسة Skoric, et al (2009) [59] إلى الكشف عن العوامل المؤثرة في العلاقة بين كثافة استخدام الإنترنت وتكوين رأس المال الاجتماعي لدى المبحوثين، وخلصت إلى أن العلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت ترتبط إيجابيًّا بالمشاركة السياسية عبر الإنترنت، في حين لم توجد علاقة بينها وبين المشاركة السياسية التقليدية.

وتؤكد دراسة Beaudoin (2008) [60] أن الدوافع الاجتماعية لاستخدام الإنترنت تؤثر على الثقة الشخصية؛ حيث إن رأس المال الاجتماعي يعزز جسور الثقة بين الأفراد، كما أكدت على أهمية الثقة كإحدى مكونات رأس المال الاجتماعي؛ نظراً لما لها من دور أساسي في إحداث التنمية في المجالات المختلفة.

وخلصت دراسة Rhys Andrews (2007) [61] إلى أن هناك تأثيراً إيجابيًّا لرأس المال الاجتماعي على أداء الخدمة العامة، وأن وجود مستويات عالية من رأس المال الاجتماعي الخارجي يؤدي إلى ارتفاع مستويات الأداء للخدمة.

وأظهرت دراسة (Lee2007) [62] عن الإنترنت ورأس المال الاجتماعي لدى المراهقين أن استخدام الإنترنت لأغراض تعليمية يرتبط بعلاقة قوية ومتماسكة مع الوالدين والأصدقاء.

وخلصت دراسة Dhrubodhi،Mukherjee (2006) [63] إلى أن الإنترنت يؤثر على رأس المال الاجتماعي بشكل إيجابي، ويدعم المشاركة الاجتماعية ليس فقط في المجتمعات الافتراضية، بل حتى في المجتمعات المحلية.

وانتهت دراسة Williams (2006) [64] إلى أن شبكة الإنترنت ساعدت على تكوين شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني؛ كونها تتضمن آليات جديدة للتواصل وتكوين الشبكات الاجتماعية بين أفراد وجماعات لا تتيسر لها سبل الاتصال المباشر، وتتباعد بينها المسافات الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية.

وتوصلت دراسة Maria،Raicheva (2005) [65] إلى وجود علاقة إيجابية بين التعرض لمحتوى الصحف ورأس المال الاجتماعي الهيكلي والمعرفي، وأن التكنولوجيا الجديدة ليست سيئة بطبيعتها لرأس المال الاجتماعي، وأن استخدامات معينة للإنترنت يمكن أن توفر طرقًا جديدة للحفاظ على الروابط الاجتماعية.

وخلصت دراسة Eduardo, Bueno. et. al. (2004) [66] إلى أن الاهتمام بقضايا المجتمع بمثابة القوة الدافعة لكل من المشاركة المدنية، وأن رأس المال الاجتماعي يؤدي دوراً فعالًا في تحقيق النجاح الاقتصادي.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الإفادة منها:

- ركَّزت معظم الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي على المجال السياسي؛ فدرست التعبئة السياسية، والوعي السياسي، والمشاركة السياسية، والانتخابات، وكذا دور هذه المواقع في الثورات والاحتجاجات.
- اتجهت معظم الدراسات السابقة إلى دراسة التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب المجتمعي بشكل عام، وتأثيرها على القيم الأسرية والتعلم الذاتي والآثار النفسية والاجتماعية، ولم تدرس تحفيز الشباب في المشاركة بالقضايا التنموية؛ وهو ما يؤكد ضرورة إجراء هذه الدراسة.
- خلصت أغلب الدراسات السابقة إلى تصدر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي قائمة المواقع الأكثر تفضيلًا على الشبكة العنكبوتية، وتصدر الفيس بوك مواقع التواصل الاجتماعي التي يتردد عليها المستخدمون للإنترنت.

- تنوعت النماذج والنظريات المستخدمة في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث استخدمت أغلب الدراسات نظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية الاعتماد، وقلة من الدراسات استخدمت نظرية الثراء الإعلامي، والحضور الاجتماعي، والالتماس، ونظرية رأس المال؛ ويلاحظ الباحث عدم توظيف نظرية رأس المال بشكل واسع في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي العربية.

- أفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة والمنهج، وتحديد المتغيرات، وتصور العلاقات فيما بينها، وأساليب قياسها وصياغتها على شكل فروض، والأدوات المناسبة للدراسة الحالية. بالإضافة إلى مناقشة نتائج هذه الدراسة ومقارنتها بنتائج تلك الدراسات، ومحاولة تفسيرها في ضوء خصوصية الشباب اليمني.

سادسا: تساؤلات وفروض الدراسة:

أولًا: أسئلة الدراسة:

1) ما درجة استخدام الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2) ما درجة كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
3) ما درجة متابعة الشباب اليمني للقضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية عبر التواصل الاجتماعي؟
4) ما طبيعة القضايا المجتمعية التي يفضل الشباب اليمني متابعتها عبر التواصل الاجتماعي؟
5) ما هي مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الشباب اليمني لمتابعة القضايا المجتمعية؟
6) ما أشكال تفاعل الشباب اليمني مع القضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية عبر التواصل الاجتماعي؟
7) ما أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها الشباب اليمني عند الحديث عن القضايا المرتبطة بالتنمية؟
8) مع من يفضل الشباب اليمني التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
9) ما مدى ثقة الشباب اليمني بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي؟

10) ما مدى كفاية المعلومات المرتبطة بقضايا التنمية والمنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي؟

11) ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني للمشاركة في عملية التنمية؟

12) ما درجة شعور المبحوثين في التحفيز للمساهمة والتفاعل مع القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

13) ما نوع علاقات المبحوثين مع الأسرة والأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

14) ما مصادر المعلومات التي يطلع عليها المبحوثون وترتبط بالقضايا التنموية في موقع التواصل الاجتماعي؟

15) ما المجالات التي يفضل المبحوثون المشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

ثانيا: فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

أ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ت- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

ث- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ح- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خ- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية للمبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

أ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ت- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

ث- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ح- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
خ- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
د- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مكان تواجد المبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

أ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
ب- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
ت- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.
ث- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.
ج- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
ح- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
خ- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
د- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل العلمي للمبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

أ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
ب- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
ت- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.
ث- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.
ج- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
ح- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
خ- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
د- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات التالية:

أ- درجة المتابعة للقضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
ب- ثقتهم بالمعلومات عن القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
ت- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ث- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ح- درجة احتفاظهم بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

سابعا: التعريفات الإجرائية:

رأس المال الاجتماعى: يشير مصطلح رأس المال الاجتماعي إلى الموارد الناتجة عن العلاقات الاجتماعية للأفراد، سواء الموارد الفعلية، أو المحتملة من خلال التفاعل الاجتماعي، والمنفعة المتبادلة، والترابط الاجتماعي، والقدرة على الاندماج وخلق الثقة؛ بما يؤدي إلى المشاركة المدنية والدعم الاجتماعي والعاطفي، ويعكس رأس المال الاجتماعي طبيعة هذه العلاقات التي يمتلكها الفرد في سياق الفعل الجماعي داخل المجتمع؛ الأمر الذي يؤثر على تدفق المعلومات، والعمل الجماعي، والمساعدة في حل بعض القضايا.

الشباب اليمنى: ويقصد بهم الشباب اليمني ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي داخل اليمن وخارجها، والذين تبلغ أعمارهم مابين 18-40 سنة.

مواقع التواصل الاجتماعى: ويقصد بها مجموعة واسعة من الأنظمة التقنية والمواقع عبر الإنترنت، ظهرت من الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد وتسهل التفاعل بينهم؛ بما يمكن المستخدم أن يكون جزءا من المجتمع الافتراضي.

التنمية: ويقصد بها الباحث هنا: أنها كل جهود تبذل من الشباب اليمني في تحسين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية عبر الموارد والإمكانيات الداخلية في مجتمعاتهم؛ بهدف ارتقاء المجتمع والانتقال به من وضع معين إلى وضع أفضل من خلال العلاقات الاجتماعية.

ثامنًا: الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، والتي تهدف إلى وصف خصائص مجتمع معين من خلال جمع البيانات والمعلومات عنه وتحليلها وتفسيرها. حيث تهدف هذه الدراسة إلى وصف وتشخيص دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني في المشاركة بالتنمية.

كما استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسحِ الذي يسمحِ باختبار فروض الدراسة واختبار العلاقة بين متغيراتها، وباعتباره جهدًا علميًا منظما للحصول على

البيانات، وفي إطار منهج المسح قام الباحث بمسح عينة من الشباب اليمني داخل اليمن وخارجها.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب اليمني الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي المتواجدين في اليمن وخارج اليمن.

عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها (208) مبحوثين، باستخدام الاستمارة الإلكترونية.

تاسعا: أداة جمع البيانات:

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال استخدام أداة استبانة تم تطبيقها إلكترونيًا لعينة من الشباب اليمني.

عاشرا: إجراءات الصدق والثبات:

الصدق:

بعد وضع الأسئلة والمقاييس والعبارات التي تقيس متغيرات الدراسة المسحية للشباب اليمني (عينة الدراسة)، قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين (•) للحكم على صلاحيتها، والتأكد من صدق استمارة المسح في قياس متغيرات الدراسة وأهدافها.

الثبات والاختبار القبلي:

قام الباحث لتحقيق الثبات بتطبيق الاستمارة على 10٪ من عينة البحث من الشباب اليمني مستخدمي الإنترنت، وباعتبارها العينة التي سيطبق عليها، ثم أعاد تطبيقها مرة أخرى بعد أسبوعين لمعرفة ثبات القياس وبلغ معامل الثبات 91٪، كما أجرى الباحث اختبارًا قبليًا للاستمارة للحد من الغموض والأخطاء التي توجد فيها.

إحدى عشر: المعاملات الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) والمعروف باسم SPSS، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري، الوزن المئوي.

2- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

3- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30- 0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.

نتائج الدراسة:

أولًا: الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة:

جدول (1)

الخصائص الديموغرافية للأفراد عينة الدراسة

	الفئات	التكرار	النسبة
النوع	ذكر	159	76.4
	أنثى	49	23.6
الحالة الاجتماعية	أعزب	61	29.3
	متزوج	147	70.7
مكان الإقامة	خارج اليمن	69	33.2
	داخل اليمن	139	66.8
المؤهل الدراسى	ثانوية عامة	22	10.6
	بكالوريوس	113	54.3
	دراسات عليا	73	35.1
	المجموع	208	100.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج التالية:

- ارتفاع نسبة المبحوثين من الذكور، حيث جاءت النسبة (76.4٪) من إجمالي الشباب اليمني (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (23.6٪) للإناث.
- ارتفاع نسبة المبحوثين المتزوجين، حيث جاءت بنسبة (70.7٪) من إجمالي (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (29.3٪) عازب.
- جاء نسبة المبحوثين خارج الوطن بنسبة (33.2٪) من إجمالي (عينة الدراسة)، مقابل نسبة (66.8٪) داخل الوطن.

- ارتفاع نسبة المبحوثين الحاصلين على مؤهل بكالوريوس، حيث جاءت بنسبة (54.3٪) من إجمالي (عينة الدراسة)، فيما جاء الحاصلون على مؤهل دراسات عليا بنسبة (35.1٪)، ثم ذوو المؤهل ثانوية عامة بنسبة (10.6٪).

ثانيا: النتائج العامة للدراسة:

1) درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (2)

استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى

الاستخدام / التكرار والنسبة	نادرا	أحيانًا	دائما	الإجمالى
ك	5	46	157	208
٪	2.4	22.1	75.5	100

توضح بيانات الجدول السابق مدى الإقبال الكبير للشباب اليمني (عينة الدراسة) على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت ديمومة استخدامهم لها مرتفعة وتتجاوز ثلثي العينة، فيما لم تبلغ نسبة الاستخدام نادراً سوى (2.4٪). وتتفق مع كثير من الدراسات التي توصلت إلى ارتفاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب، كدراسة أحمد سامي العايدي (2018) [67].

2) كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (3)

كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى

الكثافة / التكرار والنسبة	أقل من ساعة	من ساعة إلى أقل من ساعتين	أكثر من ثلاث ساعات	الإجمالى
ك	18	72	118	208
٪	8.7	34.6	56.7	100

تفصح بيانات الجدول السابق عن ارتفاع كثافة استخدام الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاء أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (56.7٪) من إجمالي (عينة الدراسة)، وهي نسبة كبيرة تقارب ثلثي العينة وتعزز هذه النتيجة سابقتها التي أظهرت إقبال الشباب اليمني على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير. وتتفق مع عديد من الدراسات التي توصلت إلى ارتفاع كثافة استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي من قبل مختلف أفراد المجتمع. دراسة محسن يوسف (2022) [68] ارتفاع كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

وكشفت كثير من الدراسات أن الإنترنت وحده لا ينتج عنه تراكم في رأس المال الاجتماعي، ولكن الاستخدام المكثف لمواقع الشبكات الاجتماعية [69] وهو ماتحققه هذه النتيجة.

3) عدد الأصدقاء بمواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (4)

أصدقاء المبحوثين بمواقع التواصل الاجتماعى

عدد الأصدقاء / التكرار والنسبة	أقل من 500	من 500 إلى أقل من ألف	1000 فأكثر	الإجمالى
ك	65	41	102	208
٪	31.3	19.7	49.0	100

تبين نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة حجم الأصدقاء لدى المبحوثين؛ حيث جاء الأصدقاء 1000 فأكثر بنسبة (49.0٪)، يليه أقل من 500 بنسبة (31.3٪)، ثم من 500- أقل من ألف بنسبة (19.7٪).

4) مدى المتابعة للقضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية:

جدول (5)

متابعة المبحوثين للقضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية

درجة المتابعة / التكرار والنسبة	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	الإجمالى
ك	18	115	75	208
٪	8.7	55.3	36.1	100

يكشف الجدول السابق عن ارتفاع متابعة الشباب اليمني للقضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية؛ حيث جاءت درجة المتابعة بدرجة متوسطة بنسبة (55.3٪)، يليها المتابعة بشكل كبير بنسبة (36.1٪)، ثم بدرجة منخفضة بنسبة (8.7٪). وتتفق وكثير من الدراسات التي خلصت إلى وجود متابعة لدى الشباب في متابعة القضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية.

5) طبيعة القضايا المجتمعية التى يفضل متابعتها:

جدول (6)

طبيعة القضايا المجتمعية التى يفضل المبحوثون متابعتها

الدرجة / طبيعة القضايا	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		لا		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
القضايا المرتبطة بالمشاريع الاقتصادية الاستثمارية	56	26.9	97	46.6	48	23.1	7	3.4	1.97	.798	2
القضايا المرتبطة بالخدمات	60	28.8	110	52.9	33	15.9	5	2.4	2.08	.734	1
القضايا المرتبطة بمكافحة الأمية	47	22.6	82	39.4	63	30.3	16	7.7	1.77	.887	3
ن	208										

تظهر بيانات الجدول السابق أن الشباب اليمني يفضل متابعة القضايا المرتبطة بالخدمات؛ حيث جاءت في الترتيب الأول بمتوسط بلغ (2.08)، يليها القضايا المرتبطة بالمشاريع الاقتصادية الاستثمارية بمتوسط بلغ (1.97)، ثم القضايا المرتبطة بمكافحة الأمية في الترتيب الأخير بمتوسط بلغ (1.77). ويرجع الباحث تصدر القضايا المرتبطة بالخدمات إلى انعدام الخدمات من جانب القوى المسيطرة، ووجود تنصّل تام عن تقديم أي خدمات لأفراد المجتمع وخصوصاً في المناطق الخاضعة لسيطرة الحوثي. وتتفق مع ما أثبتته دراسة رضا عبد الواجد (2017) أن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة التي تم تناولها في الإعلام الجديد كانت الحفاظ على الموارد الطبيعية، ثم الحفاظ على البيئة النظيفة، وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام [70] ودراسة محسن يوسف (2022) [71] التي خلصت إلى أن المبحوثين يتابعون أخبار المواقع للتعرف على مستجدات الأخبار، وفهم تلك القضايا على الواقع.

6) **مواقع التواصل الاجتماعى الأكثر تفضيل لمتابعة القضايا المجتمعية:**

جدول (7)

مواقع التواصل الاجتماعى الأكثر تفضيلًا لدى المبحوثين في متابعة القضايا المجتمعية

الدرجة / المواقع	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة منخفضة		لا أفضلها		المتوسط الحسابى	الإنحراف المعياري	الترتيب
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
الفيس بوك	118	56.7	63	30.3	22	10.6	5	2.4	2.41	.775	1
الواتساب	106	51.0	69	33.2	30	14.4	3	1.4	2.34	.775	2
تويتر	37	17.8	71	34.1	66	31.7	34	16.3	1.53	.968	3

يوضح الجدول السابق تصدر الفيس بوك المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلًا لدى الشباب اليمني عينة الدراسة في متابعة القضايا المجتمعية بمتوسط بلغ (2.41)، وجاء في المرتبة الثانية الواتساب بمتوسط بلغ (2.34)، ثم تويتر بمتوسط بلغ (1.53).

وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات التي أثبتت تصدر الفيس بوك بقية وسائل التواصل الاجتماعي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أسماء مصطفى (2016) [72]، ودراسة أسامة حسانين (2014) [73] التي توصلت إلى أن الفيس بوك جاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلًا.

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة إيمان برناوي (2022) [74] التي خلصت إلى أن التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في المملكة العربية السعودية هي سناب شات، يليه تويتر.

ودراسة إيمان مرسي (2019) [75] تصدر الواتساب بقية مواقع التواصل الاجتماعي، ثم سناب شات، يليه الانستجرام، وبالمرتبة الأخيرة الفيس بوك. وانتهت دراسة أحمد سامي العايدي (2018) [76] إلى أن "تويتر" أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، ثم انستجرام، ثم اليوتيوب.

7) **أشكال التفاعل مع القضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية:**

جدول (8)

أشكال التفاعل التي يفضلها المبحوثون مع القضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية

أشكال لتفاعل / التكرار والنسبة	أقرأها فقط	أقرأها وأعمل إعجاب	أعلق عليها	أقوم بمشاركتها	أخبر بها معارفي خارج البيت	عدم الاهتمام	الإجمالى
ك	50	77	24	28	24	5	208
٪	24.0	37.0	11.5	13.5	11.5	2.4	100

يشير الجدول السابق إلى تصدر القراءة والإعجاب بنسبة (37.0٪) على بقية أشكال التفاعل التي يفضلها الشباب اليمني مع القضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية بمواقع التواصل الاجتماعي، يليها أقرأها فقط بنسبة (24.0٪) ثم أقوم بمشاركتها في المرتبة الثالثة (13.5٪) ثم أعلق عليها وأخبر بها معارفي خارج البيت بنسبة (11.5٪). وتوضح النتيجة مدى التفاعل الكبير من قبل العينة مع القضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية؛ إذ جاء التفاعل بجميع أشكاله بنسبة (97.6)، فيما أجاب ما نسبته (2.4٪) أنهم لا يهتمون.

8) **أساليب الاتصال المستخدمة عند الحديث عن القضايا المرتبطة بالتنمية:**

جدول (9)

أساليب الاتصال التي يستخدمها المبحوثون عند الحديث عن القضايا المرتبطة بالتنمية

درجة الثقة / التكرار والنسبة	المحادثة الكتابية	الاتصال بالصوت فقط	الاتصال بالصوت والصورة	الإجمالى
ك	191	8	9	208
٪	91.8	3.8	4.3	100

يبين الجدول السابق تصدر المحادثة الكتابية من بين أساليب وأدوات الاتصال التي يستخدمها الشباب اليمني عند الحديث عن القضايا المرتبطة بالتنمية بنسبة (91.8٪)، يليه وبفارق كبير الاتصال بالصوت والصورة بنسبة (4.3٪)، فالاتصال بالصوت فقط بنسبة (3.8٪).

ويرجع تفوق المحادثة الكتابية- في الوقت الذي تتسيد الصورة والصوت جميع أساليب التواصل- إلى الحظر الذي تنتهجه السلطة المسيطرة لجميع الاتصالات عبر هذه الشبكات، فضلًا عن ضعف ورداءة خدمة النت نتيجة الصراع الحاصل في اليمن.

9) **الأشخاص الذين يفضل التواصل والنقاش معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعى:**

جدول (10)

الأشخاص الذين يفضل المبحوثون التواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعى والنقاش في القضايا المرتبطة بالتنمية

الأشخاص / التكرار والنسبة	زملائى	أصدقائى	أسرتى	أشخاص جدد	الإجمالى
ك	54	115	12	27	208
٪	26.0	55.3	5.8	13.0	100

يكشف الجدول السابق تصدر الأصدقاء قائمة الأشخاص الذين يفضل الشباب اليمني التواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي والنقاش في القضايا المرتبطة بالتنمية بنسبة (55.3٪)، وفي المرتبة الثانية جاء الزملاء بنسبة (26.0٪)، ثم أشخاص جدد (13.0٪)، فالأسرة بنسبة (5.8٪).

10) **مدى الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعى:**

جدول (11)

ثقة المبحوثين بالمعلومات عن القضايا التنموية بمواقع التواصل الاجتماعى

درجة الثقة / التكرار والنسبة	لا أثق	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	الإجمالى
ك	12	56	125	15	208
٪	5.8	26.9	60.1	7.2	100

يفصح الجدول السابق عن ارتفاع درجة الثقة لدى الشباب اليمني- عينة الدراسة- حول المعلومات للقضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت (94.2٪) منها (60.1٪) بدرجة متوسطة، و (26.9٪) بدرجة منخفضة، و(7.2٪) بدرجة كبيرة، وجاءت نسبة الذين لا يثقون بالمعلومات (5.8٪). دراسة جيلان شرف (2021) [77] أبرزت النتائج ثقة المبحوثات في مواقع التواصل الاجتماعي. ودراسة خلود عبد الله ملياني (2020) [78] التي توصلت إلى ثقة المبحوثين بالمضمون الذي تقدمه الحملات التسويقية عن خطط التنمية المستدامة، وانتهت دراسة نورة عبد الله (2014) [79] إلى ارتفاع نسبة ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة في المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية من الشبكات الاجتماعية، وهذا ينسجم ورأس المال الاجتماعي الذي يعزز جسور الثقة بين الأفراد، كما أكدت العديد من الدراسات دراسة Beaudoin

(2008) [80] أن الدوافع الاجتماعية لاستخدام الإنترنت تؤثر على الثقة الشخصية؛ حيث إن رأس المال الاجتماعي يعزز جسور الثقة بين الأفراد.

11) مدى كفاية المعلومات المرتبطة بقضايا التنمية والمنشورة بمواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (12)

مدى كفاية المعلومات المرتبطة بقضايا التنمية والمنشورة بمواقع التواصل الاجتماعى لدى المبحوثين

درجة الكفاية / التكرار والنسبة	لا تكفى	كافية بدرجة منخفضة	كافية بدرجة متوسطة	كافية بدرجة كبيرة	الإجمالى
ك	16	82	96	14	208
٪	7.7	39.4	46.2	6.7	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع كفاية المعلومات المرتبطة بقضايا التنمية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب اليمني عينة الدراسة؛ حيث جاءت بنسبة (92،3٪) منها بدرجة متوسطة بنسبة (46.2٪)، وبدرجة منخفضة بنسبة (39.4٪)، وبدرجة كبيرة بنسبة (6.7٪)، فيما جاءت نسبة من أجابوا بلا (7.7٪).

12) دور مواقع التواصل في تحفيز المبحوثين للمشاركة تجاه قضايا التنمية:

جدول (13)

دور مواقع التواصل في تحفيز المبحوثين للمشاركة تجاه قضايا التنمية

التكرار والنسبة / التحفيز للمشاركة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الإنحراف المعياري	الترتيب
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
تعمل على زيادة الوعى بقضايا التنمية	147	70.7	55	26.4	6	2.9	2.68	.527	4
تعتبر نافذة لعرض القضايا التنموية	156	75.0	49	23.6	3	1.4	2.74	.474	1
تعد منصة مفتوحة للمناقشة العامة تجاه قضايا التنمية	161	77.4	38	18.3	9	4.3	2.73	.534	2
تعد قنوات اتصال فعالة للتعبير عن الرأى في القضايا التنموية	157	75.5	42	20.2	9	4.3	2.71	.541	3
تسهم في حل كثير من القضايا المرتبطة بالتنمية	84	40.4	97	46.6	27	13.0	2.27	.679	6
تشكل من خلالها مجموعات ضاغطة لحلحلة بعض القضايا التنموية	97	46.6	79	38.0	32	15.4	2.31	.725	5

توضح بيانات الجدول السابق دور مواقع التواصل في تحفيز الشباب اليمني للمشاركة تجاه قضايا التنمية؛ حيث جاءت نافذة لعرض القضايا التنموية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.74)، يليه في الترتيب الثاني تعد منصة مفتوحة

للمناقشة العامة تجاه قضايا التنمية بمتوسط حسابي بلغ (2.73)، ثم تعد قنوات اتصال فعالة للتعبير عن الرأي في القضايا التنموية بمتوسط حسابي بلغ (2.71)، وفي المرتبة الرابعة تعمل على زيادة الوعي بقضايا التنمية بمتوسط حسابي بلغ (2.68)، يليه تشكَّل من خلالها مجموعات ضاغطة لحلحلة بعض القضايا بمتوسط حسابي بلغ (2.31)، وفي الأخير تسهم في حل كثير من القضايا المرتبطة بالتنمية بمتوسط حسابي بلغ (2.27).

13) شعور المبحوثين في التحفيز للمساهمة والتفاعل مع القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (14)

شعور المبحوثين في التحفيز للمساهمة والتفاعل مع القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعى

درجة التحفيز / التكرار والنسبة	لا	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	الإجمالى
ك	10	52	92	54	208
٪	4.8	25.0	44.2	26.0	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع شعور الشباب اليمني عينة الدراسة بالتحفيز للمساهمة والتفاعل مع القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت بنسبة (94.2٪) منها بدرجة متوسطة (44.2٪)، وبدرجة كبيرة (26.0٪)، وبدرجة منخفضة (25.0٪)، فيما جاءت نسبة من أجابوا بلا (4.8٪).

14) نوع علاقات المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (15)

نوع علاقات المبحوثين مع الأسرة والأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعى

العبارة / التكرار والنسبة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الترتيب
	ك	٪	ك	٪	ك	٪			
التفاعل مع الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعى يجعلنى أشعر بالاتصال مع الآخرين بصورة أكبر	161	77.4	36	17.3	11	5.3	2.72	.555	3
التفاعل يجعلنى أهتم بما يفكر فيه الآخرون المختلفون عنى	155	74.5	47	22.6	6	2.9	2.72	.512	3
لدي استعداد لقضاء وقت في أنشطة اجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعى	96	46.2	86	41.3	26	12.5	2.34	.690	9
التفاعل يجعلنى أشعر بأنى جزء من مجتمع أكبر	159	76.4	42	20.2	7	3.4	2.73	.515	2
هناك أصدقاء يمكن الرجوع إليهم للنصيحة فيما يتعلق باتخاذ قرارات مهمة	145	69.7	47	22.6	16	7.7	2.62	.626	5
الأشخاص الذين أتفاعل معهم أستفيد من مكانتهم المرموقة	109	52.4	70	33.7	29	13.9	2.38	.720	8
هناك أشخاص أثق بهم وفي آرائهم	160	76.9	43	20.7	5	2.4	2.75	.489	1
يمكننى معرفة أحداث تقع في مدينة أخرى من خلال صديق أعرفه منذ المدرسة	148	71.2	42	20.2	18	8.7	2.63	.640	4
يمكننى أن أطلب خدمة من شخص أعرفه منذ الثانوية	122	58.7	63	30.3	23	11.1	2.48	.688	6
أستطيع الإقامة مع صديق أعرفه منذ زمن إذا سافرت إلى مدينة أخرى	120	57.7	49	23.6	39	18.8	2.39	.785	7

تكشف بيانات الجدول السابق نوع علاقات الشباب اليمني عينة الدراسة مع الأسرة والأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت "هناك أشخاص أثق بهم وفي آرائهم" في المرتبة الأولى؛ وهي تدل أن العلاقة قوية، ثم "التفاعل يجعلني أشعر بأني جزء من مجتمع أكبر" وهي علاقة عابرة، وفي المرتبة الثالثة "التفاعل مع الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي يجعلني أشعر بالاتصال مع الآخرين بصورة أكبر"، و"التفاعل يجعلني أهتم بما يفكر فيه الآخرون المختلفون عني" والعبارتان علاقة عابرة، يليها في المرتبة الرابعة "يمكنني معرفة أحداث تقع في مدينة أخرى من خلال صديق أعرفه منذ المدرسة" علاقة الحفاظ على العلاقات القائمة مع الأصدقاء القدامى، ثم "هناك أصدقاء يمكن

الرجوع إليهم للنصيحة فيما يتعلق باتخاذ قرارات مهمة" علاقة قوية، يليها "أستطيع الإقامة مع صديق أعرفه منذ زمن إذا سافرت إلى مدينة أخرى"، ثم "يمكنني أن أطلب خدمة من شخص أعرفه منذ الثانوية"؛ الحفاظ على العلاقات القائمة مع الأصدقاء القدامى.

وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات التي أظهرت أن استخدام المراهقين الإنترنت لأغراض تعليمية يرتبط بعلاقة قوية ومتماسكة مع الوالدين والأصدقاء.

15) مصدر المعلومات التى يطلع عليها المبحوثون وترتبط بالقضايا التنموية في مواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (16)

مصادر المعلومات التى يطلع عليها المبحوثون وترتبط بالقضايا التنموية في مواقع التواصل الاجتماعى

درجة التحفيز / التكرار والنسبة	الأصدقاء	العائلة	الجروبات والمجموعات	من أصدقاء الأصدقاء	من الإعلانات	الإجمالى
ك	67	7	102	7	25	208
٪	32.2	3.4	49.0	3.4	12.0	100

يشير الجدول السابق إلى تصدر الجروبات والمجموعات قائمة مصادرالمعلومات التي يطلع عليها الشباب اليمني عينة الدراسة وترتبط بالقضايا التنموية في مواقع التواصل الاجتماعي (49.0٪)، ثم الأصدقاء بنسبة (32.2٪)، وفي المرتبة الثالثة الإعلانات (12.0٪)، وفي الأخير العائلة وأصدقاء الأصدقاء بنسبة (3.4٪). وتتفق مع نتائج دراسة جيلان محمود عبد الرزاق (2011) [81] التي خلصت إلى أن الشباب يتواصلون مع المجموعات ذات الاهتمام المشترك من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، والتنسيق فيما بينهم حول قضية ما، وأثبتت الدراسة أنه كلما زاد التواصل البنَّاء مع الأصدقاء من خلال استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي زادت مشاركتهم المدنية وتطوير الذات لديهم.

16) المجال الذي يفضل المبحوث المشاركة فيه عبر مواقع التواصل الاجتماعى:

جدول (17)

المجالات التى يفضل المبحوثون المشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعى

المجال / التكرار والنسبة	الثقافي	الصحى	المرأة	السياسى	الاقتصادي	الإجمالى
ك	13	83	17	75	20	208
٪	6.3	39.9	8.2	36.1	9.6	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر المجال الصحي من بين المجالات التي يفضل الشباب اليمني عينة الدراسة المشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة

(39.9٪)، يليه المجال السياسي (36.1٪)، ثم المجال الاقتصادي (9.6٪)، ومجال المرأة (8.2٪)، وفي الأخير المجال الثقافي (6.3٪). وتشير هذه النتيجة إلى مدى خطورة المجال الصحي في اليمن وتدهور الخدمات، بل انعدامها في غالب الأوقات؛ إذ أصبح المجال الصحي مطلباً ملحًّا لا سيما مع انتشار الأوبئة مؤخراً.

ثالثًا: نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

أ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ت- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

ث- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ح- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خ- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (18)
يوضح الفروق بين نوع المبحوثين وفقاً للعديد من المتغيرات

المتغيرات	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	2.72	.514	-.392	206	.695
	إناث	2.76	.434			
كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	2.48	.664	-.111	206	.912
	إناث	2.49	.617			
المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	2.30	.591	.916	206	.361
	إناث	2.20	.676			
الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	1.71	.678	.384	206	.872
	إناث	1.61	.731			
درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	2.5786	.38603	.329	206	.742
	إناث	2.5578	.38872			
درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	2.6494	.38166	1.515	206	.131
	إناث	2.5510	.44482			
درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	2.6184	.43709	1.932	206	.055
	إناث	2.4694	.57300			
درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعى	ذكور	2.5010	.60805	.603	206	.547
	إناث	2.4422	.56268			

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق غير دالة إحصائيًا بين الشباب اليمني من الذكور والإناث من حيث درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي، والثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائيًا الذي يبلغ (0.05). وعلى ذلك نرفض الفرض الأول كليًا.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية للمبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

أ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ت- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

ث- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ح- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خ- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (19)

يوضح الفروق بين الحالة الاجتماعية للمبحوثين وفقاً للعديد من المتغيرات

المتغيرات	الحالة الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى	عازب	2.67	.569	-1.099	206	.273
	متزوج	2.76	.462			
كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى	عازب	2.54	.565	.858	206	.392
	متزوج	2.46	.685			
المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعى	عازب	2.30	.667	.319	206	.750
	متزوج	2.27	.589			
الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعى	عازب	1.70	.782	.234	206	.815
	متزوج	1.68	.652			
درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعى	عازب	2.5301	.40541	-1.052	206	.294
	متزوج	2.5918	.37734			
درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	عازب	2.5738	.45033	-1.224	206	.222
	متزوج	2.6480	.37443			
درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	عازب	2.6011	.48997	.346	206	.729
	متزوج	2.5760	.47069			
درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر	عازب	2.5082	.59817	.326	206	.744

مواقع التواصل الاجتماعى	متزوج	2.4785	.59816			

تفصح بيانات الجدول السابق عن وجود فروق غير دالة إحصائيًا بين الشباب اليمني وفقًا لحالتهم الاجتماعية من حيث درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي، والثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائيًا الذي يبلغ (0.05). وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني كليًا.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مكان تواجد المبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

أ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ت- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

ث- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ح- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خ- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (20)

يوضح الفروق بين مكان تواجد المبحوثين وفقًا للعديد من المتغيرات

المتغيرات	مكان التواجد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى	خارج	2.88	.365	3.210	206	.002
	داخل	2.65	.534			
كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى	خارج	2.77	.489	4.703	206	.000
	داخل	2.34	.676			
درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعى	خارج	2.42	.553	2.460	206	.015
	داخل	2.20	.628			
الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعى	خارج	1.80	.655	1.619	206	.107
	داخل	1.63	.703			
درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعى	خارج	2.6329	.37982	1.563	206	.120
	داخل	2.5444	.38677			
درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	خارج	2.6920	.33799	1.686	206	.093
	داخل	2.5935	.42272			
درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	خارج	2.6184	.47923	.748	206	.455
	داخل	2.5659	.47422			
درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعى	خارج	2.4589	.64195	-.480	206	.632
	داخل	2.5012	.57508			

تشير بيانات الجدول السابق إلى

- وجود فروق دالة إحصائيًا بين الشباب اليمني وفقًا لمكان إقامتهم من حيث درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، لصالح القاطنين خارج اليمن وكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي. وعلى ذلك نقبل الفرض الثالث جزئيًا فيما يخص الفقرات (أ، ب، ت). لصالح القاطنين خارج اليمن، حيث بلغت قيمة "ت" (3.210) و(4.703) و(2.460)، عند مستوى معنوية (.002) و(.002) و (.015) على التوالي.

- وجود فروق غير دالة إحصائيًا بين الشباب اليمني وفقًا لمكان إقامتهم من حيث الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة

تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائيًّا والذي يبلغ (0.05). وعلى ذلك نرفض الفرض الثالث جزئيًّا فيما يتعلق بالفقرات (ث، ج، ح، خ، د).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهل العلمي للمبحوثين من الشباب اليمني وفقًا للمتغيرات التالية:

ذ- درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ر- كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

ز- درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي.

س- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ش- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ص- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ض- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ط- درجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (21)

يوضح الفروق بين المؤهل العلمي للمبحوثين وفقاً للعديد من المتغيرات

المتغيرات	المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (f)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	2.68	.568	2.554	2	.080
	بكالوريوس	2.67	.525			
	دراسات عليا	2.84	.409			
كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	2.41	.734	3.618	2	.029
	بكالوريوس	2.39	.687			
	دراسات عليا	2.64	.537			
درجة التعرض لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	2.23	.685	.459	2	.633
	بكالوريوس	2.25	.634			
	دراسات عليا	2.33	.554			
الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	1.77	.813	.193	2	.825
	بكالوريوس	1.67	.700			
	دراسات عليا	1.68	.643			
درجة التحفيز للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	2.5606	.45293	.149	2	.862
	بكالوريوس	2.5634	.37222			
	دراسات عليا	2.5936	.38987			
درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	2.7273	.24286	1.124	2	.327
	بكالوريوس	2.5951	.44108			
	دراسات عليا	2.6438	.36305			
درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	2.7576	.27568	1.672	2	.190
	بكالوريوس	2.5664	.47535			
	دراسات عليا	2.5571	.51537			
درجة الاحتفاظ بالأصدقاء القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ثانوية عامة	2.7576	.43863	2.569	2	.079
	بكالوريوس	2.4513	.60736			
	دراسات عليا	2.4612	.60764			

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

- وجود فروق دالة إحصائيًّا بين الشباب اليمني وفقًا للمؤهل العلمي من حيث كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت مستوى معنوية (.029)، وجاء لصالح المبحوثين ذوي المؤهل "دراسات عليا" بمتوسط بلغ (2.64)، وهذا يعني أن المبحوثين من ذوي "دراسات عليا" هم أكثر كثافة من ذوي المؤهلات ثانوية عامة؛ حيث بلغ المتوسط (2.41)، و "بكالوريوس" (2.39)، وعلى ذلك نقبل الفرض الرابع جزئيًّا فيما يتعلق بالفقرة (ب).

- وجود فروق غير دالة إحصائيًّا بين الشباب اليمني وفقًا للمؤهل العلمي من حيث درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي، الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة الاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي. ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائيًّا والذي يبلغ (0.05). وعلى ذلك نرفض الفرض **الرابع** جزئيًّا فيما يتعلق بالفقرات (أ، ت، ث، ج، ح، خ، د).

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباط إيجابية بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي والمتغيرات التالية:

أ- درجة المتابعة للقضايا المجتمعية المرتبطة بالتنمية.

ب- الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ت- درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ث- درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ح- درجة احتفاظهم بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (22)

العلاقة بين كثافة تعرض الشباب اليمنى لمواقع التواصل الاجتماعى وبعض المتغيرات

المتغيرات / كثافة التعرض	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعى	.225**	.001
ثقتهم بالمعلومات عن القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعى	.185**	.007
درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعى	.153*	.027
درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	.151*	.029
درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعى	.047	.502
درجة احتفاظهم بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعى	-.154*	.027
ن	208	

تشير بيانات الجدول السابق إلى النتائج التالية:

- وجود ارتباط إيجابي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (**225.) عند مستوى معنوية (001.)؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي زادت المتابعة لقضايا التنمية.

- وجود ارتباط إيجابي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين ثقتهم بالمعلومات عن القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (**185.) عند مستوى معنوية (007.)؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي زادت ثقتهم بالمعلومات عن القضايا التنموية.

- وجود ارتباط إيجابي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (*153.) عند مستوى معنوية (027.)؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي زادت درجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية.

- وجود ارتباط إيجابي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (*151.) عند مستوى معنوية (029.)؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي زادت درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود ارتباط غير دال إحصائيًّا بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة علاقاتهم القوية للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود ارتباط سلبي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة احتفاظهم بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (*154.-) عند مستوى معنوية (027.)؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي قلت درجة احتفاظهم بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خلاصة الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب اليمني للمشاركة بالتنمية في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، وكذلك معرفة القضايا

التي يتابعونها والمرتبطة بالعمل التنموي، وأشكال تفاعلهم معها، ومدى تقبلهم للمشاركة في العملية التنموية، ومعرفة تأثير حجم الصداقات الواقعية والافتراضية لدى الشباب اليمني على تحفيزهم للمشاركة ببرنامج الحكومة التنموي، وطُبقت على عينة بلغ قوامها (208) مبحوثين من الشباب اليمني من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج؛ أهمها:

- ارتفاع استخدام الشباب اليمني (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاء بشكل دائم (75.5٪) من إجمالي المبحوثين، وجاء أحيانًا بنسبة (22.1٪)، وجاء نادرًا بنسبة (2.4٪).

- ارتفاع كثافة استخدام الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت أقل من ساعة بنسبة بلغت (8.7٪) من إجمالي (عينة الدراسة)، وجاء من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة (34.6٪)، وأكثر من ثلاث ساعات بنسبة (56.7٪).

- تصدر الفيس بوك المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلًا لدى المبحوثين في متابعة القضايا المجتمعية، وجاء في المرتبة الثانية الواتس آب، ثم تويتر.

- ارتفاع درجة الثقة لدى المبحوثين حول المعلومات للقضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي.

- تصدر الأصدقاء قائمة الأشخاص الذين يفضل المبحوثون التواصل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي والنقاش في القضايا المرتبطة بالتنمية، يليه الزملاء، ثم أشخاص جدد، فالأسرة.

- ارتفاع شعور المبحوثين في التحفيز للمساهمة والتفاعل مع القضايا التنموية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع كفاية المعلومات المرتبطة بقضايا التنمية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين.

- تصدرت "هناك أشخاص أثق بهم وفي آرائهم" نوع علاقات الشباب اليمني عينة الدراسة مع الأسرة والأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى، وهي تدل أن العلاقة قوية، ثم "التفاعل يجعلني أشعر بأني جزء من مجتمع أكبر" وهي علاقة عابرة، وفي المرتبة الثالثة "التفاعل مع الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي يجعلني أشعر بالاتصال مع الآخرين بصورة أكبر"، و"التفاعل يجعلني أهتم بما يفكر فيه الآخرون المختلفون عني" والعبارتان علاقة عابرة، يليها في المرتبة الرابعة "يمكنني معرفة أحداث تقع في مدينة أخرى من خلال صديق أعرفه منذ المدرسة" علاقة الحفاظ على

العلاقات القائمة مع الأصدقاء القدامى، ثم "هناك أصدقاء يمكن الرجوع إليهم للنصيحة فيما يتعلق باتخاذ قرارات مهمة" علاقة قوية، يليها "أستطيع الإقامة مع صديق أعرفه منذ زمن إذا سافرت إلى مدينة أخرى"، ثم "يمكنني أن أطلب خدمة من شخص أعرفه منذ الثانوية" الحفاظ على العلاقات القائمة مع الأصدقاء القدامى.

- تصدر الجروبات والمجموعات قائمة مصادر المعلومات التي يطلع عليها المبحوثون وترتبط بالقضايا التنموية في مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الأصدقاء، وفي المرتبة الثالثة الإعلانات.

- تصدر المجال الصحي الذي يفضل الشباب اليمني عينة الدراسة المشاركة فيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليه المجال السياسي، ثم المجال الاقتصادي.

- وجود فروق دالة إحصائيًا بين الشباب اليمني وفقًا لمكان إقامتهم من حيث درجة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة المتابعة لقضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي، لصالح القاطنين خارج اليمن.

- لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين الشباب اليمني وفقًا لمكان إقامتهم من حيث الثقة بالمعلومات عن القضايا التنموية المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة تحفيزهم للمشاركة بالعملية التنموية وعلاقاتهم بالأشخاص: العابرة، والقوية، والاحتفاظ بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود ارتباط إيجابي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة المتابعة لقضايا التنمية وثقتهم بالمعلومات عن القضايا التنموية ودرجة تحفيزهم للمشاركة بمواقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي زادت المتابعة لقضايا التنمية وثقتهم بالمعلومات عن القضايا التنموية ودرجة تحفيزهم للمشاركة بمواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود ارتباط إيجابي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (*151.) عند مستوى معنوية (029.)؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي زادت درجة علاقاتهم العابرة للأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- وجود ارتباط سلبي بين درجة كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي وبين درجة احتفاظهم بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت

قيمة معامل بيرسون (*154 .-) عند مستوى معنوية (027.)؛ وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب اليمني لمواقع التواصل الاجتماعي قلَّت درجة احتفاظهم بأصدقائهم القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المراجع:

1- Magsamen-Conrad, K. & Greene, K. (2014). Technology addiction's contribution to mental wellbeing: The positive effect of online social capital. Computers in human behavior, V.40, P. 23-30, *Available at:*
https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214003884

2- إيمان شومان. (2017). دور الجماعات الافتراضية في تشكيل رأس المال الاجتماعي دراسة ميدانية، حوليات آداب عين شمس، جامعة عين شمس: كلية الآداب، مج 45، عدد يناير – مارس.

3- Andreas Munzel, Jean-Philippe Galan &Lars Meyer-Waarden (2018). Getting By or Getting Ahead on Social Networking Sites? The Role of Social Capital in Happiness and Well-Being, International Journal of Electronic Commerce, V. 22, Issue 2, Pages 232-257 *Available at:*
https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10864415.2018.1441723

4- موريال مينيو. "رأس المال الاجتماعي أحد المفاهيم الجوهرية لفهم مصطلح الإنتاج الاجتماعي"، ص4 متاح على: http://www.hic-mena.org/arabic/spage.php?id=pmg=#.YgY3Xd_P3IU

5 - إنجي عبد الحميد. (2009). دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الاجتماعي: دراسة حالة للجمعيات الأهلية في مصر، سلسلة أبحاث ودراسات، القاهرة: المركز المصري للحقوق الاقتصادية والاجتماعية، ص16.

6 - علي جلبي وهاني خميس. (2009). علم اجتماع التنمية "رؤى نظرية وتجارب إنسانية"، دار المعرفة الجامعية، ص94-95.

7 - ياسمين محمد إبراهيم السيد. (2014). الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان)، ص35.

8- Georgo. W. Watson, and Steven, D. papamarcos, (2002), Social Capital and Organizational Commitment, Journal of Business and Psychology, vol.16, NO4, P545.

9 - ياسمين محمد إبراهيم السيد. (2014). مرجع سابق، ص 14.

10 - تم الاعتماد في هذه الجزئية على:

- koric et al, Bowling Online, (2009). Not Alone: Online Social Capital and Participation in Singapore, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.14, No.2, PP.414-
- Georgo. W. Watson, and Steven, D. papamarcos, (2002). Social Capital and Organizational Commitment, Journal of Business and Psychology, vol.16, NO4, P545.

- آمال كمال. (2011). استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي بالتطبيق على موقع face book، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع 4، يوليو/ ديسمبر، ص103-147.
- علي جلبي وهاني خميس. (2009). مرجع سابق.
- هيثم جودة. (2016). إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي دراسة مقارنة: في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد السادس، أبريل/ يونيو، ص ص233-355.
- عزت حجازي. (2006). رأس المال الاجتماعي كأداة تحليلية في العلوم الاجتماعية، المجلة الاجتماعية القومية، مجلد43، ع1.

11- شيماء ذو الفقار. (2011). دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبيل ثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع"3"، يناير/ يونيو، ص344.

12- روبرت بوتنام. (2006). كيف تنجح الديمقراطية، تقاليد المجتمع المدني في إيطاليا الحديثة، ترجمة: إيناس عفت، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، القاهرة: ص210.

13- حمد الله أحمد كيلاني. (2022). واقع التواصل الاجتماعي والهوية السياسية لدى الشباب الجامعي في صعيد مصر دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي (الفيسبوك/ توتير/ يوتيوب) من طلاب جامعة أسيوط، مجلة كلية الآداب بالوادي الجديد.

14- عايدة محمد المر. (2022). الاتجاهات الحديثة في بحوث مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق التنمية المستدامة- دراسة تحليلية من المستوى الثاني مجلة البحوث الإعلامية، مجلد61، ع1، ص ص 173-258.

15- محمد عامر محمد. (2022). اتجاهات الشباب نحو مضامين التنمية البشرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية المهارات الاجتماعية لديهم، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، مجلد10، ع34، أبريل، ص ص 269-326.

16- محسن يوسف. (2022). أنماط التواصل الاجتماعي مع أخبار التواصل الاجتماعي وعلاقاتها ببعض القضايا المصرية، مجلة التربية، المجلد 8، العدد 41، يوليو، ص ص 87-136.

17- إيمان برناوي. (2022). اتجاهات الشباب نحو التنمر الإلكتروني عبر التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 60، العدد 1، يناير، ص ص 477-528.

18- جيلان شرف. (2021). اعتماد المرأة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتمكينها في ضوء خطط التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد20، ع4، أكتوبر، ص ص 269-326.

19- لامان محمد أحمد وسمر مهران. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جودة التنمية بالمجتمع المصري "الفيسبوك نموذجًا"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، مجلد ع19، أغسطس، ص ص 160-181.

20- خلود عبد الله ملياني. (2020). حملات التسويق الرقمي للأجهزة الحكومية ودورها في دعم خطط التنمية المستدامة لدى الشباب السعودي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع20، ديسمبر، ص 95– 139.

21- أسامة بن غازي زين. (2020). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبد العزيز"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، ع23، ص 11– 68.

22 - أحمد العايدي ورحاب السيد. (2019). استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بقضايا التنمية المستدامة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ع25، ديسمبر، ص ص 369– 401.

23 - إيمان مرسي. (2019). تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكها لخطط التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة- كلية الإعلام، ع67، ص ص 585– 654.
24 - أحمد سامي العايدي. (2018). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع16، أكتوبر، ص ص 443-473.
25 - مطر المطيري. (2017). اعتماد الجمهور الكويتي على وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول القضايا الكويتية والعربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
26 - أحمد إبراهيم البهلول. (2017). مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل النسق القيمي للشباب الجامعي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام).
27- رضا عبد الواجد. (2017). اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، دراسة ميدانية على الجمهور البحريني، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد04، أبريل/ يونيو، ص 100-109.
28 - أسماء مصطفى. (2016). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ع8، أكتوبر/ ديسمبر، ص275-321.
29- إيمان السيد جمعة. (2016). دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
30 - أفنان عرفة. (2015). استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
31- نورة عبد الله، (2014). أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، قسم الإعلام).
32- أسامة حسانين. (2014). دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل).
33- بندر الحارثي. (2014). اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
34- عبد الكريم باحاج. (2013). استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
35- إيمان عبد المنعم. (2013). استخدام طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والإشباعات المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة).
36- جيلان محمود عبد الرزاق. (2011). مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الرابع، يوليو/ ديسمبر، ص237-299.
37- خالد صلاح الدين. (2011). اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية: في إطار نظرية الثراء المعرفي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الرابع، يوليو/ ديسمبر، ص1-54.

38- عمرو محمد أسعد. (2011). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).
39- جمال عبد العظيم. (2011). اتجاهات جمهور وسائل الإعلام البحرينية نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية– دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الرابع، يوليو/ ديسمبر، ص55-101.
40 -Weiwu Zhang et al. (2010). The Revolution Will be Networked: The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior, Social Sience Computer Review, Vol. 28, No. 1, pp.75-92.
41 -Niemz, Katie, Mark Griffiths and Phil Banyrad, (2005). Prevalence of Pathological Internet Use among University Students and Correlations with Self-Esteem, the General Health Questionnaire, and Disinhibition, Cyber Psychology of Behavior, vol. 8, No.6. p,562-570.
42- Sheeks, M. S., & Birchmeier, Z. P. (2007). Shyness, Sociability, and the use of Computer-mediated Communication in Relationship Development, *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 64-70.
43- Ishii, K., & Ogasahara, M. (2006). Links between real and Virtual Networks: A Comparative Study of Online Communities in Japan and Korea, *CyberPsychology & Behavior*, 10(2), 252-257.
44- Di Gennaro, C., & Dutton, W. H. (2007). Reconfiguring friendships: Social relationships and the Internet. *Information, Communication & Society*, *10*(5), 591-618.
45- Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2006). Characteristics and Motives of Adolescents Talking With Strangers on the Internet. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 526-530.
46- Wellman Barry, Anabel Quan Haase, James Witte, Keith Hampton, (2001). Does the Internet Incrnet, Decrease or Supplement Social Capital? Social Networks Participation and Commitment, In: American Behavioral Scientist. Vol. 45, No. 3, November, pp. 436-455.
47- سمر حسن الطبلاوي. (2021). دور الصحافة المصرية في تعزيز مقومات رأس المال الاجتماعي: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة).
48- محمد الفقيه وحاتم الصلاحي. (2017). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي، جامعة الإمام محمد بن سعود: كلية الإعلام والاتصال، كرسي اليونسكو للإعلام المجتمعي.
49- هيثم جودة، مرجع سابق. (2016). ص233-355.
50- محمد جبار. (2016). العلاقات العامة ودورها في تنمية رأس المال الاجتماعي للمؤسسات الحكومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة).
51- إسعاف حمد. (2015). رأس المال الاجتماعي: مقاربة تنموية- دراسة ميدانية، مجلة جامعة دمشق، العدد 3، جامعة دمشق. ص 139-162.
52- ياسمين محمد إبراهيم السيد. (2014). مرجع سابق.

53- علاء الشامي. (2013). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيس بوك في مدينة الرياض، "المجلة العربية للإعلام والاتصال ع "10"، نوفمبر، ص ص 79-144.

54- داليا عاصم. (2013). ثقافة الفضاء الافتراضي ورأس المال الاجتماعي: دراسة استطلاعية لآليات التفاعل الاجتماعي على موقع فيسبوك، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب، قسم اجتماع).

55- آمال كمال. (2011). مرجع سابق، ص103-147

56- شيماء ذو الفقار. (2011). دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبيل ثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع"3"، يناير/ يونيو.

57- نجلاء المصيلحي. (2011). الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر، حوليات آداب عين شمس، المجلد 39، أكتوبر- ديسمبر، ص 265-304.

58 غادة بواط وآخرون. (2011). إطار مقترح لدور العلاقات العامة في تعزيز رأس المال الاجتماعي، دراسة ميدانية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، العدد 3، جامعة تشرين، متاح على: http://tishreen.edu.sy/ar/content.

59- Skoric et al, (2009). Bowling Online, Not Alone: Online Social Capital and Participation in Singapore, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.14, No.2, PP414-433.

60 -Beaudoin, Christopher E. (2008). Explaining the Relationship between Internet Use and International Trust: Taking into Account Motivation and Information. Overload, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.13, No. 3, PP550-568.

61 -Rhys Andrews, (2007). Organizational Social Capital and Public Service Performance, 2007, Cardiff Business School. Cardiff University. *Available at:* https://orca.cf.ac.uk/53038/1/Andrews_pdf.

62 - Lee, S. J. (2007). The Internet and adolescent social capital: who benefits more from Internet use? ProQuest. unpublished *PhD thesis*. The University of Texas at Austin

63- Mukherjee, Dhrubodhi, (2006) Influence of Internet on social cسapital, University of South Carolina, Ph.D.

64- Williams, Dimitri, (2006). On and off the 'Net: Scales for social capital in the online era, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 11 (2).

65- Raicheva, Maria, (2005). Bowling alone in a big, small city: Re -examining the relationship between social capital and mass media use, Ph. D, Southern Illinois University at Carbondale, *Available at:* http://www. proquest.com.

66- Eduardo Bueno, et al, (2004). The role of social capital in today's economy: Empirical evidence and proposal of a new model of intellectual capital, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 Issue: 4, PP.556-574, *Available at:* https://doi.org/10.1108/14691930410567013

●عرض الباحث الاستمارة على المحكمين التالية أسماؤهم:

- أ. د/ علي نجادات عميد كلية الإعلام- جامعة اليرموك.
- أ. د / محمد الفقيه أستاذ مشارك- قسم الإذاعة والتلفزيون– كلية الإعلام- جامعة صنعاء.
- د / بشار مطهر قسم الإذاعة والتلفزيون– كلية الإعلام- جامعة صنعاء.

– د/ عبد الباسط شاهين أستاذ مشارك- جامعة سوهاج.
67- أحمد سامي العايدي. (2018). مرجع سابق، ص 443-473.
68- محسن يوسف (2022) مرجع سابق، ص ص 87-136.
69- ياسين السيد، الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان 2014)، ص14.
70- رضا عبد الواجد. (2017). مرجع سابق، ص 100-109.
71 - محسن يوسف. (2022). مرجع سابق، ص ص 87-136.
72 - أسماء مصطفى. (2016). مرجع سابق، ص275-321.
73- أسامة حسانين. (2014). مرجع سابق، ص267.
74 - إيمان برناوي. (2022). مرجع سابق، ص 477-528.
75 - إيمان مرسي. (2019). مرجع سابق، ص 585 – 654.
76 - أحمد سامي العايدي. (2018). مرجع سابق، ص 443-473.
77 - جيلان شرف. (2021). مرجع سابق، ص 269-326.
78 - خلود عبد الله ملياني. (2020). مرجع سابق، ص 95 – 139
79- نورة عبد الله. (2014). مرجع سابق، ص 280.
80-Beaudoin, Christopher E. (2008). Op. Cit, PP550-568.
81- جيلان محمود عبد الرزاق. (2011). مرجع سابق، ص237-299.

Refrences

Magsamen-Conrad, K. & Greene, K. (2014). Technology addiction's contribution to mental wellbeing: The positive effect of online social capital. Computers in human behavior, V.40, P. 23-30, *Available at:* https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214003884

-Shuman, I. (2017). dawr aljamaeiat alaiftiradit fi tshkil ras almaal alaijtimaeii dirasit maydanita, hawliat adab Ain shamsi, jamieit Ain shamsi: kouliat aladab, 45(2).

)[81]- Andreas Munzel, Jean-Philippe Galan &Lars Meyer-Waarden (2018). Getting By or Getting Ahead on Social Networking Sites? The Role of Social Capital in Happiness and Well-Being, International Journal of Electronic Commerce, V. 22, Issue 2, Pages 232-257 *Available at:* https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10864415.2018.1441723

http://www.hic-mena.org/arabic/spage.php?id=pmg=#.YgY3Xd_P3IU-[81]

-Abd Alhamid, E. (2009). dawr almujtamae almadanii fi takwin ras almal alaijtimaeii: dirasat halatan liljameiaat al'ahliat fi masr, silsilat 'abhath wadirasati, Alqahira: almarkaz almisria lilhuquq alaiqtisadiat walaijtimaeiati, 16.

-Jalbi, A. (2009). ealm ajtimae altanmia "rua nazariat watajarib 'iinsaniatin", dar Almaerifat Aljamieiati, 94-95.

-Muhamad, Y. (2014). alaitisal altafaeuliu min khilal mawaqie alshabakat alaijtimaeiat waealaqatiha biras almal alaijtimaeii, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat al'iielami, qism alealaqat aleamat wal'iielani), 35.

[81]- Georgo. W. Watson, and Steven, D. papamarcos, (2002), Social Capital and Organizational Commitment, Journal of Business and Psychology, vol.16, NO4, P545.

- koric et al, Bowling Online, (2009). Not Alone: Online Social Capital and Participation in Singapore, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.14, No.2, PP.414-
- Georgo. W. Watson, and Steven, D. papamarcos, (2002). Social Capital and Organizational Commitment, Journal of Business and Psychology, vol.16, NO4, P545.
- Kamal, A. (2011). aistikhdam tulaab aljamieat almisriat limawaqie alshabakat alaijtimaeiat waealaqatih biras almal alaijtimaeii bialtatbiq ealaa mawqie face book, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, 4(1), 103-147.
- Judeh, H. (2016). 'iidman mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bimanzumat alqiam alaijtimaeiat wal'akhlaqiat ladaa alshabab aljamieii almisrii walsaeudii dirasat muqaranatin: fi 'iitar nazariat ras almal alaijtimaeii, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, jamieat alqahirati: kuliyat Al'iielam, 6(2), 233-355.

- Hijazi, E. (2006). ras almal aliajtimaeii ka'adaat tahliliat fi aleulum aliajtimaeiati, almajalat aliajtimaeiat alqawmiata, , 1(5).
- Zualfaqar, S. (2011). dawr wasayil al'iielam alaijtimaeiat fi altaebiat alsiyasiat qubayl thawrat 25 yanayir, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, "3(4)", 344.

-Putnam, R. (2006). kayf tanjah aldiymuqratiatu, taqalid almujtamae almadanii fi 'iitalia alhadithati, tarjamatu: 'iynas eaft, aljameiat almisriat linashr almaerifat walthaqafat alealamiati, Alqahira: 210.
- Kylani, H. (2022). waqie altawasul alaijtimaeii walhuiat alsiyasiat ladaa alshabab aljamieii fi saeid misr dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min mustakhdimi (alfisbuk/ tutir/ yutyub) min tulaab jamieat 'Assyut, majalat koliat Aladab Alwadi Aljadid.
- Almur, A. (2022). alaitijahat alhadithat fi buhuth mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi tahqiq altanmiat almustadamati- dirasat tahliliatan min almustawaa althaani majalat albuhuth al'iielamiati, 1(9), 173-258.
-Muhamad, M. (2022). aitijahat alshabab nahw madamin altanmiat albashariat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bitanmiat almaharat alaijtimaeiat ladayhim, almajalat almisriat lildirasat almutakhasisati, 34(5), 269-326.
-Yusif, M. (2022). 'anmat altawasul alaijtimaeii mae 'akhbar altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bibaed alqadaya almisriati, majalat altarbiati, 41(3), 87-136.
-Barnawi, I. (2022). atijahat alshabab nahw altanamur al'iilktrunii eabr altawasul alaijtimaeii fi almumlakt alearabiat alsaeudiati, majalat albuhuth Ali'iielamiati, 1(3), 477-528.
-Sharaf, J. (2021). aietimad almar'at almisriat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bitamkyniha fi daw' khutat altanmiat almustadamati, almajalat almisriat libuhuth alraay Aleam, , 4(2), 269-326.
-'Ahmed, L. (2020). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi daem judat altanmiat bialmujtamae almisrii "alfisbuk nmwdhjan", almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, 19(2), '160-181.
-Milyani, K. (2020). hamalat altaswiq alraqamii lil'ajhizat alhukumiat wadawruha fi daem khutat altanmiat almustadamat ladaa alshabab alsaeudii, almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'iielani, jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, 20(4), 95-139.
-Zayn, O. (2020). dawr wasayil altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey biqadaya altanmiat almustadamati: dirasat maydaniat ealaa eayinat min tulaab jamieatay Om Alquraa walmalik eabd aleaziz", almajalat alearabiat lil'iielam walaitisali, aljameiat Alsaeudiat lil'iielam walaitisali, Alrayad, 23(2), 11- 68.
-Aleaydi, A. (2019). aistikhdam alshabab alsaeudii limawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih biqadaya altanmiat almustadamati, majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsata, aljameiat Almisriat lilealaqat aleamat 25(4), 369- 401.
-Morsi, I. (2019). taerud almar'at alsaeudiat limawaqie altawasul alaijtimaeii wamadaa 'iidrakiha likhutat altanmiat almustadamati, almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat Alqahira- kuliyat Al'iielam, 67(7), 585- 654.
-Aleaydi, A. (2018). mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi tahqiq alwaey ladaa alshabab alsaeudii biqadaya altanmiat almustadamati, almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'iielani, jamieat Alqahira: kuliyat al'iielam, 16(2), 443-473.
-Almutayri, M. (2017). aietimad aljumhur alkuaytii ealaa wasayil al'iielam altaqlidiat wamawaqie altawasul alaijtimaeii fi alhusul ealaa almaelumat hawl alqadaya alkuaytiat walearabiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam).

-Albahlul, A. (2017). mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bitashkil alnasaq alqiamii lilshabab aljamieii, dirasatan maydaniati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Almansura: kuliyat Aladab, qism al'iielami).
-Abd Alwajid, R. (2017). aietimad aljumhur ealaa al'iielam aljadid kamasdar lilmaelumat ean qadaya altanmiat almustadamati, dirasat maydaniat ealaa aljumhur Albahraynii, almajalat alearabiat libuhuth Al'iielam walaitisali, 4(3), 100-109.
-Mustafaa, O. (2016). astikhdam shabakat altawasul aliajtimaeii waneikasuha ealaa tashkil qiam alshabab aljamieii, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, jamieat Alqahirati: kuliyat Al'iielam, qism alsahafati, 8(2), 275-321.
-Gomma, I. (2016). dawr almawaqie alaijtimaeiat fi tanmiat alwaey alsiyasii walaitijahat nahw al'ahdath aljariat ladaa shabab almisriiyn almughtaribin bialduwal alearabiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Almansurat: kuliyat altarbiat alnaweiati, qism al'iielam Altarbawi).
-Arraf, A. (2015). astikhdam alshabab lilshabakat aliajtimaeiat watathiruha ealaa ealaqatihim fi tabadul alkhibrat almujtamaeiati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam).
-Abd Allah, N. (2014). 'athar altaearud lilshabakat alaijtimaeiat ealaa al'iintirnit fi 'iidrak alqadaya wal'ahdath aljariat ladaa eayinat min alshabab aljamieii- dirasat maydaniatan, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Janub Alwadi: kuliyat aladab, qism Al'iielam).
-Hasanin, O. (2014). dur alfis buk fi 'iimdad alshabab aljamieii bialmaelumat hawl qadaya alfasad almisrii, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Ain Shams: maehad aldirasat aleulya liltufulati, qism al'iielam wathaqafat altifl).
-Alharthi, B. (2014). aietimad alshabab alsueudii ealaa shabakat altawasul alaijtimaeii fi tanawul almawdueat almujtamaeiat waitijahatihim nahwaha, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam).
- Bahaj, A. (2013). astikhdam alshabab alearabii limawaqie altawasul alaijtimaeii, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam).
-Abd Almuneam, I. (2013). aistikhdam tulaab aljamieat fi misr walsaeudiat limawqie twitar wal'iishbaeat almutahaqiqat minhu, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, qism alsahafati).
- Abd Alrazaaq, J. (2011). mawaqie altawasul alaijtimaeii kawasayit li'iiksab alshabab maharat altaealum aldhaatii wasuluk almusharakat almadaniati, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, 4(4), 237-299.
-Salah Aldiyn, K. (2011). aitijahat alshabab almisrii nahw shabakat altawasul alaijtimaeii ealaa alshabakat aleankabutiati: fi 'iitar nazariat althara' almaerifii, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat alqahirati: kuliyat Al'iielami, 4(2), sa1-54.
-Assad, A. (2011). alealaqat bayn aistikhdam alshabab almisrii limawaqie alshabakat alaijtimaeiat waqiamihim almujtamaeiati: dirasat ealaa mawqieay alyutyub walfis buk, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat al'iielami, qism Alezaa waltilifiziuni).
-Abd Aleazim, J. (2011). aitijahat jumhur wasayil al'iielam albahrayniat nahw almuealajat al'iielamiat lilqadaya alaiqtisadiati- dirasat muqaranat lijumhur alwasayil

altaqlidiat walshabakat alaijtimaeiati, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, 4(2), 55-101.

[81] -Weiwu Zhang et al. (2010). The Revolution Will be Networked: The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior, Social Sience Computer Review, Vol. 28, No. 1, pp.75-92.

[81] -Niemz, Katie, Mark Griffiths and Phil Banyrad, (2005). Prevalence of Pathological Internet Use among University Students and Correlations with Self-Esteem, the General Health Questionnaire, and Disinhibition, Cyber Psychology of Behavior, vol. 8, No.6. p,562-570.

[81]- Sheeks, M. S., & Birchmeier, Z. P. (2007). Shyness, Sociability, and the use of Computer-mediated Communication in Relationship Development, *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 64-70.

[81]- Ishii, K., & Ogasahara, M. (2006). Links between real and Virtual Networks: A Comparative Study of Online Communities in Japan and Korea, *CyberPsychology & Behavior*, 10(2), 252-257.

[81]- Di Gennaro, C., & Dutton, W. H. (2007). Reconfiguring friendships: Social relationships and the Internet. *Information, Communication & Society*, *10*(5), 591-618.

[81]- Peter, J., Valkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2006). Characteristics and Motives of Adolescents Talking With Strangers on the Internet. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 526-530.

[81]- Wellman Barry, Anabel Quan Haase, James Witte, Keith Hampton, (2001). Does the Internet Incrnet, Decrease or Supplement Social Capital? Social Networks Participation and Commitment, In: American Behavioral Scientist. Vol. 45, No. 3, November, pp. 436-455.

-Altablawi, S. (2021). dawr alsahafat almisriat fi taeziz muqawimat ras almal alaijtimaeii: dirasatan lilmadmun walqayim bialaitisali, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, qism alsahafati).

-Alfaqih, M. (2017). tathir aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa alqiam alaijtimaeiat wal'usariat lilshabab alearabii, jamieat al'iimam Muhamad bin Saeud: kuliyat al'iielam walaitisali, kursii alyunisku lil'iielam almujtamiei.

-Jabar, M. (2016). alealaqat aleamat wadawruha fi tanmiat ras almal alaijtimaeii lilmuasasat alhukumiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Baghdad: kuliyat Al'iielam, qism alealaqat aleamati).

-Hamd, E. (2015). ras almal aliajtimaeii: muqarabat tinmawiatun- dirasat maydaniatun, majalat jamieat Dimashq, jamieat Dimashq, 3(1). 139-162.

-Alshaami, A. (2013). mawaqie altawasul al'iiliktrunii waras almal alaijtimaeii fi almujtamae alsaeudii: dirasatan aistitlaeiat ealaa eayinat min mustakhdimi alfis buk fi madinat alriyad, "almajalat Alearabia lil'iielam walaitisal, 10(2), 79-144.

-Assim, A. (2013). thaqafat alfada' alaiftiradii waras almal alaijtimaeii: dirasatan aistitlaeiat laliat altafaeul alaijtimaeii ealaa mawqie fisbuk, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Al'iiskandaria: kuliyat Aladab, qism aijtimaei).

-Zulfikar, S. (2011). dawr wasayil al'iielam alaijtimaeiat fi altaebiat alsiyasiat qubayl thawrat 25 yanayir, almajalat Almisria libuhuth alraay aleami, jamieat Alqahira: kuliyat Al'iielam, "3(2).

-Almasilihi, N. (2011). alfis buk waras almal aliajtimaeii fi masar, hawliaat adab Ain Shams, 39(2), 265-304.
-Bawat, G. (2011). 'iitar muqtarah lidawr alealaqat aleamat fi taeziz ras almal alaijtimaeii, dirasatan maydaniatan, majalat jamieat Tishrin lilbuhuth waldirasat aleilmiati, jamieat Tishrin, 391).: http://tishreen.edu.sy/ar/content.
81- Skoric et al, (2009). Bowling Online, Not Alone: Online Social Capital and Participation in Singapore, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.14, No.2, PP414-433.
81 -Beaudoin, Christopher E. (2008). Explaining the Relationship between Internet Use and International Trust: Taking into Account Motivation and Information. Overload, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.13, No. 3, PP550-568.
81 -Rhys Andrews, (2007). Organizational Social Capital and Public Service Performance, 2007, Cardiff Business School. Cardiff University. *Available at:* https://orca.cf.ac.uk/53038/1/Andrews_pdf.
81 - Lee, S. J. (2007). The Internet and adolescent social capital: who benefits more from Internet use? ProQuest. unpublished *PhD thesis*. The University of Texas at Austin
81- Mukherjee, Dhrubodhi, (2006) Influence of Internet on social capital, University of South Carolina, Ph.D.
81- Williams, Dimitri, (2006). On and off the 'Net: Scales for social capital in the online era, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 11 (2).
81- Raicheva, Maria, (2005). Bowling alone in a big, small city: Re -examining the relationship between social capital and mass media use, Ph. D, Southern Illinois University at Carbondale, *Available at:* http://www. proquest.com.
81- Eduardo Bueno, et al, (2004). The role of social capital in today's economy: Empirical evidence and proposal of a new model of intellectual capital, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 Issue: 4, PP.556-574, *Available at:* https://doi.org/10.1108/14691930410567013
-Alsayid, Y. (2014)., alaitisal altafaeuliu min khilal mawaqie alshabakat alaijtimaeiat waealaqatiha biras almal alaijtimaeii, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat kuliyat Al'iielam, qism alealaqat aleamat wal'iielan).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy

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: Lecturer 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 : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

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

Issue 61 April 2022 - part 4

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.