مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

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

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبد الواجد 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 الثالث والستون - الجزء الثالث- ربيع الأول ١٤٤٤هـ - أكتوبر 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 العبد الله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بو عمامة (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 مدى صلاحية المادة للنشر من عدمه.
- 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

- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري- دراسة مسحية على عينة من شباب الجامعات
  أ.م. د/ محمد أحمد هاشم الشريف — ١٣٣٣

- مِصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحرب الروسية الأوكرانية في المجتمع المصري - دراسة ميدانية
  أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي — ١٣٧٧

- اتجاهات الجمهور نحو التغطية الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعي للمشاريع البيئية في السعودية: الاستمطار أنموذجًا - دراسة مَسحيَّة على جمهور مدينة الرياض
  د/ أحمد موسى معيدي — ١٤٣٣

- إدراك «الدعاة» لتأثرية الآخرين بمضامين العنف المقدَّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية في إطار نظرية «تأثير الشخص الثالث»
  د/ مصطفى شكري محمد علوان — ١٤٨٥

- دور الآباء في مراقبة أطفالهم أثناء التعرض لمضامين تطبيقات الفيديو الترفيهية: دراسة كيفية لمنصتي تيك توك ويوتيوب
  د/ أسماء مسعد عبد المجيد أبو عيطه — ١٥٤١

- اتجاهات المستخدمين نحو التطبيقات الإخبارية وقضايا الاتحاد الأوروبي المطروحة خلالها
  د/ إنچى طه سيف النصر مناصير — ١٥٨٣

- تعرض الجمهور السعودي للأفلام السينمائية عبر المنصات الرقمية - دراسة مسحية على عينة من سكان مدينة الرياض
  د/ محمد بن فهد — ١٦٥٧

العلاقة بين التعرض لبرامج المقالب الساخرة ونشر العنف والقلق لدى المراهقين «دراسة ميدانية» د/ هبة الله محمد فتحي ١٦٨٩

أطر معالجة الصحف الإلكترونية الإقليمية لقضايا التنمية المستدامة وفق رؤية مصر ٢٠٣٠ م (دراسة تحليلية مقارنة) د/ شيماء محمد متولي ١٧٢٩

استخدام المراهقين لشبكة الفيس بوك وعلاقته بقلق الابتزاز الإلكتروني لديهم «دراسة ميدانية» د/ زينب عبد العظيم عبد الواحد ١٧٨٧

تعرض الجمهور المصري للبرامج التلفزيونية التكنولوجية وعلاقته بالتكنوفوبيا لديهم د/آلاء عزمي محمد فؤاد يسن المصري ١٨٦٧

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجله يوليو2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314-8721	2314-873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536-9237	2735-4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016

- 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 تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري

دراسة مسحية على عينة من شباب الجامعات

The Role of Social Media in Reinforcing the National Belonging among Egyptian Youth

A Survey Study on a Sample of University Youth

أ.م.د/ محمد أحمد هاشم الشريف

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الإعلام، جامعة الأزهر

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بجامعة الملك فيصل

malshreef@kfu.edu.sa

ملخص الدراسة

تستهدف هذه الدراسة توصيف وتحليل وتقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم وتعزيز؛ بل وتنمية مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسه لدى الشباب المصري، وذلك من خلال دراسة مسحية -في إطار نظرية الغرس الثقافي - على عينة من شباب الجامعات، تسعى للتعرّف على علاقة الشباب المصري بمواقع التواصل الاجتماعي، ورصد عادات استخدامهم لهذه المواقع، وتحليل وتقييم التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام، والكشف –من خلال وجهة نظرهم-عما إذا كان له علاقة بتدعيم وتنمية الانتماء الوطني لديهم أو التأثير السلبي على هذا الانتماء... وقد انتهت الدراسة لمجموعة من النتائج أبرزها:

❖ أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرّد عالم افتراضي للتواصل وتقديم الخدمات وتبادل الأفكار فقط؛ بل أصبحت تتعامل مع مختلف القضايا بتفاعل مكثّف وعميق يسمح للشباب المصري بطرح آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول مختلف المشكلات والقضايا، كما أنها أضحت روافد رئيسة لبناء وترقية وتدعيم مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسه وأبعاد المواطنة.

❖ وجود مخاطر لمواقع التواصل الاجتماعي ومعوّقات يمكن أن تَحُول دون الفاعلية الكاملة لهذه المنصات في تدعيم مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسه لدى الشباب المصري في ظل التهديدات والمخاطر التي أفرزتها، أهمها: الترويج للدعايات المغرضة، وتحفيز اتجاهات التفكك والعنف، والصراعات الاجتماعية والطائفية، ودعم خطابات التطرف بما يؤثر سلبًا في البناء الفكري ومنظومة القيم الوطنية لدى الشباب.

الكلمات المفتاحية: الانتماء الوطني – المواطنة – الغرس الثقافي – مواقع التواصل الاجتماعي – الشباب المصري.

Abstract

Within the framework of the cultivation theory, this study aims to describe, analyze and evaluate the role of social media sites in devoting, consolidating, reinforcing, and developing the manifestations, values and foundations of national belonging among Egyptian youth. By applying a survey on a sample of university youth, the researcher seeks to identify the relationship of Egyptian university youth to social media sites, monitor their usage habits of these sites, analyze and evaluate the effects resulting from this usage, and reveal - through their point of view - whether they have a positive or a negative impact in strengthening and developing their national belonging. The study comes up with some results most notably that social media sites are widely used by the majority of Egyptian university youth. Moreover, social media sites are no longer just a virtual world for communication that provide services and exchange ideas only. Rather, they have dealt with various issues with intense interaction in such a way that allows Egyptian youth to present their opinions, ideas, and proposals on various problems and issues. They have also become prime tributaries for building, promoting, and reinforcing the manifestations, values, and foundations of national belonging and the dimensions of citizenship. Furthermore, Egyptian university youth believe that there are risks and obstacles to social media sites that could prevent the full effectiveness of these platforms in consolidating the manifestations, values, and foundations of national belonging. The most notable risks are: Promoting malevolent propaganda, stimulating disintegration and violent attitudes, social and sectarian conflicts, and supporting extremist discourses that negatively affect the intellectual structure and the system of national values among youth.

Keywords: National belonging- Citizenship- Cultivation theory-Social media sites- Egyptian youth.

مقدمة الدراسة:

يعد الانتماء الوطني من أبرز الموضوعات التي توليها الدراسات الإنسانية اهتماماً بالغًا في السنوات الأخيرة، ويرجع ذلك لأهميته في بناء الفرد، وما يترتب عليه من سلوكيات وممارسات تسهم في إصلاح المجتمع وتقدمه، وأن غياب الانتماء الوطني يمثّل خطراً يهدد أمن المجتمع واستقراره. لاسيما بعد أن شهدت نهايات القرن المنصرم، وبدايات القرن الحالي، عديداً من التحوّلات العالمية الجذرية على المستويات كافة؛ نتيجة الثورة المعلوماتية والتقدم في مجال الاتصالات وتجليات العولمة، وهي العوامل التي أوجدت تقارباً بين الشعوب والثقافات، والانفتاح على الآخر، وتلاشت بفعلها الحدود المكانية والزمانية كنتيجة حتمية لهذه التحولات؛ التي برزت فيها مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات جديدة أتاحت للأفراد في كل مكان طرح أساليب حياتهم اليومية، والمشاركة في النقاشات وتبادل الآراء حول الأحداث المختلفة، للحدّ الذي أصبحت فيه هذه المواقع من أبرز العوامل المؤثرة في التفاعلات الاجتماعية والسياسية والثقافية، ولم تعد مجرد وسائط للتواصل فقط؛ بل أضحت هذه المواقع تمارس دوراً جوهرياً في غرس القيم، والتأثير على السلوك الإنساني، والمشاركة في صياغة الرسائل الكلية للمجتمع، وتبنّي قضاياه وترسيخ ثقافته وهويته؛ الأمر الذي يطرح عديداً من التساؤلات حول ما يمكن أن تؤديه هذه المواقع من أدوار في تدعيم؛ بل وتنمية الانتماء الوطني، وتعزيز مظاهره وتعميق قيمه وترسيخ أسسه ومرتكزاته. وتأتي هذه الدراسة في وقت تشهد فيه مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً منقطع النظير من جانب الشباب العربي عموماً والمصري تحديداً، حيث يقضون ساعات طوال معها بمختلف أنواعها وتطبيقاتها، ويتشربون كثيراً من الثقافات المختلفة، الأمر الذي يكون له تأثيراته على الانتماء الوطني بالإيجاب أو السلب. وهو ما تحاول الدراسة الراهنة إبرازه والتركيز عليه والكشف عن أبعاده، لاسيّما في ظلّ حالة الاستقطاب الثقافي والفكري والسياسي التي يشهدها العالم في المرحلة الراهنة.

الدراسات السابقة:

رجع الباحث إلى ما أُتيح له من أدبيات ترتبط بموضوع هذه الدراسة، وقد تم تقسيمها إلى محورين، ويستعرضها من الأحدث إلى الأقدم على النحو الآتى:

أولًا: الدراسات الخاصة بـ: دور مواقع التواصل الاجتماعى في تعزيز الانتماء الوطنى:

تُعد دراسة **محمد عبد المولى** (2021)[1] من أحدث الدراسات التي أجريت في هذا الحقل البحثي، وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم الوسائل التي يستخدمها شباب الجامعة، والأكثر تفاعلية، فهي ساحة للرأي والتعبير، كما أنها أضحت سوقًا كبيرًا لترويج الشائعات الكاذبة، المضللة والسامة، من بعض الأفراد والمنظمات والدول التي تهدف إلى زعزعة استقرار المجتمع، خاصة بين الفئة العمرية المهمة؛ الشباب الجامعي، وذلك للتأثير عليهم لإحداث البلبلة وغرس السموم الفكرية في أذهانهم من الإشاعات الكيدية التي تؤثر سلبًا على انتمائهم لوطنهم. وفي السياق نفسه انتهت دراسة **رباب هاشم** (2020)[2] إلى أن موقع فيس بوك يأتي في مقدمة المواقع التي يستخدمها الشباب الجامعي، وخلُصت إلى أن (29%) من الشباب الجامعي يرون أن مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني مرتفعة، بينما يرى (50.2%) منهم أنها مخاطر متوسطة، في حين ينظر إليها (20.8%) على أنها منخفضة. كما بيّن **إبراهيم الذهبى في دراسته** (2019)[3] أن أغلب الشباب الجامعي –عينة الدراسة- لا يستخدمون اللغة العربية الفصحى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بل يستخدمون اللهجة العامية لأنها تناسب سرعة تواصلهم وترجمة مشاعرهم ولغة خطابهم اليومي، ولأن أصدقاءهم لا يتعاملون إلا بها. كما أشارت دراسة **منى الخنينى** (2019)[4] إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطيه موجبة عند مستوى دلالة (0,01) بين مستوى انتماء الطالبات الجامعيات وأبعاده (الانتماء للوطن، والانتماء للأسرة، والانتماء لجماعة الرفاق)، وأسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية ومحاوره. وانتهت دراسة **أميرة أحمد** (2017)[5] إلى اهتمام طلبة الجامعات الأردنية بالموضوعات التي تغرس فيهم ثقافة التسامح على مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء موضوع تعزيز الهوية الوطنية في المرتبة الثانية بين هذه الموضوعات. أما دراسة **خلود مليانى** (2014)[6] فقد توصلت إلى أن الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة يؤثران بدرجة

جيدة على تعزيز الانتماء الوطني لدى طلبة الجامعة، سواء على مستوى التفاعل المجتمعي، أو على مستوى قيم الانتماء الوطني. في حين أظهرت دراسة **محمد خليل** (2014)[7] أن الدرجة الكلية للانتماء الوطني كانت بالمستوى المتوسط، وأنه لا يوجد تأثير للمتغيرات الديموجرافية في الانتماء الوطني، وأن شبكة فيس بوك كانت أكثر الشبكات استخداماً. كما توصلت دراسة **رحاب طلعت** (2014)[8] إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام الشباب المغتربين أبناء العاملين بالخارج لمواقع التواصل الاجتماعي وانتمائهم لمصر، وأنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بينهم تبعاً للنوع في الاهتمام بمتابعة القضايا المتعلقة بمصر. واتفقت معها دراسة **إسلام جميل** (2014)[9]، التي أشارت إلى تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي لإشباعات نفسية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، من أهمها إشباع حاجتهم إلى الانتماء.كما توصلت دراسة **زياد أبو الغنم** (2013)[10] لعديد من النتائج ،أبرزها أن وسائل الإعلام تؤدي أدواراً عديدة في تدعيم قيم المواطنة وتنميتها، وتحديداً فيما يتعلق بالتشجيع على الأعمال التطوعية في المجتمع. في حين أوضحت دراسة **Cheung & Lee** (2010)[11] أن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي يرجع إلى رغبتهم في الشعور بالانتماء، وذلك من خلال التواصل مع المجموعات التي تتوافق معهم في القيم. وتوصلت دراسة **Zang & Tang** (2009)[12] إلى أن أحد الإشباعات التي تحققها هذه المنصات هو تلبية حاجتهم إلى الانتماء. واتفقت مع الدراستين السابقتين دراسة **Laura Walz** (2008)[13]، التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباط بين كثافة استخدام طلاب الجامعات لموقع فيس بوك وشعورهم بالانتماء، وأنه توجد فروق بين الإناث والذكور في شعورهم بالانتماء لمصلحة الإناث.

ثانيا: الدراسات الخاصة بـــ: دور مواقع التواصل الاجتماعى في تعزيز قيم المواطنة:

تأتي دراسة **صبري عبد الهادي** (2021)[14] كأحدث الدراسات في هذا المجال، التي كشفت من وجهة نظر المبحوثن مجيئ موقع Facebook في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها بنسبة 85.7%، وذلك بعد تطبيقات المراسلة الفورية WhatsApp, Snapshat, Telegramبنسبة 79.9%، بينما جاءت المواقع المهنية مثل LinkedIn في المركز الأخير بنسبة 56.9%، ويحرص الشباب السيناوي على

متابعة مختلف قضايا المواطنة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. وقد أكدت **سامية عواج في دراستها** (2020)[15] حقيقة مفادها أن فيس بوك غيّر عديداً من المفاهيم المتعلقة بقيم المواطنة بشكل جعل الشباب يفتخرون بكل ما هو غربي، وأصبحوا ينظرون إلى قيم المواطنة المحلية نظرة تخلف وجهل، وهو ما يشكل خطراً على الأمن الوطني واستقراره، ويعرقل كذلك الممارسات العامة لتحقيق التنمية الوطنية والحفاظ عليها. وخلُصت دراسة **بكوش إبراهيم وعطاء الله عبد الرحمان** (2020)[16] إلى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وفاعليتها في تدعيم قيم المواطنة المتمثلة في المشاركة المجتمعية والديمقراطية والانتماء الوطني، وأن هذه المواقع تؤدي دوراً رئيساً في مساعدة الأفراد على التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بحرية وثقة دون خوف. وقد أبرزت دراسة **حميد السعيدي** (2019)[17] أن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز أبعاد المواطنة لدى الشباب جاء بمستوى كبير في إجمالي محاور الدراسة. في حين أظهرت دراسة **خالد منصر** (2018)[18] عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول تقدير دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة تعزى للسمات الشخصية للمبحوثين (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي). كما بيّنت نتائج دراسة **حفيظة البراشدية** (2018)[19] وجود تأثيرات إيجابية وسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة، إلا أن التأثيرات الإيجابية كانت أقوى من التأثيرات السلبية. ومن أبرز ما توصلت إليه دراسة **عبد الله صفرار** (2017)[20] أن شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنماطها قد عززت قيمة الأخوة بين المواطنين، وأكدت اللحمة الوطنية بين أفراد المجتمع العماني، وأغلب تلك الدعوات التي تطلقها المنشورات الخاصة أو العامة تظهر مضمون التكافل كخلق كريم، وبأنه واجب على المواطن، وأن شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز معظم قيم المواطنة وترسيخها، وفي مقدمتها الولاء للوطن والدفاع عنه.كما خلُصت دراسة **نزهة حنون** (2017)[21] إلى عدة نتائج أبرزها أن الشباب الجزائري يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائما، وانعكس هذا الاستخدام إيجاباً على قيم المواطنة، والإحساس بالهوية، وسلباً بتكريس المواطنة السلبية والمواطنة المادية. أما دراسة **نهى جبر** (2017)[22] فقد توصلت إلى أن أبرز أدوار برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي تعزيز قيم الانتماء لدى الطالبات الجامعيات، وتمثلت في تعزيز

شعورهن بالفخر لانتمائهن لوطنهن، وإسهامها في زيادة الوعي المجتمعي، وأن أبرز الصعوبات التي تحد من استخدام برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات تمثلت في الشعور بضعف الأمان والخصوصية في المعلومات المنشورة. وقد أظهرت دراسة **ماجد تربان** (2016)[23] فاعلية شبكات التواصل في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات؛ حيث يرى (94.7%) أنها تدعّم قيم المواطنة لديهم، وبنسبة (43.4%) تدعمها بشكل قاطع، فيما اعتبر (51.3%) منهم أنها أحيانًا تدعم قيم المواطنة، التي تتمثل في المشاركة المجتمعية والديمقراطية والانتماء الوطني. وفي سياق متصل، أظهرت دراسة **بوشلاغم حنان** (2016)[24] أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا بارزًا وإيجابيًا في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي، حيث تغرس فيه قيم الانتماء للمجتمع، والرغبة في التعبير، وتشجيعه على نقل أفكاره، إلا أن ذلك لا يخلو من عدة مخاطر تؤثر بالسلب في قيم المواطنة لدى طلاب الجامعة، من أبرزها التلوث الثقافي والعنف الفكري. كما أوضحت دراسة **الغريب زاهر** (2015)[25] التأثير الضعيف لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب عامة، مما يؤكد ضرورة العمل على توظيف هذه المنصات في تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني لدى الشباب. كما أشارت دراسة **نمر الرشيدي**[26] إلى وجود اختلاف في وجهات نظر الطلبة حول درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة، يعزى لمتغير المستوى الدراسي، وعدم وجود اختلاف يعزى لمتغير التخصص. وقد أسهمت دراسة **Polat & Pratchett** (2010)[27] في الكشف عن توظيف الإنترنت والشبكات الاجتماعية في ممارسات المواطنة، وتحديدًا في المجالات الاجتماعية والحقوق والمسؤوليات والهوية وقيم المواطنة. كما انتهت دراسة **Masek** (2008)[28] إلى أن قوة وسائل الإعلام في تطوير مهارات المواطنة تتزايد باستمرار استنادًا إلى نظرية التعليم بالوسائل الإعلامية (التعليم الإعلامي)، وتحديدًا في مجال تحفيز الطلاب على التفكير بشكل نقدي حول المعلومات الواردة في وسائل الإعلام.

رؤية تحليلية نقدية للدراسات السابقة، ومدى الاستفادة منها:

من خلال مسح التراث المعرفي الذي أُتيح للباحث والمرتبط بموضوع الدراسة، تجدر الإشارة إلى ما يلى:

- وجود عديد من الدراسات التي أجريت في معظم المجتمعات العربية تناولت موضوع العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والانتماء الوطني والمواطنة، باستثناء الدراسة التي استهدفت تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل على الانتماء الوطني، ودراسة رباب هاشم التي تمحورت حول إدراك الشباب لمخاطر مواقع التواصل على الانتماء الوطني، ودراسة صبري عبد الهادي التي ركّزت على الشباب السيناوي، ولاحظ الباحث عدم وجود دراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري.
- تناولت معظم الدراسات السابقة بعضًا من الجوانب الأساسية في الدراسة الحالية، وأشارت إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعى ودورها المؤثر فى تدعيم الانتماء للوطن، فضلًا عن إبراز تأثيراتها السلبية المنظورة وغير المنظورة على فئة الشباب والمراهقين.
- أكدت معظم الدراسات السابقة الدور الإيجابي لتلك المنصات، في التقارب بين المجتمعات من خلال تقديم الأخبار والمعلومات، وتبادل الثقافات، وإتاحة المجال لإبداء الرأي وحرية الاختيار.
- أجمعت نتائج الدراسات السابقة أيضًا على أن الشباب هم أكثر الفئات الاجتماعية استخدامًا لمواقع الشبكات الاجتماعية، كما يعدون في الوقت نفسه أكثر الفئات استهدافًا من طرف الفواعل الموجودة في الفضاء الافتراضي بهدف التأثير على سلوكهم.
- اعتمدت الدراسات السابقة على عديد من المناهج وفقًا للأهداف المتعددة لهذه الدراسات، إلا أن أغلب الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي بوصفه الأقدر منهجيًا على رصد العلاقة بين مواقع الشبكات الاجتماعية بما توفره من مضامين متعددة والمستخدمين لوسائل الإعلام الاجتماعي.
- قدَّمت الدراسات السابقة أطرًا معرفية ونظرية تنوعت باختلاف الدراسات، وباختلاف موضوعاتها ومشكلاتها البحثية وأهدافها، وجانب الجدة في هذه

الدراسات هو محاولة اختبارها في الفضاءات الافتراضية.

- **استفاد الباحث من خلال اطلاعه واستعراضه للأدبيات المرتبطة بالدراسة في التوجيه المنهجي والنظري لهذه الدراسة على النحو الآتي:**
  - تعميق مشكلة البحث وتحديدها بدقة، ووضع تصور عام للدراسة.
  - تطوير استراتيجيات الدراسة وأدواتها البحثية.
  - صياغة الفروض والتساؤلات البحثية للدراسة.
  - الوقوف على التراكم المعرفي المرتبط بالموضوع "محل الدراسة" وخلفياته السابقة.
  - مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، وتفسيرها في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، من حيث الاتفاق والاختلاف.

مشكلة الدراسة:

تتحدد المشكلة البحثية للدراسة في: توصيف وتحليل وتقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكريس وتدعيم وتعزيز؛ بل وتنمية مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسه لدى الشباب المصري، وذلك من خلال دراسة مسحية على عينة من شباب الجامعات تستهدف التعرّف على علاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي، ورصد عادات استخدامهم لهذه المواقع، وتحليل وتقييم التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام، والكشف –من خلال وجهة نظرهم– عما إذا كان له علاقة بتدعيم الانتماء الوطني وتنميته لديهم، أو التأثير السلبي على هذا الانتماء.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من طبيعة الموضوع الذي تناقشه انطلاقاً من عديد من الاعتبارات الرئيسة، أبرزها:

- حالة الاهتمام العام التي تتبناها المجتمعات العربية عموماً، بمختلف مؤسساتها وهيئاتها ودوائرها الأكاديمية، لاسيّما في المرحلة الراهنة التي تشهد حالة من الاستقطابات الفكرية والثقافية والأيديولوجية والسياسية للشباب، تستهدف زعزعة الانتماء الوطني لديهم، باستخدام جميع الأساليب، وعبر مختلف الوسائل، وفي مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم تبرز أهمية التعرف على علاقة الشباب المصري بهذه المواقع، ومدى تأثيرها في الانتماء الوطني لديهم إيجاباً أو سلباً.

- أن الشباب فئة عمرية لها دورها وأهميتها داخل المجتمع المصري، نظراً لأنها تحمل في طيّاتها الأمل في البناء، والمستقبل الزاهر للأمة، ولما تملكه من قدرة وحيوية على العمل لما فيه خدمة المجتمع والارتقاء به إذا ما ارتفع لديها الشعور بالانتماء الوطني. وهو ما يؤكد ضرورة دراسة أية متغيرات قد تؤثر على قيمهم سلباً أو إيجاباً، خاصة في عصر الانفتاح الثقافي والإعلامي.
- يمكن أن تفيد نتائج الدراسة القائمين على الإعلام والشباب في اتخاذ السياسات والإجراءات التي تساعد على تنمية القيم والعادات السلوكية، وتؤكد الانتماء والولاء وحب الوطن، التي هي أهم دعائم الهوية الوطنية المنشود تنميتها لدى الشباب.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسة تتمثل في:

- التعرّف على علاقة الشباب المصري الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي من حيث: مستوى ومعدّل الاستخدام، وأهم المواقع التي يمتلك حساباً عليها، وأكثر المواقع استخداماً.
- تحليل وجهات نظر الشباب المصري الجامعي حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم (الأبعاد الإيجابية، والمخاطر).
- رصد أبرز مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسه، التي تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيمها لدى الشباب المصري الجامعي.
- الوقوف على معوّقات تدعيم الانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما يراها الشباب المصري الجامعي.
- إبراز الآليات المقترحة لزيادة فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني من وجهة نظر الشباب المصري الجامعي.
- الكشف عن الفروق في تقديرات الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعاً لمجموعة مهمة من متغيرات الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن مجموعة من التساؤلات:

- ما عادات وأنماط استخدام الشباب المصري الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أبرز مظاهر الانتماء الوطني التي تدعّمها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري الجامعي؟
- ما أهم قيم الانتماء الوطني التي تدعّمها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري الجامعي؟
- ما أسس الانتماء الوطني التي تدعّمها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب المصري الجامعي؟
- ما المعوقات التي تَحُدّ من دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري الجامعي؟
- ما الآليات المقترحة لزيادة فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري الجامعي؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعًا لعادات استخدامهم لهذه المواقع.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعًا لسماتهم الديموغرافية (النوع، ومنطقة الإقامة، والتخصص العلمي، ونمط التعليم).

نوع الدراسة ومنهجها:

وفقًا لطبيعة المشكلة البحثية وأسلوب معالجتها، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تسعى لتوصيف وتحليل وتقييم دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الانتماء الوطني وتدعيمه لدى الشباب المصري الجامعي، ولا تكتفي الدراسة بالتوصيف الكمي، ولكنها سعت لتحليل وتفسير أهم ما توصلت إليه من نتائج .وتعتمد على منهج المسح الإعلامي الذي يعد أكثر المناهج ملاءمة لأهداف الدراسة، وقد

تم تطبيقه بشقيه الكمّي والكيفي، كمنهج أساسي في جمع وتحليل البيانات والمعلومات بغية الوصول إلى تعميمات مبنية على أسس علمية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري الجامعي، ونظراً لاتساع مجتمع الدراسة – الذي يشمل نحو "94 جامعة مصرية موزعة ما بين جامعات حكومية وخاصة وأهلية"[29]– فقد اعتمد الباحث المسح بالعينة، حيث استخدم أسلوب العينة الطبقية لاختيار عينة تمثّل الشباب الجامعي من مختلف الجامعات المصرية (الحكومية، والأهلية، والخاصة) وتتوزّع بين التخصصات النظرية والعملية، وقد اعتمد الباحث على أسلوب "كرة الثلج الشبكية"، الذي يُستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين، فأرسل الباحث رابط الاستبانة الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل الفوري، وطلب من المبحوث الذي يستقبل الرابط أن ينشره بين الزملاء في تخصصه، وهو جوهر أسلوب "كرة الثلج"، حيث يتم اختيار المشاركين بواسطة الترشيحات أو الإحالات. وقد بلغ عدد مفردات العينة التي استجابت للباحث 204 مفردات، من الشباب المصري الجامعي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ويوضّح الجدول الآتي تفاصيل سماتهم الديموغرافية.

جدول (1)

توزيع عينة المبحوثين وفقا لسماتهم الديموغرافية

السمات الديموغرافية		ك	%
النوع	ذكر	62	30.4
	أنثى	142	69.6
المجموع		204	100.00
منطقة الإقامة	قرية	56	27.5
	مدينة	148	72.5
المجموع		204	100.00
التخصص العلمي	علوم إنسانية نظرية	82	40.2
	علوم إنسانية تطبيقية	122	59.8
المجموع		204	100.00
نمط التعليم	حكومي	102	50.0
	أهلي	40	19.6
	خاص	62	30.4
المجموع		204	100.00

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن السمات الديمغرافية لعينة الدراسة جاءت على النحو الآتى:

متغير النوع: جاءت نسبة المشاركين في الاستبانة من الذكور 30.4%، بينما بلغت نسبة الإناث 69.6%، وهي نسبة تبرز معدل الاستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي للشباب المصري من الإناث، وهو ما أشارت إليه كثير من الدراسات في هذا الصدد.

متغير محلّ الإقامة: بلغت نسبة المبحوثين المقيمين في المدن 72.5%، بينما كانت نسبة المشاركين من المقيمين في قرى 27.5%، وهو ما يعدّ مؤشراً على أن منطقة الإقامة تُعد من المتغيرات المؤثرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

متغير التخصص العلمي: بلغت نسبة المبحوثين المشاركين من العلوم الإنسانية التطبيقية 59.8%، بينما كانت نسبة المشاركين من العلوم الإنسانية النظرية 40.2%.

متغير نمط التعليم:

وضع الباحث في الاعتبار أن تتضمن عينة الدراسة الأنماط المختلفة للتعليم الجامعي في مصر، محاولًا أن تكون إحالات الاستبانة متوافقة مع نسبة هذه الأنماط في الحياة الجامعية المصرية، وباعتبار أن الجامعات الحكومية (بما فيها جامعة الأزهر) تمثل النسبة الأكبر بين الجامعات المصرية، فقد جاءت نسبة المشاركين في الدراسة (50%)، بينما بلغت نسبة المشاركين من الجامعات الخاصة بما فيهم من ينتمون للجامعة الأمريكية (30.4%)، وباعتبار أن نمط التعليم الجامعي الأهلي يشهد حضوراً مؤخراً؛ فقد بلغت نسبة تمثيله (19.6%).

أداة الدراسة:

صمم الباحث استبانة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فروضها، وقد اشتملت على ثلاثة محاور رئيسة:

- الأول: خاص بالتعرف على علاقة الشباب المصري الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي.
- الثاني: ويتعلق بالكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني، وذلك من خلال مقياس يتكون من (36 عبارة) موزعة على ثلاثة مجالات تتعلق بالانتماء الوطني:

1. عبارات خاصة بمظاهر الانتماء الوطني.

2. عبارات تتعلق بقيم الانتماء الوطني.
3. عبارات تختص بأسس الانتماء الوطني (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

- الثالث: ويستهدف رصد المعوقات التي تقلل من فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني من وجهة نظر الشباب ومقترحاتهم لمواجهة هذه المعوقات.

صدق الأداة وثباتها: Validity& Reliabity Test

وللتأكد من صدق الأداة وصلاحيتها لجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها؛ عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين من الأكاديميين ([30])، الذين أبدوا ملاحظات مهمة حول عديد من التساؤلات والمتغيرات، وفي ضوء هذه الملاحظات والتوجيهات أعاد الباحث صياغة بعض الأسئلة والمتغيرات، وإضافة وحذف بعض آخر. وللتأكد من ثبات الاستبانة استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار Test-Re-Test، فأعاد تطبيقها، مما أسفر عن نسبة ثبات بلغت 93.00% وهي نسبة تدل على وضوحها والثقة في صلاحيتها للتطبيق النهائي.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

عولجت البيانات إحصائيا باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS حيث طبقت المعاملات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- معامل Mann-Whitney لقياس الفروق بين المتغيرات.
- معامل Chi-Square لقياس العلاقة والفروق بين المتغيرات.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory:

تنطلق الدراسة من نظرية الغرس الثقافي التي ترتكز على افتراض رئيس هو أن "التعرّض المكثّف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يشكّل تدريجيًا إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط به نتيجة للتعرّض التراكمي لوسائل الإعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة"([31]).

وقد أوضحت الدراسات التي طبّقت نظرية الغرس الثقافي على مواقع التواصل الاجتماعي أن هذه المواقع تعمل على إعادة صياغة الواقع؛ نتيجة الاستخدام المتزايد لها، مما يجعلها تسهم بفاعلية في تشكيل إدراك المستخدمين للواقع المجتمعي حولهم من خلال ما ينشرونه أو يشاركونه أو يتعرضون له أو حتى يُعجبون به من محتويات مختلفة، ويزداد هذه التأثير على كثيفي الاستخدام، وبذلك تصبح مواقع التواصل الاجتماعي بديلًا معبرًا للواقع الاجتماعي، ومن ثمّ تأكيد قدرتها على تشكيل قيم الأفراد ومعتقداتهم ووجهات نظرهم حول مسألة محدّدة بعينها.

وقد انتهت دراسة Eman Mosharafa([32]) إلى ثبوت صحة توظيف النظرية مع البيئة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي، وأنه كلما زاد اندماج المستخدمين مع محتوى هذه المنصات زاد اعتقادهم بأن ما يتصفحونه أو ينشرونه عبر هذه الوسائل هو الواقع، وأن تكرار التعرّض لهذه المحتويات يشكّل إدراكهم وآراءهم ومعتقداتهم عن الواقع من حولهم، وهذا ما كشفت عنه نتائج دراسة Raziye Nevzat([33]) التي أكدت ملاءمة الافتراض الرئيس للنظرية لدراسة مواقع التواصل الاجتماعي كونها أضحت مؤثرًا اجتماعيًا قويًا يستخدمه الأفراد لساعات طويلة قد تصل إلى حدّ الاندماج، ومن ثمّ تخلق لهم عالمًا افتراضيًا بديلًا للعالم الحقيقي.

علاقة نظرية الغرس الثقافي بموضوع الدراسة:

وطبقًا لهذه النظرية، يمكن القول إن ارتباط الشباب المصري الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي واندماجهم فيها يجعلهم يتأثرون بالمحتوى المنشور عليها، ويعتقدون أنه الصورة الحقيقية للواقع، ومن ثمّ فهي تؤثر في الانتماء الوطني لديهم نتيجة لما يتعرضون له، سواء بالإيجاب أو بالسلب؛ ويختلف هذا التأثير الإيجابي أو السلبي باختلاف معدلات الاستخدام ومستوياته، ومدى ارتباط المستخدمين واندماجهم بمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما تسعى الدراسة الحالية لاختباره من خلال الفرض الرئيس الأول.

وقد أكدت الأبحاث أن تطبيق عناصر هذه النظرية يجب ألا يخرج إطلاقًا عن السياقات التاريخية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والقيمية التي يعيشها المجتمع، وعن جميع عناصر الفروق الفردية والتباين الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية التي تؤدي إلى عمليات اصطفاء مركبة، وإلى تفسيرات متباينة للرسالة الإعلامية من جانب الجمهور المتلقي، وتخضع هذه التفسيرات بدورها إلى جملة من المتغيرات الديمغرافية

والتعليمية والعمرية والثقافية والنوعية. وهو ما تسعى الدراسة للكشف عنه من خلال الافتراض الثاني من فروضها.

مفهوم الانتماء الوطني National Affiliation:

تعرّف الدراسات الاجتماعية والتربوية الانتماء الوطني بأنه "قناعة وطنية أساسية، وأن والمواطن المنتمي هو مواطن أكثر إخلاصاً في القيام بأعماله، وفي أداء واجباته ومسؤولياته، وهو أكثر صدقًا في أقواله وآرائه، وهو أكثر تضحيةً وبذلًا وثباتًا، وهو أكثر محبةً للناس وأكثر التصاقًا بالأرض، وهو متحرر من الأنانية والتعصب بجميع أشكاله؛ كما أنه يشمل السلوك المعبر عن امتثال الفرد للقيم الوطنية السائدة في مجتمعه، كالاعتزاز بالرموز الوطنية، والالتزام بالقوانين والأنظمة السائدة، والمحافظة على ثروات الوطن وممتلكاته، وتشجيع المنتجات الوطنية، والتمسك بالعادات والتقاليد والمشاركة في الأعمال التطوعية، والمناسبات الوطنية، والاستعداد للتضحية دفاعا عن الوطن"[34].

ويتداخل مفهوم الانتماء الوطني مع مفاهيم أخرى مرتبطة به، مثل: المواطنة، والوطنية، والولاء. فالولاء والانتماء يمتزجان معًا حتى أنه يصعب الفصل بينهما، فالولاء هو صدق الانتماء، والوطنية هي الجانب الفعلي والحقيقي للمواطنة، والولاء لا يولد مع الإنسان، وإنما يكتسبه من مجتمعه، ولذلك فهو يخضع لعملية التعلم، فالفرد يكتسب ولاءه وانتماءه من بيته، ثم من مدرسته، ثم مجتمعه، كما أن الانتماء مرتبط بمعايير إنسانية تختلف من شخص لآخر، ومن مجتمع لآخر.

أما المواطنة:(Citizenship) فيختلف مفهومها من الفكر الغربي إلى الفكر الإسلامي، ومن أيديولوجية إلى أخرى، لكنّ القاسم المشترك بين مختلف المنظورات يرى أن المواطنة هي أساس الترابط الاجتماعي[35]، وتشمل المواطنة جميع ارتباطات الفرد وتفاعلاته وعلاقاته بوطنه على المستويات كافة، داخليًا وخارجيًا، حيث الالتزام بمبادئ هذا الوطن وأسسه ومعاييره وقيمه ورموزه وأفراد مجتمعه، والاهتمام بقضاياه والانخراط في مسارات بنائه والدفاع عن ثوابته ومكتسباته، والإسهام الفعَّال في ترقية مصالحه ومكانته بين سائر الأمم، والوطنية هي المحور الرئيس لتثبيت مبادئ المواطنة وأسسها وقيمها، التي ترتبط بمدى فاعلية العقد الاجتماعي في الالتزام بالحقوق وأداء الواجبات.

وتعرّف الدراسة الانتماء الوطّني بأنه الشعور الداخلي والرابط القوي الذي يربط بين الفرد ووطنه؛ ويتجسد من خلال الاعتزاز بهويته الوطنية، والالتزام بالنظم والقوانين

السائدة، والحفاظ على الوطن وحماية ممتلكاته، والتمسك بقيمه وعاداته، والاعتزاز والفخر به ورموزه وقدواته، والدفاع عنه.

نتائج الدراسة:

أولًا: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1. عادات استخدام الشباب المصري الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي:

1/1. معدل استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (2)

توزيع الشباب الجامعي المصري وفقًا لمعدل الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي

معدل الاستخدام	ك	%
دائما	128	62.7
غالبا	64	31.4
نادرا	12	5.9
المجموع	204	100.00

تبين النتائج في الجدول أن الشباب المصري الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائمًا بنسبة (62.7%)، وغالبًا بنسبة (31.4%)، ونادرًا بنسبة (5.9%)، وتعكس هذه النتائج تلك الظاهرة المتنامية في المجتمع المصري، المتمثلة في الاستخدام منقطع النظير من جانب الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يتفق مع نتائج عديد من الدراسات[36]، التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت تتميز بالانتشار والاستخدام الواسع من قبل كثير من الشباب عمومًا والشباب الجامعي تحديدًا، خاصة أنها تتيح للمستخدم فضاءً آخر للتفاعل ضمن مجتمع يقوم من خلاله ببناء علاقات افتراضية مع أشخاص قد تجمعهم علاقات قرابة وصداقة في الواقع، أو أشخاص يتبادلون الاهتمام نفسه، وهو ما أدى إلى الانفتاح على الثقافات الأخرى ذات القيم المختلفة، التي يمكن أن يكون لها تأثيرات إيجابية أو سلبية على الانتماء الوطني للشباب.

1/2. معدّل استخدام الشباب المصري الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا:

جدول (3)

توزيع الشباب المصري الجامعي وفقًا لمعدّل الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي

المدة الزمنية	التكرار	%
أقل من ثلاث ساعات	42	20.6
من ثلاث ساعات إلى أقل من 6 ساعات	80	39.2
6 ساعات فأكثر	82	40.2
المجموع	204	100.00

تظهر البيانات في الجدول السابق أن نسبة (20.6%) من الشباب المصري الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ثلاث ساعات يوميًا، بينما (39.2%) منهم يستخدمونها من ثلاث ساعات إلى أقل من 6 ساعات يوميًا، في حين تبلغ نسبة من يستخدمونها 6 ساعات فأكثر (40.2%).

وتعكس النتائج السابقة ارتفاع معدّل استخدام الشباب المصري الجامعي، واستحواذ مواقع التواصل الاجتماعي على اهتمامهم، وأن الغالبية العظمى منهم يقضون أوقاتًا طويلة في تصفحها، ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها الشباب أثناء التصفح ومشاركة أصدقائهم الآراء تجعلهم لايعيرون أهمية للوقت الذي يمضونه في استخدام هذه المواقع؛ وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (خالد منصر) من أن "أغلبية أفراد العينة يقضون ما بين 3 ساعات إلى 5 ساعات بنسبة تقدر بـ 54% في تصفح مواقع الشبكات الاجتماعية"[37]، وهي النتيجة التي انتهت إليها (نومار) في دراستها، فقد توصلت إلى أن "أغلبية أفراد العينة يستغرقون أكثر من ثلاث ساعات من الوقت في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى إهدار الكثير من الوقت وإهمال الكثير من المهام والأعمال"[38].

1/3 . أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يمتلك الشباب المصري الجامعي حسابا خاصا عليها:

جدول (4)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يمتلك الشباب المصري الجامعي حسابا خاصا عليها

مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	الترتيب
فيس بوك Facebook	202	99.0	1
واتس آب WhatsApp	172	84.3	2
تيليجرام Telegram	136	66.7	3
انستجرام Inastigram	132	64.7	4
يوتيوب YouTube	128	62.7	5
تويتر Twitter	74	36.3	6
سناب شات Snapchat	52	25.5	7
لينكد إن LinkedIn	30	14.7	8
تيك توك TikTok	28	13.7	9
ماي سبيس Myspace	4	2.0	10
وي تشات WeChat	2	1.0	11
شبكات وتطبيقات أخرى	4	2.0	12
ن	204		

تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن الشباب المصري حريص على امتلاك أكثر من حساب على منصات التواصل الاجتماعي، ويسعى للاستفادة من المميزات الكثيرة والمتنوعة التي تقدمها هذه المنصات، ولكن بدرجات متفاوتة، ووفقًا لاهتمامتهم الشخصية، وهو ما يتفق مع **دراسة بكوش إبراهيم وعطاء الله عبد الرحمان**[39]، التي أكدت أن معظم الشباب الجامعي يمتلكون حساباً على إحدى شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (96.0%). ويمكن تحليل وتفسير النتائج الكمية في الجدول السابق على النحو الآتي:

جاء فيس بوك في مقدمة المواقع التي يحرص المبحوثون على أن يكون لهم حساب خاص عليه بنسبة (99%) في المرتبة الأولى وذلك لسهولة استخدامه وإتاحته لعديد من الخدمات التي تلبي احتياجات ورغبات الشباب بصفة عامة، مثل تبادل الرسائل والتعرف على الآراء، ومشاهدة الصور ومقاطع الفيديو ومشاركتها، والتعرف على أكثر الموضوعات انتشاراً عبر قائمة Trending وغيرها من الخدمات، فضلًا عن تقديمه بعضًا من مميزات المواقع الأخرى، مثل ميزة إضافة القصص Stories، **وتتفق هذه النتيجة مع كثير من الدراسات**[40] التي أكدت أن فيس بوك تعد المنصة الأولى والأكثر انتشاراً واستخداماً بين فئات المجتمع المصري عموماً، وفئة الشباب على وجه التحديد، **كما توصلت دراسة O.Walz** حول العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة لمواقع الشبكات الاجتماعية وشعورهم بالانتماء إلى أن (98%) من الطلاب يمتلكون حساباً شخصياً على فيس بوك[41].

كما جاء في المرتبة الثانية موقع واتس آب بنسبة (84.3%)، حيث يُعد واتس آب من أكثر التطبيقات انتشاراً لدى المستخدمين، ومن أهم المميزات التي ترتبط بمجتمع الدراسة الحالية، وأن استخدام الواتس آب في العملية التعليمية حقيقة واقعة، وله كثير من الفوائد، من خلال استخدام مجموعات الدردشة ومشاركة الفصول مع الطلاب في الوضع الافتراضي، كما يمكن القيام بعديد من المهام باستخدام تطبيق المراسلة. ويمكن أيضًا إنشاء واتس آب شات بوت عن طريق واتس لووب، حيث يحفز على العمل التعاوني ويحقق تبادل المحتوى بين المؤسسة والطلاب، وبين العاملين في المؤسسة، على سبيل المثال، مشاركة الدروس الصوتية، وإرسال مواد PPT أو مستندات مثل Word،

والكتب، وتتفق هذه النتيجة مع ما أوضحته **دراسة عمر وبشّار**[42]، حول استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق واتس آب، التي أشارت إلى أن معظم الطلاب يستخدمون واتساب ويقضون معه وقتًا طويلًا في فترات مختلفة، ولأغراض مختلفة، منها الأكاديمية، والتحصيل العلمي، والساعات المكتبية، والنقاش والاستفسارات، وتبادل المعلومات.

وفي الترتيب الثالث من حيث المواقع التي يمتلك الشباب المصري حسابًا خاصًا عليها جاء موقع تليجرام بنسبة (66.7%)، حيث يوفّر تليجرام Telegram لمستخدميه عددًا من المميزات، أبرزها: الوصول للرسائل من الأجهزة المختلفة، ودعم إرسال عدد غير محدود من الصور ومقاطع الفيديو والملفات المضغوطة Zip وملفات الصوت mp3 والملفات النصية doc، ويوفر ميزة المحادثات الصوتية في مجموعات تليجرام، ودعم تصنيف المحادثات والمجموعات في مجلدات، وتصفية الدردشات الجديدة الواردة من غير جهات الاتصال، كما يمكن لمستخدمي تليجرام بدء محادثات سرية مع الأصدقاء، وهو ما يتوافق مع المتطلبات التعليمية في المرحلة الجامعية من ناحية، ويتناسب مع العادات السلوكية للشباب.

وبنسبة (64.7%) جاء موقع انستجرام في الترتيب الرابع، وهو الموقع الذي يحظى بشعبية بين الشباب عامة، والشباب الجامعي خاصة، لدعمه مشاركة الصور والقصص، وملاءمته لرغبات هذه الفئة في توثيق مشاركة كل ما يتعلق بحياتهم الخاصة، إضافة إلى توفيره ميزة البث المباشر بجودة عالية، وإمكانية إضافة التعديلات والتحسينات على الصور لتبدو أكثر جاذبية وإبهارًا من خلال الفلاتر البصرية، وهو ما يتناسب تمامًا مع حب الظهور بشكل مختلف الذي يميز هذه الفئة العمرية.

وبنسبة (62.7%) يأتي يوتيوب في المرتبة الخامسة بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على أن يكون له حساب خاص عليها، حيث يُعد من أبرز مواقع عرض الفيديوهات وحفظها لمشاهدتها فيما بعد، إلى جانب ما يتيحه من فيديوهات تعليمية في مختلف المجالات والتخصصات بما يجعله منصة تعليمية مثالية للشباب الجامعي.

ونظرًا للأهمية الكبيرة لموقع تويتر، وما يتيحه من مميزات للمستخدمين، وكونه الموقع الأول للنخب من المثقفين والسياسيين ورجال الأعمال والمشاهير، فقد بدأ يحظى بشعبية بين الشباب المصري، فجاء في الترتيب السادس بنسبة (36.3%) حيث يُعد هذا الموقع

من أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً من قِبَل طلبة الجامعة، وهو ما أوضحته **دراسة خلود مليانى**[43]، وأكدته **دراسة السويد**، بأن استخدام تويتر منتشر بين الشباب، وأن أغلبهم يتعامل معه بصفة يومية، وهو ما يدل على عمق ارتباطهم به[44].

كما توضح النتائج أيضاً اهتمام الشباب المصري الجامعي بأن يدشنوا حسابات خاصة بهم على موقع سناب شات، الذي جاء في المرتبة السابعة بنسبة (25.5%)، وهو ما يتفق مع ما أظهرته نتائج **دراسة (أمل البدنة)**، من أن تطبيق سناب شات يحظى بجماهيرية كبيرة من فئة الشباب، وأنه استطاع جذب شريحة الشباب لامتلاكه أدوات قوية مرنة تتواكب مع طبيعة الشباب المعتاد على التقنية[45].

وإذا ما وضعنا في الاعتبار أن الشباب الجامعي دائماً ما يفكر في المستقبل، ويتطلع للحصول على فرصة عمل بعد التخرج، فإن ذلك مما يفسر اهتمام الشباب المصري بأن تكون لهم حسابات خاصة على المواقع التي تساعدهم على رسم خارطة طريق للمستقبل، ومن أهمها موقع لينكد إن؛ الشبكة المهنية التي تساعدهم على إيجاد الوظائف والحصول على فرص العمل، حيث جاءت في الترتيب الثامن بنسبة (14.7%).

2. أبرز مواقع التواصل الاجتماعى الأكثر استخداما لدى الشباب الجامعى المصري:

جدول (5)

أبرز مواقع التواصل الاجتماعى الأكثر استخداما لدى الشباب الجامعى المصري

الموقع	مستوى الاستخدام								المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الترتيب
	دائما		غالبا		نادرا		لا أستخدمه				
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
تويتر Twitter	14	6.9	14	6.9	66	32.3	110	53.9	1.66	0.88	5
فيس بوك Facebook	172	84.3	20	9.8	12	5.9	0	00.0	3.68	0.57	1
يوتيوب YouTube	70	34.3	68	33.4	50	24.5	16	7.8	2.94	0.95	2
سناب شات Snapchat	12	5.9	18	8.8	50	24.5	124	60.8	1.59	0.87	6
انستجرام Inastigram	34	16.7	58	28.4	66	32.4	46	22.5	2.39	1.01	3
تيك توك TikTok	8	3.9	10	4.9	30	14.7	156	76.5	1.36	0.75	7
وي تشات WeChat	0	00.0	4	1.9	14	6.9	186	91.2	1.10	0.36	9
واتساب WhatsApp	172	84.4	22	10.8	6	2.9	4	1.9	3.77	0.59	1
ماي سبيس Myspace	0	00.0	2	00.9	12	5.9	190	93.2	1.07	0.30	10
فليكر Flicker	0	00.0	2	00.9	12	5.9	190	93.2	1.07	0.30	10
لينكد إن LinkedIn	4	1.9	16	7.8	32	15.7	152	74.6	1.37	0.71	8
تيليجرام Telegram	26	12.6	60	29.4	58	28.4	40	19.6	2.35	0.93	4
ن	204										

من أبرز النتائج التى تشير إليها البيانات الكمية في الجدول السابق:

أولًا: جاءت الغالبية العظمى من النتائج التي تعكسها بيانات هذا الجدول متسقة تماماً مع النتائج التي تبرزها البيانات في جدول (4)، حيث جاء موقع فيس بوك في الترتيب الأول كأبرز المواقع التي يستخدمها الشباب المصري الجامعي، وفي المرتبة الثانية جاء تطبيق التراسل الفوي واتس آب، واحتل موقع انستجرام المرتبة الثالثة، بينما جاء موقع تليجرام في الترتيب الخامس، ومن بعده موقع تويتر، ثم موقع سناب شات في الترتيب السادس، ثم ماي سبيس وفليكر في المرتبة الأخيرة.

ثانيًا: تتفق هذه النتائج مع **كثير من الدراسات** التي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أصبحت اللغة اليومية العالمية للأفراد، وارتبطت بكل التفاعلات والقضايا التي تهمهم، وامتدت في النسيج الاجتماعي لتشكل أهم الأسس في مفاهيم ومضامين السلوك الاجتماعي للأفراد، وأهمها الانتماء الوطني[46].

3. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري الجامعي:

جدول (6)

تقديرات الشباب الجامعي المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم

أبعاد الانتماء الوطني / درجة الموافقة		موافق		محايد		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%		
مظاهر الانتماء الوطني	تساعدني في الحفاظ على اللغة العربية الفصحى والاعتزاز بها	48	23.5	88	43.1	68	33.4	1.90	0.74
	تُعد من عوامل حفاظي على العادات والتقاليد المجتمعية	44	21.5	82	40.2	78	38.3	1.83	0.75
	تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن	62	30.4	100	49.1	42	20.5	2.09	0.70
	ترفع مستوى وعيي بالإنجازات الوطنية في المجالات كافة	88	43.1	78	38.3	38	18.6	2.24	0.74
	تدعو إلى توحيد الصف الوطني أمام التحديات التي تواجهه	68	33.4	96	47.1	40	19.5	2.13	0.71
	تهتم ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن	32	15.7	88	43.1	84	41.2	1.74	0.71
	تعظم من زيادة اهتمامي وتفضيلي للمنتجات الوطنية	64	31.4	100	49.1	40	19.5	2.11	0.70
	تعزز لدي الحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والاحتفاء بها	84	41.2	84	41.2	36	17.6	2.23	0.73
	تدعم لدى مشاركتي في جميع الأنشطة داخل الوطن وخارجه	80	39.2	86	42.2	38	18.6	2.20	0.73
	تغرس داخلي أهمية احترام الآخرين وعدم الإساءة إليهم	78	38.3	96	47.1	30	14.6	2.23	0.69
	تُعزز التواصل بين أبناء الوطن	100	49.1	78	38.3	26	12.6	2.36	0.69
	تنمي لدى أهمية المحافظة على الممتلكات العامة	70	34.3	102	50.0	32	15.7	2.18	0.68
قيم الانتماء الوطني	تدعم لدي قيمة (الولاء للوطن)	52	25.5	86	42.2	66	32.3	1.93	0.75
	تُعزز عندي قيمة (الاعتزاز والفخر بالانتساب للوطن)	56	27.5	86	42.2	58	28.3	1.99	0.74
	تغرس بداخلي قيمة (التسامح الوطني)	64	31.4	94	46.1	46	22.5	2.08	0.73

	تدعم لدي قيمة (التعايش الوطني/ المواطنة)	64	31.4	102	50.0	38	18.6	2.12	0.69
	تنمى لدي الشعور بقيمة (حب الوطن)	70	34.3	84	41.2	50	24.5	2.09	0.76
أسس الانتماء الوطنى	تسهم في الحفاظ على التماسك الأسري	32	15.7	86	42.2	86	42.2	1.73	0.71
	تغرس داخلى تجنب الأنانية وحب الذات	62	30.4	86	42.2	56	27.5	2.02	0.76
	تكرس لدي أهمية توفير الأمن والاستقرار للوطن	60	29.4	100	49.1	44	21.5	2.07	0.71
	تغرس داخلى أهمية الاعتزاز والفخر بقادة الوطن وعلمائه ورموزه	74	36.3	96	47.1	36	17.6	2.18	0.71
	تزودنى بالمعلومات الصحيحة التى تساعدنى في التصدي للشائعات التى تمس أمن الوطن ومواطنيه	78	38.3	90	44.1	36	17.6	2.20	0.72
	تنمى داخلى تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة	58	28.3	104	51.0	42	20.5	2.07	0.69
	تشجعنى على نبذ الطائفية والتعصب	58	28.3	100	49.1	46	22.5	2.05	0.71
	تعمق لدي مفهوم الهوية الوطنية من خلال بثها لمعرفة التراث والثقافة المحلية	70	34.3	96	47.1	38	18.6	2.15	0.71
	تعرفنى بقضايا الوطن وهمومه	120	58.8	70	34.3	14	6.9	2.51	0.62
	تفيدنى في معرفة حقوقى وواجباتى داخل الوطن وخارجه	80	39.2	80	39.2	44	21.5	2.17	0.76
	تمنحنى الفرصة لإبداء الآراء والمقترحات في القضايا الوطنية المختلفة	94	46.1	74	36.3	36	17.6	2.28	0.74
	تعرفنى بالتاريخ والحاضر الوطنى	74	36.3	86	42.2	44	21.5	2.14	0.74
مخاطر مواقع التواصل الاجتماعى على الانتماء الوطنى	لا تعزز صون الشخصية المصرية التى تعتز بتاريخها	52	25.5	90	44.1	62	30.4	1.95	0.74
	تنمى لدي الشعور بضعف أمان وخصوصية المعلومات المتعلقة بقضايا الوطن	54	26.5	100	49.1	50	24.5	2.01	0.71
	تجعلنى أميل إلى الصمت وعدم التعبير عن رأيى	31	15.2	76	37.2	97	47.6	2.01	0.79
	لا تقدم أي معرفة حقيقية حول القضايا الوطنية المختلفة	52	25.5	82	40.2	70	34.3	1.91	0.77
	تعرقلنى عن عملية المشاركة المجتمعية	36	17.6	92	45.1	76	37.3	1.80	0.71
	تجعلنى متصلبا ومتعصبا في رأيى	24	11.7	76	37.3	104	51.0	1.60	0.68
	لا تسهم في إيجاد بيئة وطنية آمنة تعزز الولاء للوطن	48	23.5	76	37.3	100	49.1	1.84	0.77
	ن	204							

تشير الدراسة – وفقًا للبيانات في جدول (6) - إلى مجموعة من النتائج المهمة الخاصة بتقديرات الشباب المصري الجامعى لدور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى لديهم، ويمكن عرض هذه النتائج على النحو الآتى:

أولًا: دور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم (مظاهر) الانتماء الوطنى:

- نسبة كبيرة من الشباب المصري تبلغ (43.1%) ليس لديهم رؤية واضحة تتعلق بأن مواقع التواصل الاجتماعي "تساعدهم في الحفاظ على اللغة العربية الفصحى والاعتزاز بها"، بينما بلغت نسبة الذين لم يوافقوا على ذلك (33.4%)، في حين أن (23.5%) منهم يرون أن مواقع التواصل تدعم لديهم هذا المظهر من مظاهر الانتماء الوطني. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج **الدراسات**([47]) التي أظهرت أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي من جانب الشباب قد أوجد كثيراً من المظاهر والممارسات اللغوية السلبية، التي أصبحت مصدراً من مصادر التهديد والتشويه الصريح للّغة العربية الفصحى في الحياة اليومية لهؤلاء الشباب، الذي يؤثر بدوره على سلوكياتهم وثقافتهم، وينمّي لديهم التمرد على النظام الاجتماعي، بما ينعكس بشكل سلبي على الانتماء الوطني.
- لا يوافق (38.3%) من الشباب المصري على أن مواقع التواصل الاجتماعي تدعّم لديهم الحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية الوطنية، في حين وافق على ذلك (21.5%)، بينما نسبة ليست بالقليلة تبلغ نحو (40.2%) لم تعرب عن رأيها؛ وربما يرجع ذلك إلى القناعات لدى الشباب المصري بأن هذه المنصات قد فرضت عليهم تقمّص عدة هويات غير هويتهم الواقعية تجعلهم يمارسون سلوكيات لا علاقة لها بالعادات والتقاليد الوطنية، **وتتفق هذه النتيجة مع من يرى** أن "هذه المواقع تحمل مشروعًا لعولمة الثقافات، ومحو الفوارق الخاصة بينها، وطمس الهويات وخصوصيات الأمم"([48]).
- يوافق (30.4%) من الشباب المصري الجامعي على أن مواقع التواصل الاجتماعي تحفزهم على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن، في حين لم يوافق على ذلك نحو (20.5%)، بينما بلغت نسبة المحايدين حوالي (49.1%)، وقد **أكد أبو الغنم** في دراسته أن "وسائل الإعلام تؤدي عديدًا من

الأدوار التي من شأنها تعزيز الولاء للوطن وتدعيمه، من أهمها التشجيع على أهمية المشاركة في الأعمال التطوعية الخيرية في المجتمع"[49].

- وتظهر النتائج الدور الفاعل لمواقع التواصل في رفع مستوى وعي الشباب المصري الجامعي بالإنجازات الوطنية في المجالات كافة، وذلك بنسبة (43.1%)، بينما يرى (18.6%) منهم أن هذه المواقع لاتدعّم لديهم ذلك، وكانت نسبة المحايدين (38.3%).
- تبيّن النتائج أن (33.4%) من الشباب الجامعي المصري يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تدعّم لديهم توحيد الصف الوطني لمواجهة التحديات على المستوى الداخلي والخارجي، بينما لم يوافق على ذلك (19.5%)، في حين أبدى (47.1%) رأيًا محايدًا، وتعكس هذه النتيجة أن هذه المواقع قد أوجدت فضاءات لتعزيز الاندماج الاجتماعي ورأب الصدع، ومعالجة الاحتقانات بين مختلف الطبقات والمجموعات المكوّنة للمجتمع؛ ويتفق ذلك مع توصلت إليه **دراسة قلواز** من "أنّ هذه الشبكات تعمل على تعزيز قيم الأخوة بين المواطنين، وتأكيد اللحمة الوطنية، وتعزيز قيم الانتماء الوطني، وبالأخص الولاء للوطن والدفاع عنه"[50].
- تبين نتائج الدراسة الاعتراض الكبير من جانب الشباب المصري الجامعي، بنسبة بلغت (41.2%) على أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في بناء جيل من الشباب مستعد للتضحية من أجل الوطن، وأن (15.7%) منهم هم الذين يرون قدرتها على ذلك، بينما (43.1%) ليس لديهم رأي نحو ذلك، وربما يرجع ذلك إلى الوعي الكبير لدى الشباب المصري الجامعي، وإدراكهم بأن ذلك يُعد من المسؤوليات التي تقع على عاتق مؤسسات التنشئة الاجتماعية، وتغرس فيهم هذا المظهر من مظاهر الانتماء الوطني منذ نعومة أظفارهم.
- توضّح الدراسة أن (31.4%) من الشباب المصري يرون أن مواقع التواصل تعزّز لديهم زيادة الاهتمام وتفضيلهم للمنتجات الوطنية، بينما (19.5%) منهم لم يوافقوا على ذلك، وأعرب نحو (41.1%) منهم عن موقفهم الحيادي نحو ذلك.

- تؤيد نسبة كبية من الشباب الجامعي المصري تصل إلى (41.2%) أن مواقع التواصل الاجتماعي تعزّز لديهم الحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والاحتفاء بها كمظهر من مظاهر الانتماء الوطني، بينما (17.6%) منهم لا يؤيدون هذا، في حين أن (41.2%) ليس لديهم رأي.
- تبرز النتائج أن (39.2%) من الشباب المصري الجامعي يؤكدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تدعّم لديهم المشاركة في جميع الأنشطة والبرامج داخل الوطن وخارجه، بينما لم يوافق على ذلك (18.6%)، أما (42.2%) منهم ليس لديهم رأي في ذلك.
- تبرز النتائج أن (38.3%) من الشباب المصري الجامعي يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تغرس بداخلهم أهمية احترام الآخرين وعدم الإساءة إليهم، وهو ما لم توافق عليه منهم نسبة (14.6%)، بينما أعرب (47.1%) منهم عن موقفهم المحايد.
- ويرى (49.1%) من الشباب المصري الجامعي أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً فاعلًا في تدعيم التواصل بين أبناء الوطن، في حين لم يوافق على ذلك نحو (12.6%) من عينة الدراسة، ولم يعبر نحو (38.3%) عن رأيهم في ذلك، وتثبت هذه النتيجة أن هذه المواقع قد أضحت عاملًا من عوامل التقارب بين أفكار الشباب وتجسير التفاهم بشأن القضايا الخلافية، وهو ما يسمح بمعالجة الصراعات الاجتماعية، ويئد بذور التطرف والعنف لصالح الوحدة الوطنية، ومن ثمّ تعزيز الانتماء الوطني وتدعيمه.
- كما تكشف النتائج أن الشباب المصري الجامعي يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي تنّمي لديهم أهمية المحافظة على الممتلكات العامة وذلك بنسبة (34.3%)، في حين يوجد من بينهم من لا يرون ذلك وقد وصلت نسبتهم نحو (15.7%).

وتؤكد النتائج السابقة، الخاصة برؤية الشباب المصري الجامعى وتقييمهم لدور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى لديهم، أن هذه المواقع لم تعد مجرد وسائل للتواصل فقط، وإنما أصبحت من أبرز العوامل المؤثرة في التفاعلات الاجتماعية والثقافية والسياسية الحاسمة في غرس الانتماء الوطنى وتدعيمه.

ثانيا: دور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم (قيم) الانتماء الوطنى:

- توضح النتائج أن (33.3%) من الشباب المصري الجامعي لم يوافقوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تدعّم لديهم قيمة "الولاء للوطن"، في حين يرى (25.5%) منهم أنها تدعّم لديهم هذه القيمة، وبلغت نسبة من ليس لهم رأي نحو (42.2%)، ويمكن تفسير ذلك بما يفرضه الفضاء الافتراضي من ارتباط الشباب بالمجموعات والاتجاهات والأيدلوجيات التي تتفق مع أفكارهم لدرجة الانتماء والولاء لها إلى حدّ التعصّب، الأمر الذي يفرز قيماً جديدة موازية لقيم الانتماء الوطني تعظّم من الولاء لهذه الكيانات التي لا حدود لها، حيث يجد الشباب تقديراً لذواتهم وأفكارهم أكثر مما يجدونه في المجتمعات الواقعية.
- وفقًا لرأي (31.4%) من الشباب المصري، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تغرس فيهم قيمة "التسامح الوطني"، بينما يرى (22.5%) منهم أنها لا يمكن أن تؤدي هذا الدور، في حين أن نسبة المحايدين وصلت (46.1%).
- يؤكد الشباب المصري الجامعي وبنسبة وصلت (31.4%) أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً مهماً في تدعيم قيمة "المواطنة" كأحد قيم الانتماء الوطني، ورفض ذلك منهم نحو (18.6%)، وبلغت نسبة الذين ليس لديهم رأي نحو (50%).
- تشير النتائج إلى أن (34.3%) من الشباب المصري يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تنمّي داخلهم قيمة "حب الوطن"، بينما عارض ذلك منهم نحو (24.5%)، وبلغت نسبة الذين ليس لديهم رأي نحو (41.2%).

وباستثناء دور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم قيمة "الولاء للوطن"؛ تبرز النتائج – بشكل عام وإجمالى- أن مواقع التواصل الاجتماعى تؤدي دورا مهما في تدعيم (قيم الانتماء الوطنى) وتعزيزها لدى الشباب المصري الجامعى، ويمكن أن يرجع ذلك إلى الدور الطليعى لهذه المواقع في الوقت الراهن في تنمية الحس الوطنى لدى الشباب، وهو ما يتفق من النتائج التى توصلت لها دراسة مليانى[51]، وأكدته دراسة ماسك[52]، وأشارت إليه دراسة الطريسى[53].

ثالثا: دور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم (أسس) الانتماء الوطنى:

- يعد "التماسك الأسري" أحد العوامل الأساسية في غرس الانتماء الوطني، وقد أكد (42.2%) من الشباب المصري أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تسهم في الحفاظ على التماسك الأسري، وأن نسبة (15.7%) منهم هم الذين يرون أنها

يمكن أن تؤدي دوراً إيجابياً في هذا الجانب، بينما وصلت نسبة المحايدين نحو (42.2%).

- يرى (30.4%) من الشباب المصري أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعدهم على "تجنّب الأنانية وحبّ الذات"، بينما لم يوافق على ذلك منهم نحو (27.5%)، في حين بلغت نسبة المحايدين (42.6%).
- وعن إحساس الشباب بأهمية توفير الأمن والاستقرار للوطن كأحد أسس تدعيم الانتماء الوطني؛ فيرى (29.4%) منهم أن مواقع التواصل تكرّس لديهم هذا الإحساس، في حين لم يوافق على ذلك منهم نحو (21.5%)، وبلغت نسبة الذين ليس لديهم رأي في ذلك نحو (42.2%).ويمكن أن تدعّم مواقع التواصل هذا الأساس من أسس الانتماء الوطني من خلال تحقيق التقارب بين أفكار الشباب بشأن القضايا الخلافية، لاسيما في المجتمعات التي تتعدد فيها الأديان والمذاهب كالمجتمع المصري، من خلال ترسيخ قيم الحوار والتفاعل المثمر، ومن ثمّ تجسير أواصر الوحدة الوطنية التي تؤدي بدورها إلى تعزيز الانتماء وتدعيم الشعور الوطني.
- يُسلّم (36.3%) من الشباب المصري بأن مواقع التواصل تغرس داخلهم أهمية الاعتزاز بقادة الوطن وعلمائه ورموزه، ولم يعارض ذلك منهم سوى (17.6%)، بينما ارتفعت نسبة المحايدين إلى (47.1%).
- وفيما يتعلق بدور مواقع التواصل في تزويد الشباب المصري بالمعلومات التي تساعدهم في التصدي للشائعات التي تمس أمن الوطن؛ فقد أكّد (38.3%) منهم أنها تؤدي هذا الدور، في حين لم يعارض ذلك سوى (17.6%). وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه **دراسة الغريب زاهر** من أن "شبكات التواصل الاجتماعي تشكل مصدراً رئيساً لحصول الشباب على الأخبار والمعلومات التي تؤثر في تشكيل رأيهم العام، التي يكون بعضها إيجابياً يساعد على تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء لدى الشباب، وبعضها سلبياً يكون عاملًا من عوامل نشر الفتن وتهديد أمن الوطن"[54].

- يرى (58.8%) من الشباب المصري أن مواقع التواصل تُعدّ المصدر الأساسي الذي يعتمدون عليه في التعرف على قضايا الوطن وهمومه، ولم يعارض ذلك سوى نسبة بسيطة لم تتجاوز (6.9%) من الشباب المصري؛ فهذه المنصات جعلت الوظيفة الإخبارية وتداول المعلومات أمراً بالغ السرعة والسهولة، بل إن الأمر لم يعد مقتصراً على أداء الوظائف الإعلامية العادية، بل أصبحت مراكز تأثير حاسمة ذات أبعاد متعددة في مختلف التفاعلات بين الشباب.
- وتؤكد النتائج أن الشباب المصري وبنسبة (46.1%) يرى أن منصات التواصل الاجتماعي تعدّ المنبر الأساسي الذي يمنحهم الفرصة للتعبير عن رأيهم في القضايا الوطنية المختلفة، فهذه المنصات لا تمثّل مواقع للتواصل وتقديم الخدمات وتبادل الأفكار فقط، بل إنها تتعامل مع مختلف القضايا بتفاعل شديد وعميق يسمح لجميع الشباب بطرح آرائهم وأفكارهم واقتراحاتهم حول القضايا الوطنية في مختلف المجالات، وأن (36.3%) منهم يعدونها المصدر الذي يعرّفهم تاريخ الوطن وحاضره؛ حيث يعتمدون عليها في التعرّف على الأحداث التاريخية القديمة والحديثة والمعاصرة، والإرث الثقافي من العادات والتقاليد والأعراف والقيم والتراث المادي والمعنوي؛ الأمر الذي يكون له دور كبير في ترقية الحسّ الوطني، وتدعيم وتعزيز مظاهر وقيم الانتماء الوطني.

رابعا: مخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني:

- يرى (25.5%) من الشباب المصري أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تسهم في صون الشخصية المصرية التي يعتزون بتاريخها، بينما عارض ذلك نسبة ليست قليلة بلغت نحو (30.4%).
- تشير النتائج إلى أن الشباب المصري الذين يرون أن منصات التواصل الاجتماعي تعرقلهم عن عملية المشاركة المجتمعية لم تتجاوز نسبتهم (17.6%)، بينما (37.3%) منهم يرفضون ذلك، ويرون أنها تدعّم لديهم المشاركة الاجتماعية، وتتفق هذه النتيجة مع أشارت إليه **دراسة بكوش وعطاء الله**[55]، حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، من أن (12.8%) فقط من طلبة الجامعات هم الذين يرونها أدوات تعرقل عملية المشاركة المجتمعية، وأن (70.2%) منهم يرفضون ذلك.

- كما تبرز البيانات أن الذين لم يوافقوا على أن هذه المنصات تعدّ سببًا من أسباب تعصبهم وتصلبهم في الرأي بلغت نسبتهم نحو (51%)، وأن الذين عارضوا أنها لا تسهم في إيجاد بيئة وطنية تعزّز الولاء للوطن وصلت نسبتهم (49.1%).

4. معوقات تدعيم الانتماء الوطنى عبر مواقع التواصل الاجتماعى كما يراها الشباب المصري الجامعى:

جدول (7)

رأي الشباب الجامعى المصري في معوقات تدعيم الانتماء الوطنى لديهم عبر مواقع التواصل الاجتماعى

رأي الشباب الجامعى المصري / المعوقات	موافق		محايد		لا أوافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
ثقتى ضعيفة في المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعى	80	39.2	92	45.1	32	15.7	2.23	0.70	5
تعبر مواقع التواصل الاجتماعى عن أفكار واتجاهات لا تتوافق مع المعتقدات والأفكار السائدة في المجتمع	68	33.4	116	56.9	20	9.7	2.23	0.61	6
تفتقر مواقع التواصل الاجتماعى إلى أخلاقيات الممارسة المهنية في مجالات الاتصال والإعلام	120	58.8	74	36.3	10	4.9	2.53	0.59	3
تدنى خبرة كثيرين ممن ينشرون محتوى على مواقع التواصل الاجتماعى	124	60.8	70	34.3	10	4.9	2.55	0.58	2
لا يوجد سند تشريعى واضح ينظم استخدام مواقع التواصل الاجتماعى	136	66.7	56	27.5	12	5.8	2.60	0.59	1
عدم وجود رقابة على مواقع التواصل الاجتماعى	114	55.9	74	36.3	16	7.8	2.48	0.63	4

توضح البيانات في جدول (7) أن عدم وجود إطار تشريعي ينظّم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يأتي في مقدمة المعوقات التي يرى الشباب المصري أنها تقلّل من فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني، كما أن ظاهرة المواطن الإعلامي، والإعلام البديل التي واكبت انتشار هذه المواقع، جاءت في المرتبة الثانية في ضوء تدني الخبرة لدى كثيرين ممن ينشرون محتويات عبر هذه المنصات، كما أن هذه المواقع تغيب عن محتواها تمامًا أخلاقيات الممارسة الإعلامية التي جاءت في الترتيب

الثالث بين هذه المعوقات، كما يرى الشباب أن عدم وجود رقابة على هذه المواقع يعدّ معوّقًا آخر من معوقات تدعيم الانتماء الوطني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد أشارت نتائج الدراسة الحالية في موضع سابق إلى الدور المهم الذي يمكن أن تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني؛ إلا أن تجليات العولمة، والممارسات التي صاحبت التطور التكنولوجي، وظهور وسائل الإعلام الحديثة، ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن أن يفسّر إدراك الشباب المصري للجوانب السلبية التي تقف عائقًا أمام الدور الذي يمكن أن يزيد من فاعلية هذه المواقع في تدعيم الانتماء الوطني لديهم ؛ حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للجمهور إمكانية بثّ الأخبار والمعلومات دون التحقق من صحتها في بعض الأحيان، وحوّلت المواطن العادي إلى إعلامي يستطيع نقل ما يراه عبر هذه المواقع، والتأثير في غيره من المستخدمين الذين قد لا يملكون القدرة علي تقييم مصداقية ما ينشر، مما قد يسهم في تضخيم الأحداث والترويج للفكر المتطرف، والتحريض علي بعض الأفعال غير المرغوب فيها، وكلها ممارسات تتنافى مع الانتماء الوطني. وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه **دراسة رباب هاشم**، من أن الشباب الجامعي يرى أن مخاطر هذه المواقع مرتفعة على الانتماء الوطني وذلك بنسبة (29%)، بينما رأى (50.2%) منهم أن هذه المخاطر متوسطة، في حين ينظر (20.8%) إلى هذه المخاطر على أنها منخفضة، الأمر الذي يعكس إدراك الشباب الجامعي لخطورة مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني"[56].

5. الآليات المقترحة لزيادة فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى كما يراها الشباب المصري الجامعى:

جدول (8)

مقترحات تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى كما يراها الشباب الجامعى المصري

رأي الشباب الجامعى المصري / المقترحات	موافق		محايد		لا أوافق		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
استثمار مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام وتدعيم الروح الإيجابية لدى الشباب المصري	156	76.5	42	20.6	10	4.9	2.69	0.55	1
وضع أطر تشريعية ومواثيق شرف أخلاقية لتنظيم المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي	150	73.6	46	22.5	8	3.9	2.69	0.53	2
وضع مواقع التواصل الاجتماعي تحت رقابة المؤسسات والهيئات الأمنية	132	64.7	44	21.6	28	13.7	2.50	0.72	4
تطوير نظم الأمن السيبراني في مصر	124	60.7	68	33.4	12	5.9	2.54	0.60	6
تبنّي مؤسسات الدولة لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها إحدى الوسائل الفاعلة في تدعيم الانتماء الوطني	126	61.8	60	29.4	18	8.8	2.52	0.65	5
تنمية التفكير النقدي لدى الشباب المصري ليتمكنوا من تقييم المحتوى المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي	156	76.5	44	21.5	4	2.0	2.74	0.47	1
تبنّي مؤسسات التعليم الثانوي والجامعي مقررات تسهم في تطوير مهارات التربية الإعلامية لدى الشباب	148	72.7	36	17.6	20	9.7	2.62	0.65	3

تكشف البيانات في جدول (8) عن تأييد الشباب المصري مجموعة من المقترحات والإجراءات التي يرون أنها تزيد من فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم

الانتماء الوطني لديهم، فقد أكدوا وبنسبة كبيرة جدًا تصل إلى (76.5%) ضرورة تنمية التفكير النقدي الذي يمكّن الشباب من تقييم المحتوى المنشور عبر هذه المنصات، لاسيما المحتوى الذي يؤثر سلبيًا على الانتماء الوطني، وهو ما يدعّم استثمار مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام وتدعيم الروح الإيجابية لدى الشباب، كما يؤكد الشباب المصري وبنسبة (73.6%) ضرورة اتخاذ مجموعة من الإجراءات التي تنعكس على تنظيم المحتوى المنشور عبر هذه المواقع، ومن أهمها الأطر التشريعية ومواثيق الشرف الأخلاقية ومدونات السلوك، كما يرى الشباب المصري وبنسبة (72.7%) ضرورة تطوير مهاراتهم للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال مقررات خاصة بالتربية الإعلامية في مؤسسات التعليم الجامعي وقبل الجامعي، ومن النتائج المهمة التي تفتح مجالًا لكثير من التساؤلات البحثية من جانب، وتعكس إدراك الشباب المصري لمخاطر هذه المواقع على الانتماء الوطني لديهم من جانب آخر؛ أن (64.7%) من الشباب المصري يوافقون على وضع مواقع التواصل الاجتماعي تحت رقابة المؤسسات والهيئات الأمنية، وفي مقابل ذلك، لا بُدَّ أن تتبنى مختلف مؤسسات الدولة هذه المواقع بوصفها إحدى الوسائل الفاعلة في تدعيم الانتماء الوطني، وتتفق هذه النتائج مع **دراسة خلود مليانى**، التي أشارت إلى مجموعة من الاستراتيجيات المقترحة لتفعيل دور الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز قيم الانتماء الوطني لدى طلاب الجامعات السعودية، ومن أبرزها "سنّ قوانين وتشريعات تنظم عمل هذه الشبكات بمهنية وموضوعية وشفافية وفق تلك القوانين وعلى أسس الانتماء الوطني وقيمه ومبادئه"[57]

ثانيا: اختبار فروض الدراسة:

- **الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعا لعادات استخدامهم لهذه المواقع.**

جدول (9)

وجود فروق في تقدير الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعا لعادات استخدامهم لهذه المواقع

	عادات الاستخدام		ك	متوسط الرتب	قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تقدير الشباب المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني	مستوى الاستخدام	دائما	128	113.59	4.275	2	0.118
		غالبا	64	98.94			
		نادرا	12	81.33			
	معدّل الاستخدام اليومي	أقل من ثلاث ساعات	42	96.60	2.127	2	0.345
		من ثلاث ساعات إلى أقل من 6 ساعات	80	98.10			
		6 ساعات فأكثر	82	109.82			
	ن		204				

باستخدام معامل كا^2، توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق في تقدير الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعًا لمتغير مستوى الاستخدام، حيث بلغت قيمة مربع كاي 4.275 عند مستوى معنوية 0.118 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، كما تظهر البيانات الإحصائية أيضًا عدم وجود فروق في تقديراتهم تبعًا لمعدّل الاستخدام اليومي، فقد بلغت قيمة كا^2 2.127 عند مستوى معنوية 0.345 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، وتفسّر الدراسة ذلك بارتفاع نسبة مستوى ومعدّل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي من جانب الغالبية العظمى من الشباب الجامعي عينة الدراسة، كما أوضحت نتائج الجداول الخاصة بعادات الاستخدام في موضع سابق من الدراسة الراهنة ؛ حيث لم تظهر أيَّ فروق بين الشباب في عادات الاستخدام يجعلها تنعكس على رؤيتهم لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم؛ فالغالبية العظمى تتسم بكثافة التعرّض، وهو ما يتوافق مع الافتراض الرئيس لنظرية الغرس الثقافي، التي ترى أن "التعرّض المكثّف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يشكّل تدريجيًا إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط به نتيجة للتعرّض التراكمي لوسائل الإعلام بصفة عامة، والتلفزيون بصفة خاصة". **وهذا يعنى رفضًا كليا لصحة هذا الفرض، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات الشباب المصري**

الجامعى لدور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى لديهم تبعا لعادات استخدامهم لهذه المواقع.

- **الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير الشباب المصري الجامعى لدور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى لديهم تبعا لسماتهم الديموغرافية (النوع، ومنطقة الإقامة، والتخصص العلمى، ونمط التعليم).**

جدول (10)

وجود فروق في تقدير الشباب المصري الجامعى لدور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى لديهم تبعا لسماتهم الديموغرافية

السمات الديموغرافية		ك	قيمة Z	مستوى المعنوية
تقدير الشباب المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى لديهم	النوع: ذكر	62	0.108	0.914
	النوع: أنثى	142		
	محلّ الإقامة: قرية	56	0.048	0.962
	محلّ الإقامة: مدينة	148		
	التخصص العلمى: علوم إنسانية نظرية	82		
	التخصص العلمى: علوم إنسانية تطبيقية	122		
	نمط التعليم: حكومى	102	1.277	0.202
	نمط التعليم: أهلى	40		
	نمط التعليم: خاص	62		
	ن	204		

تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعًا لسماتهم الديموغرافية المختلفة، حيث جاءت قيمة Z غير دالة إحصائيًا في المتغيرات الأربعة، ووفقًا للنتائج الكمية والإحصائية في الجدول، فإن الدراسة تنتهي إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات الشباب المصري الجامعي لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لديهم تبعًا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، ومحل الإقامة، والتخصص العلمي، ونمط التعليم)، وربما يرجع ذلك إلى الإدراك الواعي من جانب الشباب المصري لأهمية الانتماء الوطني، وأنه لا يمكن أن تتداخل أية متغيرات للتأثير في هذا الإدراك لإحدى أهم القيم الإنسانية. كما يمكن أن يرجع ذلك إلى ما تتميز به الهوية الوطنية المصرية من تقارب في العادات والتقاليد والقيم والأنساق

الاجتماعية والنسيج الوطني الواحد، كما تدل هذه النتيجة أيضًا على أن الانتماء الوطني إنما هو أحاسيس ومشاعر نفسية واجتماعية تَقْوى وتَضعف طبقًا للتنشئة الاجتماعية للشباب، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه **دراسة منى الخنيني**، من "عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الانتماء إجمالًا لدى طلبة الجامعة تبعًا لسماتهم الديموغرافية"[58]؛ كما أثبتته **دراسة محمد خليل**، التي انتهت إلى أنه "لا يوجد تأثير للمتغيرات الديموجرافية في الانتماء الوطني"[59]، **وهذا يعنى رفضًا كليا لصحة هذا الفرض، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير الشباب المصري الجامعى لدور مواقع التواصل الاجتماعى في تدعيم الانتماء الوطنى لديهم تبعا للمتغيرات الديموغرافية.**

مناقشة النتائج العامة للدراسة:

- توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالانتشار والاستخدام الواسع من قِبَل الغالبية العظمى من الشباب المصري الجامعي؛ لاسيما في ظل الفضاء الذي تمنحه لهم للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يبنون من خلاله علاقات افتراضية مع أشخاص يتبادلون معهم الاهتمامات نفسها، فضلًا عن كونها ساحة لتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات.
- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرّد عالم افتراضي للتواصل وتقديم الخدمات وتبادل الأفكار فقط؛ بل أصبحت تتعامل مع مختلف القضايا بتفاعل مكثّف وعميق يسمح للشباب المصري بتقديم آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول المشكلات والقضايا مهما كانت مستوياتها، كما أنها أضحت روافد رئيسة لبناء وترقية وتدعيم مظاهر وقيم وأسس الانتماء الوطني وأبعاد المواطنة، حيث تقدم عديدًا من الخدمات، وتتيح فرصًا للتواصل البنّاء، وتخلق فضاءات للتفاعل لمعالجة المشكلات التي تهدّد ثوابت الأوطان، كما يمكن توظيف هذه الفضاءات لتدعيم الاندماج الاجتماعي وردم فجوة الفوارق المجتمعية عبر التواصل المباشر، فهي وسائط يمكن استغلالها لخلق بيئات التواصل ومناخ التشارك والتقارب، ومعالجة الاحتقانات الداخلية بين مختلف الطبقات والمجموعات المكوّنة للمجتمع المصري، الأمر الذي لا يمكن معه تجاهل واستبعاد الدور المحوري الذي يمكن أن تؤديه هذه المواقع وتوظيف النماذج الناجحة للشباب المصري الذين استغلوا الوجه الإيجابي

لهذه المنصات في تدعيم الانتماء الوطني وتعزيزه لديهم، في إطار المرحلة الراهنة التي تشهد تفاعلًا حضاريًا وثقافيًا متعدد الأوجه، وفي سياق تجليات العولمة والتحوّلات الاجتماعية والتكنولوجية العابرة للحدود.

- على الرغم مما سبق؛ أبرزت الدراسة أن الشباب المصري الجامعي يرى وجود مخاطر لمواقع التواقع التواصل الاجتماعي، ومعوّقات يمكن أن تحول دون الفاعلية الكاملة لهذه المنصات في تدعيم مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسه لدى الشباب المصري في ظل التهديدات والمخاطر التي أفرزتها، أهمها: الترويج للدعايات المغرضة، وتحفيز اتجاهات التفكك والعنف، والصراعات الاجتماعية والطائفية، ودعم خطابات التطرف بما يؤثر سلبًا في البناء الفكري ومنظومة القيم الوطنية لدى الشباب، كما أوضحت الدراسة أن الشباب المصري الجامعي يدرك تمامًا مخاطر هذه المنصات على الانتماء الوطني، حيث ساعدت على التفكك الأسري، وقلّلت من أهمية الروابط الاجتماعية والولاء والانتماء للوطن، في مقابل تعزيز الارتباط والانتماء العالمي، ومناصرة الحريات الشخصية على حساب الانتماء الوطني والقيم الجماعية، فهي تعمل على تجفيف منابع الشعور الجمعي بالانتماء والولاء للوطن، وقطع صلات الشباب المصري بتاريخهم وعاداتهم وتقاليدهم، في مقابل الارتباط بالقيم العولمية الجديدة، واغتيال الرموز والقدوات التاريخية والوطنية في عقول الشباب ووجدانهم، بما يؤثر سلبًا على الكيان القيمي والاجتماعي والتاريخي والرمزي لديهم، ومن ثمّ التأثير في ثوابت الانتماء والهوية الوطنية.
- أكّد الشباب المصري الجامعي وبتقديرات كمّية مرتفعة –أثبتتها الدراسة– مجموعة من الآليات والسياسات المقترحة لزيادة فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ ثوابت الانتماء الوطني وتدعيمها لديهم؛ فعلى الرغم من مخاطر هذه المواقع على الانتماء الوطني، إلا أنّ لها قدرات هائلة في صناعة وترسيخ مظاهر وقيم وأسس وثوابت الانتماء الوطني والمواطنة؛ ويتوقف ذلك _ من وجهة نظر الشباب_ على مدى فاعلية أساليب وأنماط استخدامها، وترشيد توجهاتها بما يدعم ويعزّز الانتماء الوطني، ومدى إيجابية آليات المراقبة، ومواءمة مواثيق الشرف والتشريعات والقوانين التي من شأنها تنظيم المحتوى المنشور على هذه المواقع.

مصادر الدراسة ومراجعها:

1 محمد عبد المولى عطية، تعرض طلاب الجامعات للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالانتماء الوطني لديهم، رسالة ماجستير غير منشوره، جامعة المنصورة، كلية الآداب قسم الإعلام؛ إذاعة وتلفزيون، 2021.

[2] رباب عبد الرحمن هاشم، إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع، العدد 19، يناير 2020، ص ص 183: 230.

[3] إبراهيم الذهبي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الجزائري، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي، المجلد 2، العدد 2، ديسمبر 2019، ص ص 55:43.

[4] منى عبد العزيز الخنيني، أسلوب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية وعلاقته بالانتماء لدى طلاب الجامعات السعودية، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، العدد (7) ديسمبر 2019م، ص ص 312-342.

[5] أميرة أحمد كوكش، دور شبكات التواصل الاجتماعى في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمّان، 2017.

[6] خلود عبد الله ملياني، دور الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم الانتماء الوطني لدى طلاب الجامعات السعودية.

[7] محمد إسماعيل خليل؛ الانتماء الوطني لدى مستخدمي بعض شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة الزقازيق، العدد 12: نوفمبر 2014، ص ص 309: 363.

[8] رحاب طلعت محمد، الانتماء للوطن لدى المراهقين على بعض مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، اليوتيوب)، مجلة دراسات الطفولة، معهد الراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد 17، عدد 63، أبريل 2014، ص ص 29-34.

[9] إسلام جميل الطهراوى، الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمى شبكة التواصل الاجتماعى من طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية التربية، 2014.

[10] زياد أحمد أبو الغنم، دور وسائل الإعلام في تعزيز الولاء والانتماء الوطني، رسالة دكتوراة، السودان، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، 2013م.

[11] Cheung, C. M. & Lee, M.K., A Theoretical Model of International Social Action in Online Social Networks, Decision Support Systems, vol. 49, 2010, pp. 24-30.

[12] Zhang, Y. & Tang, S.T., Why and How Facebook Satisfies You: Collective Self-esteem, Emotional Openness, Communication Apprehension as Predictors of Facebook Uses and Gratifications, Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, 2009.

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

[14] صبري عبد الهادي، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر؛ عدد 57: المجلد الثاني، 2021، ص ص 767: 806.

[15] سامية عواج، التشبيك الاجتماعي وتأثيره على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية الاجتماعية، مجلد (1) عدد 12، 2020م.

[16] بكوش إبراهيم وعطاء الله عبد الرحمان، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، مذكرة مكمّلة للماجستير، جامعة الشهيد حمة لخضر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2020.

[17] حميد مسلم السعيدي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز أبعاد المواطنة لدى الشباب، مجلة في العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة عين شمس، 2019، ص ص 110: 131.

[18] خالد منصر، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2018م.

[19] حفيظة بنت سليمان البراشدية، تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب العماني، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية؛ جامعة السلطان قابوس، مجلد 9، عدد 2، 2018، ص ص 111: 123.

[20] عبد الله محمد صفرار، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمان، 2017.

[21] نزهة حنون، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، العدد 8، 2017، ص ص 67: 80.

[22] نهى بنت علي حسن جبر :دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات في المجتمع السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية، 2017.

23 ماجد سالم تربان، فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة دراسة مسحية على نشطاء التواصل الاجتماعي من طلاب الجامعات، مجلة الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية، العدد16 ، بيروت، سبتمبر 2016.

[24] بوشلاغم حنان، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي، مجلة دفاتر، جامعة محمد الصديق بن يحي، العدد 17، 2016، ص ص 225: 252.

[25] الغريب زاهر إسماعيل، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات، مركز الدراسات جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية والبحوث، 2015م.

[26] نمر فهد الرشيدي، درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى طلبة جامعة حائل ومعوقات توظيفها رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية التربية، 2015 .

[27] Polat, Rabia Karakaya and Pratchett, Lawrence: Citizenship in the Age of the Internet: A Comparative Analysis of Britain and Turkey, Political Studies Association, Edinburgh. (2010)

[28] Masek, Jan: CitizenshipEducationandMedia Pedagogy: Developing Citizenship Skills with Media Environments, in Ross, A. & Cunningham, P. (eds.) Reflecting on Identities: Research, Practiceand Innovation. London: (2008) CiCe,pp.713:716

[29] http://portal.mohesr.gov.eg/ar-eg/Pages/Home.aspx

[30] عرض الباحث الاستبانة على عددٍ من السادة الأساتذة المحكمين:

- أ.د. حسن نيازي الصيفي: أستاذ الإعلام بجامعتي الملك فيصل والأزهر.
- أ.د. رزق سعد: أستاذ الإعلام المشارك بجامعة مصر الدولية.
- أ.د. سامي الشريف: أستاذ الإعلام بالجامعة الحديثة والقاهرة.
- أ.د. شعيب الغباشي: أستاذ الإعلام بجامعتي البحرين والأزهر.
- د. فودة محمد علي: أستاذ الإعلام المشارك بجامعتي الملك فيصل والأزهر.

[31] حسن عماد مكاوي وليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص 304.

[32] Eman Mosharafa, "All you Need to Know About: The Cultivation Theory", Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: Arts & Humanities – Psychology, Vol.15 No.8, 2015

[33] Raziye Nevzat ,et.al.,"Reviving Cultivation Theory for Social Media",The Asian Conference on Media, Communication & Film Conference, 2018

[34] محمد أبو فودة، دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر بغزة، 2006، ص 36

[35] دومينك شنابر وكريستيان باشولييه، ما المواطنة؟ ترجمة؛ سونيا محمود (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2016)، ص 11.

[36] من هذه الدراسات:

- سامية عواج، مرجع سابق، ص 23.
- منى بنت عبد العزيز الخنيني، مرجع سابق ص 337.
- ماجد سالم تربان، مرجع سابق ص26.

[37] خالد منصر، مرجع سابق، ص 218.
[38] مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، رسالة ماجيستر غير منشورة، جامعة باتنة، قسم العلوم الانسانية، 2012 م، ص 111.
[39] بكوش إبراهيم وعطاء الله عبد الرحمان، مرجع سابق ص16.
40 من أبرز هذه الدراسات:
- رباب عبد الرحمن هاشم، مرجع سابق، ص 203.
- إبراهيم قلواز؛ غربي محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، معهد العلوم القانونية والإدارية، المجلد الثالث/ العدد السادس/ الجزائر، ديسمبر 2018م، ص ص 201: 213.

[41] Laura O.Walz."The relashionship between college Students use of social Networking sites and their sense of belonging"K Unplished, PhD.(West Hartford:university of harrtford,2008)P.24

[42] عمرو بشار، استخدامات الشباب الجامعي لتطبيق الواتس آب في الحصول على الأخبار المحلية والمعلومات والاشباعات المتحققة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، عمان، 2019م، ص 109.
[43] خلود عبد الله ملياني، مرجع سابق، ص19.
[44] محمد علي السويد، استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود، كلية الإعلام والاتصال، 1436هـ.ص 29.
[45] أمل محمد البدنة، هديل أبا الخيل، استخدام تطبيق سناب تشات مصدرًا للأخبار باعتباره وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية للوضع الراهن والمستقبلي، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد 4 العدد 3، المركز القومي للبحوث، غزة، فلسطين، 2018م، ص ص 68: 97.
[46] من هذه الدراسات:
- زياد أحمد أبو الغنم، مرجع سابق.
- موسى بن بدر الطريسي، دور الإعلام الجديد في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2016م.

[47] من هذه الدراسات:
- بوشلاغم حنان، مرجع سابق، ص 181.
- إبراهيم الذهبي، مرجع سابق، ص51.

[48] عثمان عامر، المواطنة في الفكر الغربي المعاصر: دراسة نقدية من منظور إسلامي، مجلة دمشق-المجلد 19، العدد الأول 203، ص225.
[49] زياد أحمد أبو الغنم، مرجع سابق، ص 56
[50] إبراهيم قلواز؛ غربي محمد، مرجع سابق، ص 201.
[51] خلود عبد الله ملياني، مرجع سابق، ص 20.

52 Masek, Jan. Op., Cit.,p714

[53] موسى بن بدر الطريسي، مرجع سابق، ص 76.
[54] الغريب زاهر إسماعيل، مرجع سابق، ص 15.
[55] بكوش إبراهيم وعطاء الله عبد الرحمان، مرجع سابق، ص 64.
[56] رباب عبد الرحمن هاشم، مرجع سابق، ص 207.
[57] خلود عبد الله ملياني، مرجع سابق، ص34.
[58] منى عبد العزيز الخنيني، مرجع سابق، ص 329.
[59] محمد إسماعيل خليل؛ مرجع سابق، ص 359.

References

- Attia, M. (2021), taearad tulaab aljamieat lilshaayieat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bialaintima' alwatanii ladayhim, risalat majistir ghayr manshurihi, jamieat Almansura, kuliyat aladab qism al'iielami; Alezaa watilfizyun.
-Hashim, R. (2020). 'iidrak alshabab aljamieii limakhatir mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa alaintima' alwatanii, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, 19(4), 183: 230.
-Aldhahabi, I. (2019). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi taeziz alhuiat alwataniat ladaa alshabab aljazayirii, majalat alshaamil lileulum altarbawiat walaijtimaeiati, jamieat Alshahid Hamat likhadr-Alwadi, 2(2), 55:43.
-Alkhanayni, M. (2019). 'uslub aistikhdam wasayil altawasul alaijtimaeii al'iiliktruniat waealaqatih bialaintima' ladaa tulaab aljamieat alsaeudiati, majalat aleulum altarbawiat waldirasat al'iinsaniati, 7 (2), 312-342.
-Kukash, A. (2017). dawr shabakat altawasul alaijtimaeaa fi nashr thaqafat altasamuh min wijhat nazar talbat aljamieat Al'urduniya, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alsharq Al'awsat, kuliyat al'iielami, Amman.
-Khalil, M. (2014). alaintima' alwataniu ladaa mustakhdimi baed shabakat altawasul aliaijtimaeii, majalat eulum al'iinsan walmujtamaei, jamieat Alzaqaziq, aleadad 12(1): 309: 363.
-Muhamad, R. (2014). alaintima' lilwatan ladaa almurahiqin ealaa baed mawaqie altawasul alaijtimaeii (alfis buk, alyutyubi), majalat dirasat altufulati, maehad alraasat aleulya liltufulati, jamieat Ain shams, 63(1), 29-34.
-Altthrawee, I. (2014), alhajat alnafsiat almushbaeat ladaa mustakhdimaa shabakat altawasul alaijtimaeaa min talabat aljamieati, risalat majistir ghayr manshuratin, aljamieat Al'iislamia Ghaza, kuliyat altarbiati.
-Abu alghanam, Z. (2013), dawr wasayil al'iielam fi taeziz alwala' walaintima' alwatanii, risalat dukturata, alsuwdan, jamieat 'Om dirman al'iislamiati, maehad buhuth wadirasat alealam Al'iislami.
- Cheung, C. M. & Lee, M.K., A Theoretical Model of International Social Action in Online Social Networks, Decision Support Systems, vol. 49, 2010, pp. 24-30.
- Zhang, Y. & Tang, S.T., Why and How Facebook Satisfies You: Collective Self-esteem, Emotional Openness, Communication Apprehension as Predictors of Facebook Uses and Gratifications, Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, 2009.
- Laura O.Walz."The relashionship between college Students use of social Networking sites and their sense of belonging"K Unplished, PhD.(West Hartford:university of harrtford,2008)
-Abd alhady, S. (2021). shabakat altawasul alaijtimaeii wadawruha fi taeziz qiam almuatanat ladaa alshabab alsiynawy, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielami, jamieat Al'azhar; 57(2), 767: 806.
- Awwag, S. (2020), altashbik alaijtimaeii watathiruh ealaa qiam almuatanat ladaa alshabab aljazayirii, majalat albahith fi aleulum al'iinsaniat alaijtimaeiati, 12(1), 2020m.

-Ibrahim, B. (2020), dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi taeziz qiam almuatanati, mudhakiratan mkmmlt lilmajistir, jamieat Alshahid Hamat likhadr, kuliyat aleulum alaijtimaeiat wal'iinsaniati.
-Alsaeidi, H. (2019), dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi taeziz 'abead almuatanat ladaa alshababi, majalat fi aleulum altarbawiati, kuliyat altarbiati, jamieat Ain shams. 110: 131.
-Monsar, K. dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi taeziz qiam almuatanat ladaa alshabab aljazayiri, risalat dukturat ghayr manshuratin, jamieat Batnat, kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, qism eulum al'iielam walaitisali.
-Al-Barashdia, H. (2018), tathirat shabakat altawasul alaijtimaeii ealaa qiam almuatanat ladaa alshabab aleumani, majalat aladab waleulum alaijtimaeiati; jamieat Alsultan Qabus, 2(1), 111: 123.
-Sifrar, A. (2017). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tarsikh qiam almuatanat min wijhat nazar alshabab aljamieii aleamani, risalat majistir, jamieat Alsharq Al'awsat, kuliyat Al'iielam, Amman.
-Hanun, N. (2017). astikhdam mawaqie altawasul aliajtimaeii waneikasatiha ealaa qiam almuatanat ladaa alshabab aljazayirii, majalat aleulum al'iinsaniati, jamieat Alearabi bin Mahidi, 8(3), 67: 80.
- Jabr, N. (2017): dawr baramij altawasul alaijtimaeii alaiftiradii fi taeziz qiam almuatanat ladaa altaalibat aljamieiaat fi almujtamae alsaeudii, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Nayif alearabiat lileulum al'amniati, kuliyat aleulum alaijtimaeiati.
- Tirban, M. (2016). faeiliat shabakat altawasul alaijtimaeii fi tadeim qiam almuatanat dirasatan mushiatan ealaa nushata' altawasul alaijtimaeii min tulaab aljamieati, majalat alaitisal waltanmiati, dar alnahdat alearabiati, 16(2), Birut.
-Bushlaghim, H. (2016), dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi taeziz watarsikh qiam almuatanat ladaa altaalib aljamiei, majalat dafatar, jamieat Muhamad Alsidiyq bin Yahya, 17(4), 225: 252.
-Ismaeil, N. (2015). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi taeziz qiam almuatanat watashkil alraay aleami ladaa muntasibi aljamieati, markaz aldirasat jamieat Nayif alearabiat lileulum al'amniat walbuhuthi.
-Alrushidi, N. (2015). darajat tawzif 'aeda' hayyat altadris limawaqie altawasul alaijtimaeii fi nashr qiam almuatanat ladaa talbat jamieat hayil wamueawiqat tawzifiha risalat dukturat ghayr manshuratin, jamieat Alyrmwk, kuliyat altarbiati.
- Polat, Rabia Karakaya and Pratchett, Lawrence: Citizenship in the Age of the Internet: A Comparative Analysis of Britain and Turkey, Political Studies Association, Edinburgh. (2010)
- Masek, Jan: CitizenshipEducationandMedia Pedagogy: Developing Citizenship Skills with Media Environments, in Ross, A. & Cunningham, P. (eds.) Reflecting on Identities: Research, Practiceand Innovation. London: (2008) CiCe,pp.713:716
- http://portal.mohesr.gov.eg/ar-eg/Pages/Home.aspx
- Mikawi, H., Hassayn, L. (1998). alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, Alqahira, aldaar Almisriat Allubnaniati.

- Eman Mosharafa, "All you Need to Know About: The Cultivation Theory", Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: Arts & Humanities – Psychology, Vol.15 No.8, 2015
- Raziye Nevzat ,et.al.,"Reviving Cultivation Theory for Social Media",The Asian Conference on Media, Communication & Film Conference, 2018
-Muhamad, A. (2006), dawr al'iielam altarbawii fi tadeim alaintima' alwatanii ladaa altalabat aljamieiiyin fi muhafazat ghazat, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Al'azhar Ghaza.
-Shanabir, D. (2016), ma almuatinatu? tarjamatu; Sunya Mahmud (alqahirati: almarkaz alqawmia liltarjamati, 2016), s 11.
- Numar, M. (2012). aistikhdam mawaqie alshabakat alaijtimaeiat watathirih fi alealaqat alaijtimaeiati, dirasatan ealaa eayinat min mustakhdimi alfisbuk fi Aljazayar, risalat majistr ghayr manshuratin, jamieat Batnata, qism aleulum alansaniati.
- Qulwaz, I. (2018). gharbiun muhamad, dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi sinaeat qiam almuatanati, almajalat aljazayiriat lilhuquq waleulum alsiyasiati, maehad aleulum alqanuniat wal'iidariati, 6(1), 201: 21
[59] Laura O.Walz."The relashionship between college Students use of social Networking sites and their sense of belonging"K Unplished, PhD.(West Hartford:university of harrtford,2008)P.24
-Bashar, A. (2019). aistikhdamat alshabab aljamieii litatbiq alwats ab fi alhusul ealaa al'akhbar almahaliyat walmaelumat walashubaeat almutahaqiqati, risalat majistir, jamieat Alsharq Al'awsat, kuliyat alaelam, Amman.
- Alsuwid, M. (1436). aistikhdamat alshabab alsueudii limawqie altawasul alaijtimaeii (tuytir) watathiriha ealaa darajat ealaqatihim biwasayil al'iielam altaqlidiati, bahath muqadim limutamar wasayil altawasul alaijtimaeii: altatbiqat wal'iishkalat almanhajiata, Alriyad, jamieat Al'iimam Muhamad bin Saeud, kuliyat al'iielam walaitisali.
- Albadnat, A. (2018). hadil 'aba alkhayl, aistikhdam tatbiq sanab tshat msdran lil'akhbar biaietibarih wasilatan min wasayil altawasul alaijtimaeii: qira'atan tahliliatan lilwade alraahin walmustaqbali, almajalat alearabiat lileulum wanashr al'abhathi, almarkaz alqawmia lilbuhutha, Ghazat, Filastin, 3(4), 68: 97.
- Alturisi, M. (2016). dawr al'iielam aljadid fi taeziz alhuiat alwataniat ladaa alshabab aljamieia, risalat majistir, Alriyad: jamieat Nayif alearabiat lileulum al'amniati.
-Amir, O. (2015). almuatanat fi alfikr algharbii almueasiri: dirasat naqdiat min manzur 'iislami, majalat Dimashq.1(2).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

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

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: 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 63 October 2022 - part 3**
- **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.