



تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

على رأس المال الاجتماعي والسعادة لدى المقيمين في دولة الإمارات

(دراسة ميدانية على عينة من المقيمين العرب وغير العرب في دولة الإمارات)

صفا عثمان*، علياء عنتر**

مقدمة

لقد تزايد الاهتمام الدولي في الآونة الأخيرة بسعادة المواطنين وجودة الحياة وقياساتها، ورافقه اهتمام دولة الإمارات العربية المتحدة برعاية المواطنين والمقيمين على أرضها وسعادتهم؛ حتى أنها أنشأت وزارة السعادة عام ٢٠١٦، التي تتبنى بدورها برنامجاً وطنياً للسعادة وجودة الحياة، الذي يشمل تضمين هذه المفاهيم في بيئات العمل كافة، واعتبارها أسلوب حياة في المجتمع والاهتمام بقياسه؛ وهنا تبرز مقولة صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم - نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي - "أن تكون السعادة والإيجابية شعارنا ومنهج حياة" (بوابة حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة ٢٠٢٠)، وتأتي دولة الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الأولى عربياً للعام السادس على التوالي، طبقاً لتقرير السعادة العالمي لعام ٢٠٢٠ الذي أطلق في ٢٠ مارس ٢٠٢٠، تزامناً مع اليوم الدولي للسعادة، وجاء الوافدون في المرتبة الـ ١٩ عالمياً في مقياس السعادة طبقاً لتقرير السعادة العالمي لعام ٢٠١٨؛ وذلك إيماناً من الدولة بأن المشاركة الفعالة في بناء المجتمع تبدأ أولاً بالاندماج والثقة في المجتمع؛ وبالتالي الإحساس بالسعادة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من الأذرع المهمة على مستوى الأفراد والحكومات في تحقيق السعادة لأفرادها - خاصة مع الارتفاع الملحوظ في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة بين المواطنين والمقيمين - بما يعزز دورها الملحوظ في تفاعل المقيمين واندماجهم في المجتمع الإماراتي، إلا أن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء ودعم والحفاظ على رأس المال الاجتماعي للمواطنين عامة والمقيمين على أرض دولة الإمارات خاصة، وعلاقة ذلك بسعادتهم ورضاهم عن حياتهم - خاصة أن دولة الإمارات تهتم بتحقيق سعادة الأفراد والمجتمع وتوفير الرخاء والرفاهية والاستقرار لشعبها والمقيمين على أرضها على حد سواء - وبالرغم من

* أستاذ مشارك، كلية الإعلام - جامعة عجمان.

** أستاذ مساعد، كلية الإعلام - جامعة عجمان.



تتامي اهتمام الدراسات الإعلامية بشبكات التواصل الاجتماعي، التي ينصب معظمها على الفيسبوك؛ فإن هناك قلة في الأبحاث التي تهتم بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي للمقيمين في الدول العربية (الإمارات نموذجًا) وعلاقته بشعورهم بالسعادة المتمثلة في الإحساس بتقدير الذات والرضا عن حياتهم الاجتماعية، وعلاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتدعيم علاقات المغتربين الاجتماعية في وطنهم الأم خارج الإمارات وعلاقاتهم الاجتماعية داخل الإمارات على حد سواء.

وتبحث هذه الدراسة عن مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في دعم رأس المال الاجتماعي للمقيمين في دولة الإمارات، وترصد حركة انتقال رأس المال الاجتماعي الافتراضي إلى المجتمعات الفعلية وتأثيره في سعادتها الحقيقية.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على علاقة كثافة استخدام المقيمين العرب وغير العرب لمواقع التواصل الاجتماعي وتكوين والحفاظ على رأس المال الاجتماعي لديهم من جهة، وتأثير رأس المال الاجتماعي على سعادة المقيمين من جهة أخرى متمثلة في: (تقدير الذات- الرضا عن الحياة). وتدرس المتغيرات الديموغرافية الوسيطة المؤثرة على العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي مثل: (الجنسية "عربية وغير عربية"، النوع، العمر، الدخل).

أهداف الدراسة

- معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي للمقيمين في دولة الإمارات.
- مقارنة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي - بأبعاده الثلاثة - والسعادة على المقيمين العرب وغير العرب.
- معرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية على رأس المال الاجتماعي والسعادة لدى المقيمين في دولة الإمارات.
- الكشف عن العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسعادة لدى المقيمين في دولة الإمارات.
- رصد حركة العلاقات الاجتماعية من العالم الواقعي إلى الافتراضي Offline to Online، وحركتها من العالم الافتراضي إلى العالم الواقعي Online to Offline.

أهمية الدراسة

- قلة الدراسات التي اهتمت بدراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والرفاهية والسعادة في المجتمع عامة، وخاصة سعادة المغتربين من المقيمين في غير أوطانهم.



- تتيح الدراسة إمكانية المقارنة بين استخدامات المجتمع العربي والمجتمع غير العربي المغترب لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية المتمثلة في بناء علاقات جديدة في الدولة المضيفة، وتدعيم علاقاتهم الاجتماعية المتواجدة في وطنهم الأم والحفاظ عليها، وسعادتهم المتمثلة في تقدير الذات والرضا عن حياتهم في الإمارات الدولة المضيفة.
- طبيعة الجمهور المستهدف؛ حيث تسمح الدراسة بالكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في دمج المغتربين من جميع الجنسيات في الدولة المضيفة، والتأقلم مع مكوناتها، وعلاقة ذلك بسعادة المغتربين، والمتمثلة في الإحساس بتقدير الذات، والرضا عن الحياة الاجتماعية في الدولة المضيفة.
- اهتم معظم الدراسات التي تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي لمستخدميها بالتركيز على بعدين فقط من أبعاد رأس المال الاجتماعي، هما: توثيق العلاقات الاجتماعية وتقويتها مع الأهل والأقارب Bonding، وتجسير العلاقات الجديدة ومدّها مع أشخاص جدد Bridging، بينما لم يكن هناك اهتمام كافٍ بدراسة رأس المال المؤسسي Linking، الذي يتضمن علاقات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي مع المؤسسات.
- ترصد الدراسة اتجاه العلاقات من افتراضية لعلاقات واقعية، والعكس، وتقدم نموذجاً لشبكة العلاقات الاجتماعية للمغتربين في دولة الإمارات على مواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار النظري للدراسة

تنطلق الدراسة من نظرية رأس المال الاجتماعي Social Capital Theory، التي بدأ تطبيقها في المجتمعات الفعلية، ثم تم تطبيقها مع ظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الذي أعاد تسمية مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى رأس المال الاجتماعي الافتراضي، بما يوفر ديناميكيات للتفاعل بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي لرأس المال الاجتماعي، وهو ما أسماه (Brandtzaeg 2011: 457) بتأثير الإحلال الاجتماعي Social Displacement Effect إشارة إلى أن العلاقات الإلكترونية حلت بدلاً عن العلاقات الحقيقية الفعلية. وأشار كل من (Blanchard & Horan 2000) إلى أن هناك نوعاً من التحولات في اتجاه العلاقات والتفاعلات بين الأفراد في السياقات الافتراضية؛ حيث تتحول العلاقات من السياقات الواقعية إلى العلاقات الافتراضية على الإنترنت، والعكس صحيح، وأشارا إلى أن التفاعل بين الجماعات الافتراضية يقوم على عنصري تبادل المعلومات، والدعم الاجتماعي؛ حيث يمتلك الفرد شبكة من العلاقات الإلكترونية، يمكن من خلالها اكتساب المعلومات، وتحقيق منافع تتأرجح بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي.

وهناك ثلاثة أشكال لرأس المال الاجتماعي، أولاً: رأس المال الاجتماعي التواصلي Bonding، الذي يربط بين الأفراد المتشابهين، وموجه إلى داخل الجماعة، ويعمل على تأكيد الهوية، وتدعيم التجانس داخل



الجماعة، ونجد أن رأس المال الاجتماعي التواصلي يتشكل من شبكات ذات علاقات اجتماعية شخصية وحميمية؛ كأفراد العائلة والأصدقاء المقربين. ثانيًا: رأس المال الاجتماعي العابر Bridging، الذي يربط بين أفراد شديدي التباعد، ويوجه إلى خارج الجماعة، ويربط بين أفراد تربطهم علاقات ضعيفة؛ حيث يكتسب الأفراد من خلال عضويتهم مجموعة من المهارات والمعارف والعلاقات الاجتماعية؛ مما يولد لديهم نوعًا من الثقة في المجتمع، ويدفعهم للمشاركة والاندماج في المجتمع وأنشطته. (Putman 2002: 10-11)، ويحقق رأس المال الاجتماعي العابر لمستخدم موقع الفيسبوك التطلع إلى الخارج؛ بحيث يتقبل وجهات نظر الآخرين المختلفين عنه، وينظر إلى خبرات أخرى مختلفة عن محيطه اليومي، وينظر إلى نفسه بوصفه جزءًا لا يتجزأ من شبكة اجتماعية واسعة النطاق، وأن يجري اتصالات مع مجموعة واسعة من الأفراد، فضلًا عن انتشار مبدأ المعاملة بالمثل والتبادل مع المجتمع الأوسع (باسمين ٢٠١٤). ثالثًا: رأس المال الاجتماعي الرابط Linking، وهو مؤلف من الشبكات الاجتماعية، والثقة بين الناس الذين يتفاعلون عن طريق القوى المؤسسية الرسمية المعلنة، أو أصحاب السلطات في المجتمع بما يوفر المعلومات والموارد في اتجاه عمودي، ويشمل علاقة الأفراد بالسلطات وصناع القرار، وتنتمى العلاقة هنا بالترسمية، وتأخذ اتجاهًا عموديًا رأسيًا، أما العلاقات الاجتماعية في النوعين السابقين من رأس المال التواصلي ورأس المال العابر فهي علاقات غير رسمية، وتأخذ الاتجاه الأفقي (Aldrich 2012: 33).

إن أهم العناصر المكونة لرأس المال الاجتماعي هي الثقة، التي تعد أهم مكونات رأس المال الاجتماعي، وثمة علاقة طردية بين ارتفاع معدل الثقة بين الأفراد وحدوث التعاون الاجتماعي، وهناك عاملان مرتبطان يساهمان في نمو الثقة في المجتمع الحديث المعقد، هما: معايير التبادلية، والمشاركة المدنية، وهما بدورهما يمثلان المؤشرين الآخرين لرأس المال الاجتماعي، ويوضح بوتنام أن حجم شبكات المشاركة المدنية يساهم في تعزيز الثقة من جهة، وتعزيز معايير التبادلية من جهة أخرى، كما أن معايير التبادلية ترسخ قيمة الثقة بين أعضاء المجتمع (Häuberer 2011). وفيما يأتي عرض لأدبيات الدراسات السابقة.

العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي

اهتم الكثير من الدراسات ببحث العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي لدى المستخدمين. فقد وجد (Brandtzaeg 2012) في دراسته لعينة زمنية ممتدة، مكونة من ٢٠٠٠ نرويجي أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي أظهروا تفوقًا في ثلاثة أبعاد ذات صلة برأس المال الاجتماعي، وهي: التفاعل وجهًا لوجه؛ وعدد المعارف؛ وتجسير العلاقات الضعيفة مع الغرباء. فالهدف الرئيس لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل والتقارب مع أقرانهم، والتعرف على أخبار الآخرين، واكتساب المعلومات، والتقارب مع الأقران إلكترونيًا؛ مما يسهل أشكال التعلم. واعتمدت مجموعة من الدراسات الأجنبية منهج الدراسات التتبعية الممتدة زمنيًا، كدراسة: (Brandtzaeg 2011) الممتدة زمنيًا لمدة ثلاث سنوات لعينة من ٣١١ من مستخدمي الفيسبوك باستخدام الاستبيان الإلكتروني،



وتوصلت إلى أن تزايد استخدام الفيسبوك ارتبط بزيادة الروابط الاجتماعية مع الأسرة والأقارب والأصدقاء (رأس المال التواصل)، كما ارتبط بزيادة العلاقات أو الروابط الاجتماعية الضعيفة مع المعارف إلكترونياً فقط (رأس المال العابر)، وكشفت نتائج الدراسة التتبعية التي أجراها (Burke & Marlow 2011) أن من أكثر التغيرات الحادثة في سلوك استخدام الفرد للفيسبوك تتمثل في زيادة في رأس المال العابر Bridging Social Capital؛ إذ أعرب المبحوثون عن أنهم يستخدمون الفيسبوك لتبادل العلاقات مع الآخرين، التي قد تفيدهم في بناء رأس المال الاجتماعي العابر، كالتواصل مع زملاء العمل؛ أو التواصل لاكتساب معلومة عن الوظائف الجديدة، ومن ضمن النتائج المفاجئة نقص العلاقة بين استخدام الفيسبوك ورأس المال التواصل Bonding Social Capital، ويمكن تفسير تلك النتيجة بناء على فكرة تعدد وسائل الإعلام؛ إذ إن الاتصال بأصدقائنا المقربين يتم من خلال عدد كبير من القنوات، منها: الاتصال وجهًا لوجه؛ مما يجعل ظهور تلك العلاقات القوية عبر الفيسبوك أقل من ظهور العلاقات العابرة.

بينما ركزت دراسة (Pénard & Poussing 2010) بشكل أساسي على تأثير المتغيرات الديموجرافية على رأس المال الاجتماعي الافتراضي المكتسب من استخدام الإنترنت؛ حيث أظهرت الدراسة أن مستوى الدخل والمستوى التعليمي له تأثير محدود على الاستثمار الإلكتروني لرأس المال الاجتماعي، أما المتغير الذي كان له تأثير فهو متغير العمر، وخلصت الدراسة إلى أن الأفراد الماهرين في تكنولوجيا الإنترنت، والأفراد الذين لديهم أوقات فراغ كبيرة، والأفراد الذين لديهم رصيد كبير من رأس المال الاجتماعي أكثر احتمالية لاستخدام الإنترنت للحفاظ على قاعدة رأس المال الاجتماعي لديهم وتوسيعها.

اهتمت بعض الدراسات بالمقارنة بين تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية والإنترنت على رأس المال الاجتماعي، كدراسة جبر وزملائها (Geber, Scherer & Hefner 2016) التي أثبتت تفوق الإنترنت على وسائل الإعلام الجماهيرية، وكشفت عن أن استخدام الإنترنت نجح في تقوية رأس المال الاجتماعي لدى مستخدميها وتدعيمها مقارنة باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية.

وفي تطبيقات بحثية على المجتمعات العربية اهتم معظم الدراسات العربية ببعدين فقط من أبعاد رأس المال الاجتماعي الافتراضي؛ رأس المال التواصل، ورأس المال العابر، كما ركز معظمها على علاقة استخدام الفيسبوك من دون غيره من مواقع التواصل الاجتماعي برأس المال الاجتماعي؛ فأسفرت دراسة نجلاء محمود (٢٠١٢) التي طبقتها على ٣١٣ مبحوثاً عن أن الفيسبوك يدعم أوجه العلاقات الاجتماعية التقليدية، ويخلق سبلاً لتدعيم أشكال من العلاقات الاجتماعية الافتراضية الجديدة، ويزيد اندماج الأفراد في المجتمع المحلي والعالمي، ويدعم مشاركتهم في الشؤون العامة، بما يمثل قاعدة يمكن توظيفها في حفز قوى التنمية.

وتوصلت دراسة علاء الشامي (٢٠١٣) التي استهدفت دراسة تأثير استخدام المجتمع السعودي في الرياض للفيسبوك على دعم رأس المال الاجتماعي، إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية



بين استخدام الفيسبوك ومعدلات تحقق رأس المال الاجتماعي بمستوياته؛ رأس المال الاجتماعي العابر
Bridging Social Capital، ورأس المال الاجتماعي التواصلي Bonding Social Capital.

وفي دراسة هيثم جودة (٢٠١٦) على عينة قوامها ٣٥٤ من طلاب الجامعة في مصر
والسعودية، توصلت إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين حجم رأس المال الاجتماعي لدى الشباب
الجامعي وكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث توجد فروق ناتجة عن تأثير معدل إدماج
مواقع التواصل الاجتماعي على رأس المال الاجتماعي لصالح المعدل المرتفع، ودلت نتائج الدراسة أيضاً
على وجود علاقة بين رأس المال الاجتماعي وتقدير الذات، والثقة في العلاقات الاجتماعية.

وكشفت دراسة شيرين محمد كدواني (٢٠١٨) عن تأثير شبكة العلاقات الاجتماعية الإلكترونية
على صفحات النقاش في الفيسبوك على رأس المال الاجتماعي لدى المتفاعلين عبر الصفحات، وفي هذا
الإطار أجرت الباحثة دراسة تحليلية لمحتوى صفحات النقاش، ودراسة ميدانية على ١٠٠ شخص من
أعضاء الصفحات النقاشية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن صفحات النقاش الاجتماعي نجحت في تشكيل
شبكة من العلاقات الاجتماعية بين أعضائها، وإظهار الثقة المتبادلة والتعاون والمساعدة بينهم، كما ساعدت
في دعم رأس المال الاجتماعي التواصلي والعابر لدى أعضائه، وأسهمت هذه الصفحات النقاشية في ترسيخ
قيم الرغبة في مساعدة الآخرين، والتعاون، والاحترام المتبادل، والاختلاف في الرأي من دون تجريح.

في حين اهتمت دراسة ياسمين محمد (٢٠١٤) بالمؤشرات النفسية المرتبطة بإنشاء الروابط
والعلاقات المختلفة؛ وبالتالي تراكم رأس المال الاجتماعي العابر والتواصلي، التي تضم الرضا عن الحياة
والثقة بالنفس واحترام الذات بوصفها مؤشرات للحالة النفسية للاستخدام المكثف لمواقع الشبكات
الاجتماعية، ولإنشاء العلاقات مع الآخرين، والحصول على المعلومات وفرص العمل والدعم الاجتماعي
والعاطفي، والمشاركة السياسية والمدنية. كما توصلت دراسة داليا عاصم (٢٠١٥) إلى أن الفيسبوك دعم
رأس المال الاجتماعي بنوعيه لدى المستخدمين؛ حيث كانت تستخدم عينة الدراسة الفيسبوك للتواصل مع
أصدقائهم الحاليين، وتكوين علاقات جديدة فيما يعرف بالتشبيك مع المزيد من الأصدقاء. كما اهتم بكير
(٢٠١٧) بدراسة اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات التواصل الاجتماعي عن طريق الهواتف الذكية
وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم؛ حيث أظهرت الدراسة أن مستوى رأس المال الاجتماعي التواصلي
لدى الشباب السعودي أعلى من مستوى رأس المال الاجتماعي العابر، وأنه كلما زادت كثافة استخدام
الشباب السعودي لتطبيقات الهواتف الذكية زادت ثققتهم في العلاقات الاجتماعية، وزاد تقدير الذات لديهم،
وزادت أيضاً مهارات التواصل الاجتماعي لديهم؛ وبالتالي زاد رأس المال الاجتماعي.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك قلة من الدراسات التي طبقت على المجتمع الإماراتي، التي ركز
معظمها على رأس المال الاجتماعي: الرابط والعابر - فقط - فتوصلت دراسة (Shen, & Khalifa (2015)
التي طبقت على عينة من شباب الجامعات في دولة الإمارات العربية المتحدة إلى أن الفيسبوك ساعد



المبجوثين في تطوير علاقات قوية مع الآخرين، وأظهرت الدراسة أن الأفراد الأكثر اشتراكاً في أنشطة الفيسبوك كانوا أكثر تطويراً لأنواع مختلفة من رأس المال الاجتماعي، وكان استخدام الفيسبوك بكثافة يرتبط ارتباطاً إيجابياً برأس المال الوصل، إلا أنه لم يكن سبباً رئيساً لتطوير رأس المال الاجتماعي العابر. كما هدفت دراسة عزة عبد العظيم (٢٠١٩) إلى اكتشاف مدى إدراك الإماراتيين لرأس المال الاجتماعي الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية قوية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي (العابر) Bridging على حساب رأس المال (التوصلي) Bonding.

ومما سبق نستخلص أن نتائج معظم الدراسات أشار إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في مد العلاقات الجديدة Bridging على حساب الحفاظ على العلاقات القوية Bonding، وأن هناك نقص اهتمام بالبعد الثالث المكمل لرأس المال الاجتماعي، وقلة في الدراسات التي اهتمت باتجاه العلاقات الاجتماعية من العالم الافتراضي Online إلى الواقعي Offline، أو العكس.

علاقة رأس المال الاجتماعي بالسعادة

بينما أشارت دراسات كثيرة إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة المشاعر السلبية كالغيرة؛ والحقد؛ والاكتئاب؛ والقلق، كدراسة: (Vannucci et al. (2017), Scherr et al. (2018)، اهتمت دراسات أخرى بتأثير كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السعادة والمشاركة الإيجابية والتطوع وغيرها من السلوك والمشاعر الإيجابية، وبما أن السعادة مفهوم نسبي، فهناك دراسات تعد رأس المال الاجتماعي أحد مقومات السعادة؛ ففي دراسة تحليلية لعناصر السعادة في تسع من الدول الصناعية الغنية أظهر التحليل الإحصائي أن السعادة والرضا عن الحياة مرتبطان ببعضهما، وأن السعادة تتوقف على العلاقات المستقرة، وخصائص الدولة التي يقيم فيها الفرد، وأشارت الدراسة إلى أن رأس المال الاجتماعي هو أهم مؤشرات السعادة لدى المقيمين في كل دولة، واستخلصت دراسة (Leung et al. (2011 أن هناك علاقة دالة إحصائية بين سعادة المهاجرين ورأس مالهم الاجتماعي، متمثلة في الثقة في الأشخاص والمؤسسات في كندا. وأيضاً اهتم الكثير من الدراسات باختبار العلاقة بين استخدام الطلاب الجامعيين بالتحديد للفيسبوك والسعادة، التي تم قياسها من خلال متغيرات مختلفة في كل دراسة؛ فتوصلت دراسة (Kim & Lee (2011 على عينة من الطلاب الجامعيين قوامها (٣٩١) إلى أن عدد الأصدقاء على الفيسبوك وطريقة تقديم صورة إيجابية عن ذواتهم على الفيسبوك ترتبط ارتباطاً إيجابياً بالسعادة والراحة الشخصية للمستخدم، وإدراك أن الصداقات والعلاقات عبر الفيسبوك مثلها مثل الصداقات التقليدية تعمل بوصفها مصدراً رئيساً للدعم الاجتماعي له تأثير على علاقة عدد الأصدقاء والسعادة.



وهذا ما أكدته دراسة أماني ألبرت (٢٠١٢) من وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام طلاب الجامعات المصرية للفيسبوك والشعور بالرضا عن الحياة الاجتماعية، والثقة الاجتماعية وتقدير الذات، التي عبرت عنها الدراسة بمصطلح الرفاهية الاجتماعية Social Wellbeing، كما توصلت إلى أن كثافة استخدام الفيسبوك والاتجاهات المحابية له ساعدت في التقليل من الشعور بالوحدة والخجل لدى طلاب الجامعات عينة الدراسة، وأيضاً توصلت دراسة (Srivastava 2015) للنتيجة نفسها، وهي تأثير استخدام الفيسبوك على الرضا عن الحياة والسعادة الشخصية بين الطلاب الجامعيين على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين عدد الأصدقاء على الفيسبوك ومعدلات المبحوثين على مقاييس السعادة والرضا عن الحياة.

بينما توصلت دراسات أخرى إلى أن هذه العلاقة ضعيفة؛ كدراسة (Valenzuela 2009) التي أظهرت وجود علاقة غير قوية بين رأس المال الاجتماعي والرضا عن الحياة الاجتماعية، والثقة والمشاركة لدى الطلاب، وفسرت الدراسة ذلك بأن الرضا لدى الأفراد عن الحياة والثقة والمشاركة في الأنشطة الجمعية يتأثر بسماتهم الشخصية وخبراتهم الحياتية وتنشئتهم الاجتماعية في مرحلة المراهقة واستخدامهم وسائل الإعلام الإخبارية.

مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي لدى المقيمين في دولة مضيضة

اهتمت قلة من الدراسات بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على حفاظ المغتربين على العلاقات الاجتماعية وتكوين علاقات جديدة واندماجهم في الدولة المضيفة، التي تنوعت بين المغتربين والمهاجرين؛ ففي دراسة عن المهاجرين إلى أوروبا أظهر المهاجرون مستويات أقل من الشعور بالسعادة مقارنة بنظرائهم من السكان الأصليين في غرب أوروبا، وأرجعت الدراسة السبب في ذلك إلى أن ضعف رأس المال الاجتماعي هو مصدر محتمل لعدم المساواة في الشعور بالرفاهية الذاتية؛ فاختلاف الشبكات الاجتماعية والحوافز اللغوية والثقافية مثل عوائق الاندماج والسعادة، كما مثل فجوة بين المهاجرين غير الأوروبيين والسكان الأصليين، وأوضحت أن رأس المال الاجتماعي عنصر حاسم في تقليل الفجوة بين المهاجرين والسكان الأصليين؛ حيث كان المهاجرون الأوروبيون أكثر اندماجاً من غير الأوروبيين (Tegegne & Glanville 2019).

واهتم بعض الدراسات بدوافع استخدام المغتربين لمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث توصلت دراسة (McKechnie et al. 2012) إلى أن المغتربين في دبي اهتموا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأن أسرهم وأصدقاءهم أعضاء في تلك المواقع، ولكي يظلوا على تواصل مع أسرهم وأصدقائهم، إلى جانب استخدام تلك المواقع للالتقاء بأصدقاء جدد، ولجمع المعلومات عن الأفراد أو المنتجات، أو متابعة الأحداث الجارية في البلد المضيفة.



أما دراسة (Li et al. (2014) فقد استهدفت مقارنة دوافع استخدام الطلاب الصينيين المقيمين في الولايات المتحدة الأمريكية لمواقع التواصل الاجتماعي في الدولة المضيفة والدولة الأم، وبلغ حجم العينة ٢١٠ طالبا جامعيًا، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام الطلاب الصينيين لمواقع التواصل الاجتماعي ارتبط ارتباطًا إيجابيًا برأس المال العابر للحفاظ على علاقاتهم الضعيفة داخل الولايات المتحدة الأمريكية، والتي تتيح لهم تكوين شبكات اجتماعية أوسع للحصول على المعلومات والمصادر المتنوعة، وأكدت الدراسة أن الفيسبوك يستخدم بكثافة من جانب الطلاب الصينيين المقيمين في الولايات المتحدة الأمريكية للتواصل مع أصدقائهم داخل بلادهم الأم أو البلد المضيفة. وهذا ما أكدته دراسة أجراها (Theemling (2013 عن المغتربين في نيوزيلندا للتعرف على الطرق التي يستخدم بها المغتربون في نيوزيلندا مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية الأخرى أثناء عملية التكيف والاندماج مع المجتمع النيوزلندي؛ حيث كان الفيسبوك أكثر المنصات استخدامًا بينهم؛ للتواصل مع الآخرين، والحفاظ على العلاقات الشخصية مع الأصدقاء والأسرة. كما أجرى (Damian & Ingen (2014 استبيانًا على عينة من ٧٤٩ من المهاجرين الهولنديين، وركز الاستبيان على قياس استخدام المهاجرين لموقعي الفيسبوك و Hyves في نيوزيلندا، وخلصت الدراسة إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بعدد الروابط بالجماعات الخارجية Outgroups، بينما لم تظهر أية علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعدد الروابط بالجماعة الداخلية، وكشفت عن اهتمام المهاجرين بأنشطتهم الإلكترونية؛ لتأسيس علاقات مع مواطني الدولة التي يعيشون فيها، فالنجاح في تكوين تلك العلاقات عامل مهم لنجاح عملية التكيف مع الدولة التي يعيشون فيها، كما كان لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي على جودة العلاقات الاجتماعية؛ إذ إنها الأداة الأساسية لتحسين الخطاب الذاتي Self-Discourse، وتحسين خبراتهم، والتعبير عن مشاعرهم في الاتصال مع أصدقائهم عبر الإنترنت.

ومما سبق تشير نتائج الدراسات السابقة إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقات اجتماعية جديدة، والحفاظ على رأس المال الاجتماعي القائم بالفعل، وإيجاد روابط للتواصل مع المؤسسات؛ وبالتالي الاندماج في أنشطة المجتمع والثقة المتبادلة بين أفرادها، بما يوضح أهميتها للمغتربين والمقيمين في دولة مضيفة، ودورها في اكتساب الثقة بين أفراد المجتمع والانخراط في أنشطته؛ مما يعد مصدرًا للسعادة والشعور بالإيجابية، المتمثلة في تقدير الذات، والرضا عن الحياة في الدولة المضيفة.

فروض الدراسة

- الفرض الأول: هناك فروق في كثافة استخدام مواقع التواصل باختلاف النوع، والجنسية (عربية- غير عربية)، والتعليم، والدخل، والحالة الوظيفية.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسعادة لدى المغتربين.



- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي لدى المغتربين (رأس المال التواصل- رأس المال العابر - رأس المال الرابط الرأسي).
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين الثقة الاجتماعية على مستويات رأس المال الاجتماعي الثلاثة والسعادة لدى المغتربين.
- الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين رأس المال الاجتماعي والثقة الاجتماعية.
- الفرض السادس: هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المغتربين العرب وغير العرب في دولة الإمارات العربية المتحدة في كل ما يأتي:
 - كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
 - رأس المال الاجتماعي (العابر - التواصل- الرابط).
 - السعادة.
 - الثقة.

منهج الدراسة

استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة لعينة متاحة قوامها (٣٠٠) مقيم من العرب وغير العرب أعمارهم من (١٨ إلى أكثر من ٦٠ سنة).

عينة الدراسة

عينة متاحة Available Sample قوامها (٣٠٠) مبحوث، موزعة بالتساوي بين المقيمين العرب وغير العرب في الإمارات السبع ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨ سنة فأكثر، بمختلف المستويات التعليمية، وحاولت الباحثة تمثيل فئات مختلفة ممثلة لمجتمع المقيمين من الجنسيات العربية وغير العربية المتنوعة، وتم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان؛ نسخة مصممة باللغة الإنجليزية، وأخرى باللغة العربية.

اختبار الصدق والثبات في الدراسة الميدانية

للتأكد من صدق الاستمارة الظاهري والمحتوى معاً تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع للاستفادة من ملاحظاتهم بشأن الاستمارة، ومن خلال آرائهم، تم تعديل بعض الأسئلة وفئاتها من حيث الحذف، والإضافة تبعاً لملاحظاتهم، ثم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية^(١).

(١) أ.د./أحمد فاروق رضوان. أستاذ مشارك بكلية الاتصال الجماهيري. جامعة الشارقة.

أ.د.م/ حسام سلامة أستاذ مشارك بكلية الإعلام - جامعة عجمان.

أ.د/ سعيد ناصف أستاذ بقسم الاجتماع. كلية الإنسانية والعلوم - جامعة عجمان.



وتم تحقيق الثبات في أداة القياس عن طريق قيام الباحثة بإعادة تطبيق صحيفة الاستقصاء (Test-Re-Test) على مجموعة البحث بنسبة (٥٠%) من عينة الدراسة (٢٢ مفردة) بعد أسبوع من انتهاء العمل الميداني في تطبيقه، وبلغ معامل الثبات الكلي (٠.٩٢)، وهو معامل على درجة مقبولة لثبات صحيفة الاستقصاء بالمقابلة.

مقاييس الدراسة التجميعية

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد متغيرات الدراسة وقياسها كما يأتي:

كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

طبقت الدراسة مقياس Ellison, Stenifield & Lampe (2007) التجميعي لكثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال سؤال المبحوثين ثلاثة أسئلة: أولاً: ما متوسط الوقت الذي يقضيه يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ ثانياً: ما عدد الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي؟ ثالثاً: ما مدى علاقته وارتباطه بمواقع التواصل الاجتماعي؟ وذلك من خلال عدة جمل على مقياس ليكرت الثلاثي (موافق - محايد - معارض) وتشمل العبارات الآتية: جزء من نشاطي اليومي، أشعر بالسعادة والفخر عندما أقول إن لدي حساباً على موقع التواصل الاجتماعي، أشعر بأني منعزل عن الآخرين عندما لا أسجل دخولي لفترة على موقع شبكة التواصل الاجتماعي، أشعر بأني جزء من مجتمع شبكة التواصل الاجتماعي، سأشعر بالأسف إذا تم إغلاق موقع التواصل الاجتماعي.

رأس المال الاجتماعي

وتم قياسه بسؤال المبحوثين عن مدى موافقتهم على بعض العبارات التي تعبّر عن الاندماج، والثقة على مستوى الأبعاد الثلاثة لرأس المال الاجتماعي، وذلك باستخدام مقياس (ليكرت الخماسي) الذي تتراوح بدائل الإجابة عليه بين الآتي: موافق بشدة (٥) - موافق (٤) - محايد (٣) - معارض (٢) - معارض بشدة (١).

ويتكون مقياسي الاندماج والثقة على مستوى الأبعاد الثلاثة لرأس المال الاجتماعي:

أولاً: الاندماج طبقاً للأبعاد الثلاثة لرأس المال الاجتماعي

طبقت الدراسة المقاييس التي طورتها جامعة مينيسوتا لقياس الاندماج والثقة طبقاً للأبعاد الثلاثة لرأس المال الاجتماعي (Chazdon, Allen, Scheffert & Horntvedt 2013)، وتم تعديل صياغة بعض الجمل بما يتوافق مع المجتمع الإماراتي، كما يأتي:



- مقياس رأس المال الاجتماعي (التواصلي) Bonding: ويشمل سبع جمل هي: هناك عدة شخصيات في الإمارات أثق فيها وألجأ إليها لحل مشاكلي إذا احتجت سلفة مالية ملحة، هناك شخص في الإمارات أستطيع الطلب منه، هناك أشخاص في الإمارات أثق فيهم وأستطيع أن أطلب منهم النصيحة في قراراتي المهمة، الشخصيات التي أتفاعل معها في الإمارات ستكون مرجعا لي للحصول على وظيفة جيدة، لا أعرف الناس بشكل كافٍ لعمل أي شيء مهم بالنسبة لي، الشخصيات التي أتفاعل معها تكون محفزاً لي لتنمية مهاراتي، يجتمع أعضاء المجتمع لمساعدة الجار في قضاء حاجة مهمة له.
- مقياس رأس المال الاجتماعي (العابر) Bridging: ويتضمن خمس عبارات هي: أشعر بأني جزء من مجتمع الإمارات، أنا مهتم بما يدور في مجتمع الإمارات، التفاعل مع الأشخاص المختلفة في مجتمع الإمارات جعلني أجرب أشياء جديدة، أنا على اتصال بأشخاص جديدة طوال الوقت في الإمارات، التفاعل مع الناس في الإمارات يذكّرني بأن كل شخص في العالم متصل بالآخر.
- مقياس رأس المال الاجتماعي المؤسسي (الرابط) Linking: ويشمل سبع عبارات تم تعديلها بما يتناسب مع المجتمع الإماراتي، هي: التفاعل مع المؤسسات في الإمارات يجعلني أشعر برفاهية في الحصول على المعلومات والمساعدة، أجد استجابة سريعة لتساؤلاتي واستفساراتي من المؤسسات في الإمارات، أجد حلاً سريعاً ومباشراً لمشاكلي خلال تفاعلي مع المؤسسات في الإمارات، تفاعلي مع المؤسسات في الإمارات يجعلني مهتماً بالأنشطة والمبادرات الاجتماعية، التفاعل مع المؤسسات في الإمارات يجعلني أهتم بحضور الاجتماعات الرسمية، أتصل بالآخرين في مجتمعي لعرض موضوع ما والمشاركة برأيي فيها، أحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والدينية في الإمارات.

ثانياً: الثقة الاجتماعية طبقاً للأبعاد الثلاثة لرأس المال الاجتماعي

وتم قياس الثقة الاجتماعية من خلال مقياس خماسي يتكون من إحدى عشرة جملة، تتضمن:

الثقة على مستوى رأس المال الاجتماعي التقاربي مع الأهل والأصدقاء وتعبّر عنها الجملتان الآتيتان: أثق في الجيران، أثق في زملائي في العمل، والثقة على مستوى العلاقات المتباعدة مع المعارف والأشخاص من الجنسيات والثقافات المتنوعة، وتعبّر عنها الجمل الأربع الآتية: أثق في أشخاص من ثقافات مختلفة، أثق في أشخاص يشاركونني النادي نفسه والأنشطة نفسها، أثق في أشخاص من جنسيات مختلفة، أثق في شخصيات جديدة على المجتمع، والثقة في المؤسسات الرسمية في الدولة المضيفة وتعبّر عنها الجمل الخمس الآتية: أثق في المؤسسات التعليمية في المجتمع الإماراتي، أثق في المؤسسات الصحية في الإمارات، أثق في مؤسسات الخدمة الاجتماعية في الإمارات، أثق في مؤسسات تطبيق القانون في الإمارات، أثق في المؤسسات الإعلامية الإماراتية.

تم قياس السعادة من خلال المقياس التجمعي لمقياسي تقدير الذات Self-Esteem Scale والرضا عن الحياة Satisfaction with Life in UAE، كما يأتي:

١. مقياس تقدير الذات Self-Esteem طبقت الدراسة مقياس (Rosenberg 1989) طبقاً لمقياس ليكرت الخماسي، ويتكون مقياس تقدير الذات من سبع جمل كالاتي: أشعر بأني شخص يستحق التقدير- وأني على قدم المساواة مع الآخرين- أشعر بأني أمتلك الكثير من الصفات الجيدة- لدي القدرة على إنجاز أمور كثيرة- أشعر بأنه ليس لدي ما أفخر به- لدي اتجاه إيجابي نحو نفسي- بشكل عام أنا راضٍ عن نفسي.

٢. مقياس الرضا عن الحياة Satisfaction With Life Scale (SWLS) الذي صممه (Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E. & Smith H. L. (1999))، وطبقت الدراسة هذا المقياس لقياس درجة الرضا عن الحياة في الإمارات، بعد إجراء تعديلات طفيفة على المقياس؛ ليشير بشكل محدد إلى سياق الحياة في الإمارات، ويتكون المقياس من خمس جمل كالاتي: في أغلب الحالات حياتي في دولة الإمارات تعد نموذجية- أحوال حياتي في الإمارات ممتازة- أنا راضٍ عن حياتي في الإمارات- لقد حصلت على الأشياء المهمة التي أبحث عنها في الإمارات- إذا كان في إمكاني الحياة وقتاً أكثر في الإمارات لن أغير شيئاً في الغالب.

نتائج الدراسة

أولاً: عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المقيمين في دولة الإمارات أكثر المواقع تفضيلاً لدى عينة الدراسة:

- جاء موقع التواصل الاجتماعي Facebook في المرتبة الأولى من حيث تفضيلات أفراد العينة، ف Twitter في المرتبة الثانية، ثم تساوى Instagram, SnapChat في المرتبة الثالثة من حيث تفضيلات أفراد العينة، ثم اليوتيوب، وفي نهاية القائمة ظهر موقع LinkedIn، ومن حيث التطبيقات جاء تطبيق الواتس أب في المرتبة الأولى لدى المقيمين في الإمارات بوصفه أداة من أدوات التواصل الاجتماعي، وقد اتفقت تلك النتيجة مع عدد من الدراسات، التي أكدت أن الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل المتابعين والمتصفحين لمواقع التواصل الاجتماعي، ومنها: دراسات محمد فتحي (٢٠١٥)، وهشام فتحي (٢٠١٥)، ودعاء الغوابي (٢٠١٤)، ونرمين خضر (٢٠٠٩)، ومحمود عبد القوي (٢٠٠٩)، كما اتفقت أيضاً مع إحصائيات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء (٢٠١١)، التي أكدت انتشار استخدام الفيس بوك في مصر، وأيضاً دراستي غادة البطريق (٢٠١١)، وأشرف جلال (٢٠٠٩).



عدد الأصدقاء المتواجدين بمواقع التواصل الاجتماعي لدى المقيمين في دولة الإمارات:

جدول (١) عدد الأصدقاء المتواجدين بمواقع التواصل الاجتماعي لدى المقيمين في دولة الإمارات

الموقع		فيس بوك		إنستجرام		سناب شات		لينكد إن		تويتر	
عدد الأصدقاء		%		ك		%		ك		%	
أقل من مائة صديق		٣	١	١٠	٣.٣	٣٣	١١	٢٢	٧,٣	١١	٣,٧
من ١٠٠ إلى أقل من ٢٠٠ صديق		٤٧	١٥.٧	١٩	٦.٣	٦٥	٢١,٧	٥٠	١٦,٧	٣٩	١٣
من ٢٠٠ إلى أقل من ٣٠٠ صديق		٣٠	١٠	٦٦	٢٢	٧٠	٢٣,٣	٦٠	٢٠	٤٤	١٤,٧
من ٣٠٠ إلى أقل من ٤٠٠ صديق		٦٨	٢٢.٧	٣٣	١١	١٠٠	٣٣,٣	٣٥	١١,٧	٦٧	٢٢,٣
من ٤٠٠ إلى أقل من ٥٠٠ صديق		٥٣	١٧.٧	١٠٢	٣٤	٣٠	١٠	٨٠	٢٦,٧	٩٣	٣١
أكثر من ٥٠٠		٩٩	٣٣	٧٠	٢٣,٣	٢	٠,٧	٥٣	١٧,٧	٤٦	١٥,٣

عند النظر إلى أي المواقع الاجتماعية حظي بأصدقاء أكثر من ٥٠٠ صديق، نجد أن الفيس بوك جاء في المرتبة الأولى، وذلك بنسبة ٣٧% من بين مواقع التواصل الاجتماعي، التي كان لديهم فيها أكثر من ٥٠٠ صديق، أعقبه في الظهور الإنستجرام بنسبة ٢٦.٣%، وفي المراتب الأخيرة ظهر تويتر، ثم سناب شات، وهي النتيجة التي تتفق مع دراسة داليا عاصم (٢٠١٥)، المتمثلة في أن موقع الفيس بوك أسهم في تحسين رأس المال الاجتماعي بأنواعه لدى مستخدميه؛ إذ إن نصف العينة يتراوح عدد أصدقائهم من ٣٠٠ إلى ٦٠٠ صديق، وأن أكثر من نصف العينة يحرص على وجود صفحات شخصية خاصة به Page لمزيد من التواصل مع الأصدقاء وتكوين علاقات جديدة، وأن ٧ من كل ١٠ يرغبون في تعميق علاقاتهم الاجتماعية والترابط مع المزيد من أعضاء الفيس بوك.

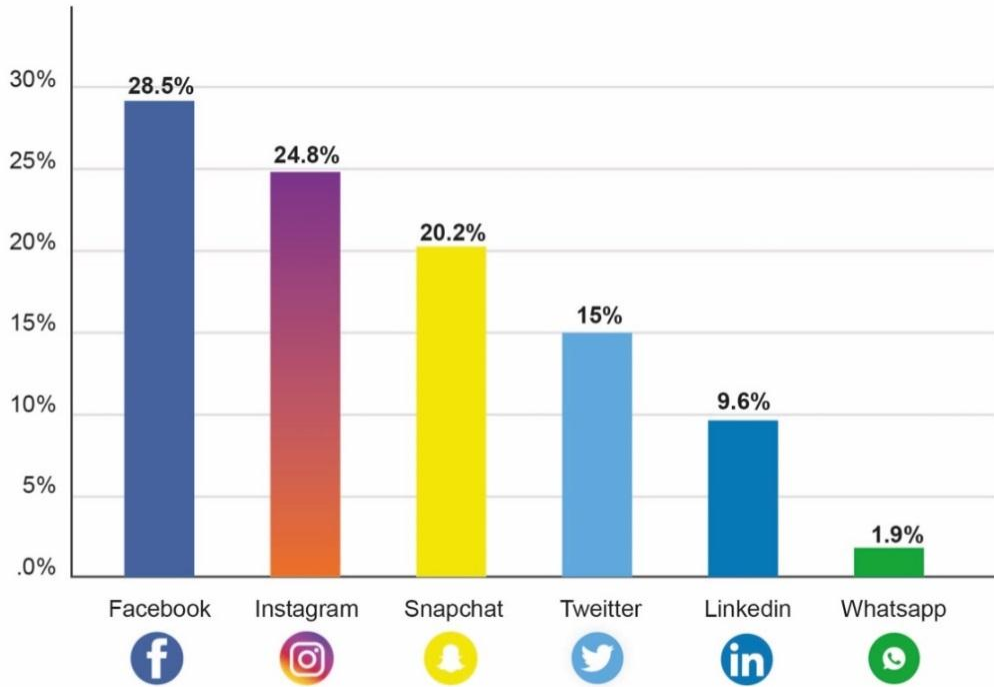
كثافة استخدام المقيمين بالإمارات لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٢) مقياس تجميعي لكثافة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل^(١)

كثافة الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
متوسط	٢١٩	٧٣	٢,٠١	٠,٥١
منخفض	٥١	١٧		
مرتفع	٣٠	١٠		
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠		

^(١) تتكون درجات المقياس من (صفر إلى ١٠٠)، حيث إن الدرجة (صفر) تدل على انعدام استخدام مواقع التواصل، والدرجات ما بين (الصفر إلى ٥٠) تشير إلى التدرج في التعرض البسيط لهذه المواقع حتى الوصول إلى توازن مفردات العينة في الاستخدام، وتدل الدرجة (٥٠) على توازن مفردات العينة من حيث استخدام مواقع التواصل، والدرجات ما بين (٥٠ - ١٠٠) تشير إلى التدرج من الاستخدام المتوازن لمواقع التواصل إلى الاستخدام التام لها، حيث إن الدرجة (١٠٠) تشير إلى الاستخدام التام لمواقع التواصل، والجدير بالذكر أنه تم حساب متوسط كل عبارة بحيث تصبح الإجابة المعبرة على أقل معارضة بـ (درجة واحدة) والعبارة التي تعبر عن أعلى موافقة بـ (ثلاث درجات).

- اتضح من نتائج التحليل الكمي أن استخدام عينة الدراسة وقع في إطار الاستخدام المتوسط، وذلك بنسبة ٧٣%، بمتوسط حسابي ٢٠٠١ وانحراف معياري ٠,٥١، وعند النظر إلى النتائج بشكل أكثر تفصيلاً نجد أن:
- موقع الفيس بوك كان أكثر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث كثافة الاستخدام، وذلك بمتوسط حسابي ٢٠٥، فالإنستجرام بمتوسط حسابي ٢٠١، ثم سناب شات بمتوسط حسابي ١٠٩، والرسم البياني الآتي يوضح ترتيب المواقع من حيث كثافة الاستخدام.



شكل (١) معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

وقد اتفقت تلك النتيجة مع ما توصلت له دراسة كل من: دعاء الغوايبي (٢٠١٦)، وحمزة السيد (٢٠١٢) من ارتفاع كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهو الأمر الذي يدل على قدرة هذه المواقع على جذب المتابعين لها؛ لتكون بديلاً عن التواصل المباشر مع الآخرين. وأكدت دراسة Bellarmin (2013) أن من أسباب تفضيل عينة الدراسة لاستخدام الفيس بوك مقارنة بالمواقع الأخرى، سهولة الاستخدام والانتقائية العالية والتفاعل النشط، وهي الصفات التي حصل عليها الفيس بوك؛ لكونه الأكثر تفضيلاً بوصفه موقع تواصل اجتماعي؛ حيث أثبتت نتائج الكثير من الدراسات أن موقع الفيس بوك هو أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً؛ مما يدل على تصدر موقع الفيس بوك قائمة مواقع التواصل الاجتماعي، والحفاظ على ترتيبه بين تلك المواقع، إلى جانب زيادة أعداد المستخدمين ونسبهم أيضاً، وقد يرجع ذلك لسهولة استخدامه أكثر من نظرائه من المواقع، والتنوع الموجود في المحتوى من نصوص مكتوبة وصور وفيديوهات، دون التقيد بعدد كلمات أو مدة زمنية للفيديوهات المعروضة.

ثانيًا: الاتجاهات نحو العلاقات داخل مواقع التواصل الاجتماعي وخارجها لدى المقيمين في دولة الإمارات

جدول (٣) مقياس الاتجاهات نحو العلاقات داخل مواقع التواصل الاجتماعي وخارجها لدى المقيمين في دولة الإمارات

الوزن النسبي	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		الاتجاهات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٩.٥٠	٢	٦	٣	٩	٢٥	٧٥	٥٥	١٦٥	١٥	٤٥	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن شخصية قابلتها وأعرفها اجتماعياً.
٥٩.٥١	٥,٧	١٧	١٢,٣	٣٧	٣٢,٣	٩٧	٤٠	١٢٠	٩,٧	٢٩	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المزيد عن أشخاص تعيش بجواري.
٦٢.٢٤	٦,٣	١٩	٨,٣	٢٥	٢٧	٨١	٤٦	١٣٨	١٢,٤	٣٧	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المزيد عن أصدقائي في العمل.
٧٣.٢٤	٣	٩	٣,٣	١٠	١٩,٧	٥٩	٤٧,٧	١٤٣	٢٦,٣	٧٩	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأكون على اتصال بالأصدقاء القدامى.
٧٠.٤٢	٢	٦	٥,٣	١٦	٢٢,٣	٦٧	٤٩,٧	١٤٩	٢٠,٧	٦٢	أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أشخاص جدد، ومقابلتهم اجتماعياً.
٥٨.٢٥	٤,٣	١٣	١٩,٣	٥٨	٢٨,٣	٨٥	٣٥	١٠٥	١٣	٣٩	لأكون على تواصل مع أقاربي وأفراد عائلتي.
٥٥.٧٥	٨.٣	٢٥	٢٠,٣	٦١	٢٨	٨٤	٢٦,٧	٨٠	١٦,٧	٥٠	لقد طورت علاقاتي ببعض أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي لدرجة المشاركة في الأنشطة والمناسبات الاجتماعية.

ومن العبارات السابقة يمكننا أن نستنتج المقياس الخاصة باتجاهات عينة الدراسة نحو (Offline)

(Online to Offline) تحول العلاقات الواقعية بين الأصدقاء إلى علاقات افتراضية، و

العكس من علاقات افتراضية إلى علاقات واقعية بين الأصدقاء، والتي توضح بالجدولين الآتيين:

اتجاهات عينة الدراسة نحو التواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أي

تحول العلاقات من واقعية إلى افتراضية From Offline to Online:

جدول (٤) المقياس التجميعي لاتجاهات عينة الدراسة

نحو التواصل مع الأقارب والأصدقاء القدامى عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاتجاه	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط
مرتفع	١٥٦	٥٢	٠,٥٥	٢,٤٩
متوسط	١٣٥	٤٥		
منخفض	٩	٣		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		



من نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن هناك ٥٢% من عينة الدراسة من ذوي الاتجاه الإيجابي نحو Offline to Online، وذلك بمتوسط حسابي اقتربت درجته من ٢.٥، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة McKechnie et al.، ومن أبرز العبارات التي أدت إلى ارتفاع المقياس نجد:

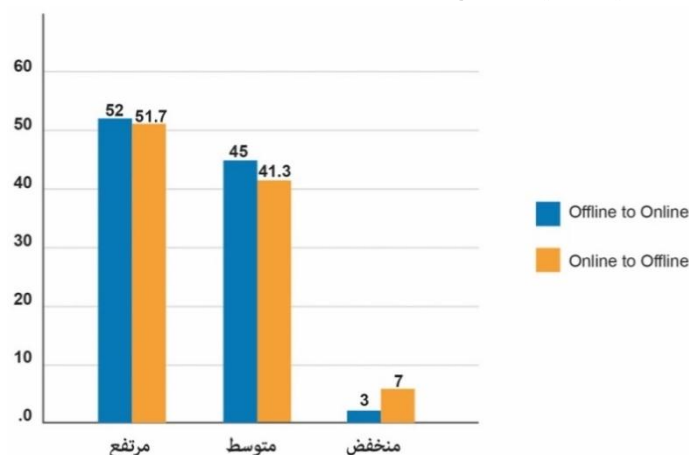
- عبارة "أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأكون على اتصال بالأصدقاء القدامى"؛ حيث جاء الوزن النسبي الخاص بها ٧٣.٢.
- عبارة "أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن شخصية قابلتها وأعرفها اجتماعياً"؛ حيث جاء الوزن النسبي الخاص بها ٦٩.٥.

اتجاهات عينة الدراسة نحو التواصل مع الأصدقاء الجدد عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أي تحول العلاقات من افتراضية إلى واقعية From Online to Offline:

جدول (٥) المقياس التجميعي لاتجاهات عينة الدراسة نحو التواصل مع الأصدقاء الجدد عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط
مرتفع	١٥٥	٥١,٧	٠,٦٧	٢,٤٤
متوسط	١٢٤	٤١,٣		
منخفض	٢١	٧		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

من نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن هناك ٥١,٧% من عينة الدراسة من ذوي الاتجاه الإيجابي نحو Online to Offline، وذلك بمتوسط حسابي اقتربت درجته من ٢.٥، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Theemling & Richard 2013)، وعند النظر إلى الجدول (٣) الخاص بالعبارات المكونة لمقياس الاتجاهات، نجد أن العبارة القائلة "أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أشخاص جدد ومقابلتهم اجتماعياً"، جاءت بوصفها أعلى العبارات؛ حيث جاء الوزن النسبي لها ٧٠.٤؛ مما أسهم في ارتفاع المقياس. والرسم البياني الآتي يوضح المقارنة بين الاتجاهات:



شكل (٢) مقارنة بين اتجاهات عينة الدراسة نحو طبيعة علاقتها مع الأصدقاء القدامى والجدد عبر مواقع التواصل الاجتماعي



يتضح من الشكل البياني السابق عدم وجود فروق كبيرة بين مقياسي الاتجاهات بشقيها، فعند النظر إلى المتوسط الحسابي للمقياسين نجد أن الاتجاهات من علاقات واقعية إلى علاقات افتراضية (Offline to Online) بلغ ٢.٤٩ مقابل ٢.٤٤ للاتجاهات من علاقات افتراضية إلى علاقات واقعية (Online to Offline).

ثالثاً: مكونات رأس المال الاجتماعي لدى عينة الدراسة:

جدول (٦) مقياس رأس المال الاجتماعي "العابر"

المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
مرتفع	٢٠١	٦٧	٠,٤٩	٢,٦٦
متوسط	٩٦	٣٢		
منخفض	٣	١		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

يتضح من الجدول السابق أن هناك ارتفاعاً في رأس المال "العابر"، الذي بلغ المتوسط الحسابي للمقياس الخاص به ٢.٦، وفي هذا السياق نجد أن "بوتنام" أشار إلى رأس المال الاجتماعي العابر Bridging بأنه هو الذي يربط بين أفراد شديدي التباين، ويوجه إلى خارج الجماعة، ويربط بين أفراد من مختلف الطبقات الاجتماعية، ويتجلى ذلك الشكل في الحركات المدنية، والجماعات الدينية (العالمية) التي تدعو للتقارب والتفاهم بين مختلف الكنائس، ويؤكد "بوتنام" أن رأس المال الاجتماعي العابر هو الذي يكون رأس مال اجتماعياً إيجابياً، يسهم في تحقيق الديمقراطية؛ إذ يكتسب الأفراد من خلال عضويتهم مجموعة من المهارات والمعارف والعلاقات الاجتماعية، بما يولد لديهم نوعاً من الثقة المجتمعية تدفعهم للمشاركة في الحياة العامة، والتأثير في صنع القرار؛ مما يدعم الديمقراطية، وأيضاً تتفق تلك النتيجة مع دراسة داليا عاصم (٢٠١٥) في أن ٩٠.٢% من العينة قد ساعدتهم موقع الفيس بوك على التواصل والتشبيك مع زملاء الدراسة، وأن أكثر من نصف العينة ٥٣.٥% من العينة يستخدم "الفيس بوك" للتعبير عن آرائه السياسية؛ مما يسهم في تكوين نمط من أنماط الثقة والحرية، ويدعم الثقافة السياسية للمستخدمين.

جدول (٧) مقياس رأس المال الاجتماعي التواصلي

المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
متوسط	١٥٤	٥١,٣	٠,٥٩	٢,٣٧
مرتفع	١٢٩	٤٣		
منخفض	١٧	٥,٧		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

بالنظر إلى الجدول السابق، الذي يعرض لنا نتائج مقياس رأس المال التواصلي، تؤكد نتائجه أن النسبة الأغلب وقعت في منطقة المتوسط، وقد اقتربت تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة داليا عاصم

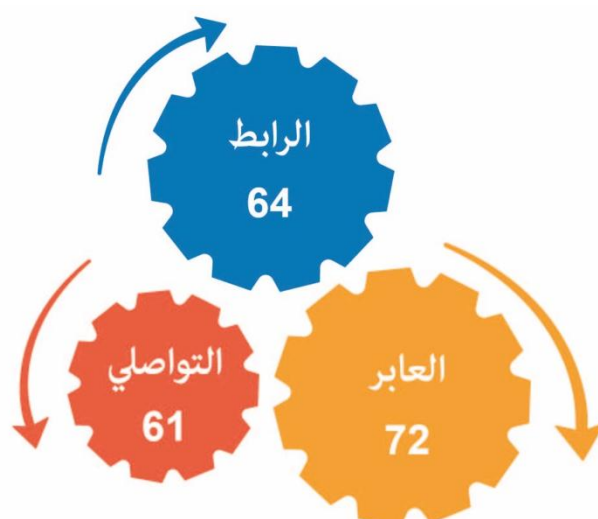


(٢٠١٥)؛ حيث تبين أن الغرض الرئيس من الانضمام لموقع الفيس بوك هو التواصل، والمثير أن ٦٩,٣ % من العينة يتواصلون مع أقاربهم من الدرجة الأولى وأفراد أسرهم، وهو ما يؤكد أن الفضاء الافتراضي يدعم رأس المال الاجتماعي التواصلي Bonding، وفي سياق تحليله لرأس المال الاجتماعي يرى بوتنام (٢٠١١) أن رأس المال الاجتماعي التواصلي Bonding يربط بين أفراد متشابهين، ويظهر في التنظيمات الدينية والاجتماعية، وموجه إلى داخل الجماعة، ويعمل على تأكيد الهوية وتدعيم التجانس داخل الجماعة، وأن رأس المال الاجتماعي التواصلي يتشكل من شبكات ذات علاقات اجتماعية شخصية وحميمية، تقوم بين أفراد العائلة والأصدقاء المقربين.

جدول (٨) مقياس رأس المال الاجتماعي الرابط

المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط
متوسط	١٥٤	٥١,٣	٠,٥٦	٢,٤١
مرتفع	١٣٥	٤٥		
منخفض	١١	٣,٧		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

يتضح من نتائج الجدول السابق أن رأس المال الاجتماعي الرابط Linking تمركزت عينة الدراسة فيه في المنطقة الوسطى بنسبة ٥١.٣%؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي ٢.٤١؛ وذلك يشير إلى التفاعل بين المقيمين في دولة الإمارات ومؤسسات الدولة من خلال المشاركة في الأنشطة والمناسبات الوطنية والاجتماعية والمبادرات المختلفة التي تدعو لها مؤسسات الدولة عبر صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي. نموذج توضيحي لمقياس رأس المال الاجتماعي:



شكل (٣) مقياس رأس المال الاجتماعي

يتضح من الشكل السابق أن هناك ارتفاعاً في المتوسط الحسابي الخاص بمقياس رأس المال الاجتماعي، فقد بلغ ٢.٤، وجاء الوزن النسبي له ٦٦، وهذا يعني أن هناك ارتفاعاً، وعند النظر إلى مكونات



المقياس نجد أن رأس المال العابر Bridging هو الذي أسهم في ارتفاع المقياس؛ حيث بلغ الوزن النسبي له ٧٢، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة عينة الدراسة؛ حيث إنهم من المقيمين في الإمارات باختلاف جنسياتهم، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (Burke & Marlow 2011)، و(عزة عبد ال عظيم ٢٠١٩).

جدول (٩) مقياس تقدير الذات

المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط
مرتفع	١٥٠	٥٠	٠,٥٣	٢,٤٨
متوسط	١٤٥	٤٨,٣		
منخفض	٥	١,٧		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

رابعاً: مدى شعور عينة الدراسة بالسعادة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

حيث تركزت نصف عينة الدراسة في المستويات العليا من تقدير الذات، وهي واحدة من مكونات مقياس السعادة المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، هذا وقد بلغ المتوسط الحسابي لمقياس السعادة لدى عينة الدراسة (٢.٥).

جدول (١٠) مقياس الرضا عن الحياة

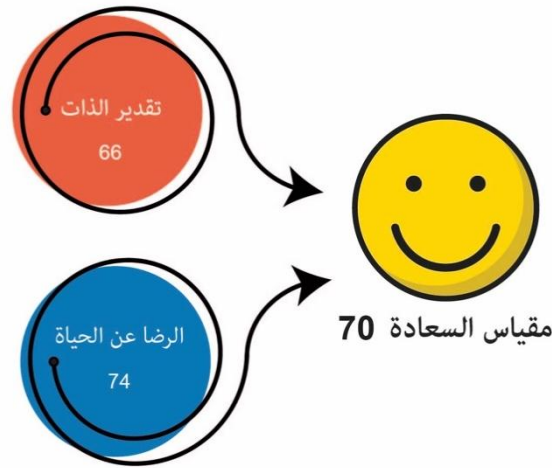
المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
مرتفع	٢١٦	٧٢	٠,٥٨	٢,٩
متوسط	٦٧	٢٢,٣		
منخفض	١٧	٥,٧		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

من خلال الجدول السابق، نجد أنه تركزت أغلب درجات عينة الدراسة في المستويات العليا من الرضا عن الحياة التي يعيشون فيها، وهي المكون الثاني من مكونات مقياس السعادة الناتج عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ويدل ذلك على انعكاس السعادة الحقيقية لهم في المجتمع الإماراتي، التي تعكسها مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تفاعلهم وتوثيقهم للأنشطة والفعاليات التي يقومون بها في دولة الإمارات، هذا وقد بلغ المتوسط الحسابي لمقياس السعادة لدى عينة الدراسة (٢.٩)، أي أنه اقترب من حد المثالية.

جدول (١١) مقياس السعادة

المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط
مرتفع	١٩٢	٦٤	٠,٥١	٢,٦
متوسط	١٠٤	٣٤,٧		
منخفض	٤	١,٣		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

فقد تركزت ٦٤% من عينة الدراسة في المستويات العليا من السعادة، ويدل ذلك على انعكاس السعادة الحقيقية لهم في المجتمع الإماراتي، هذا وقد بلغ المتوسط الحسابي لمقياس السعادة لدى عينة الدراسة (٢.٦).



شكل (٤) مقياس السعادة

يشير الشكل التوضيحي السابق إلى ارتفاع مقياس السعادة الناتج عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة، وتشير الأرقام إلى الأوزان النسبية للمقياس ومكوناته، ويوضح لنا الشكل السابق أن مكون الرضا عن الحياة بلغ وزنه النسبي ٧٤، أي أنه هو الذي أسهم في ارتفاع المقياس، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (Kim J. & Lee J. 2011)، و(أمني ألبرت ٢٠١٢)، و(Srivastava 2015).

خامساً: مدى شعور عينة الدراسة بالثقة نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (١٢) مقياس الثقة الاجتماعية

المقياس	ك	%	الانحراف المعياري	المتوسط
مرتفع	١٥٥	٥١,٧	٠,٥٥١	٢,٤٩
متوسط	١٣٧	٤٥,٧		
منخفض	٨	٢,٦		
المجموع	٣٠٠	١٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع مستوى الثقة لدى عينة الدراسة نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمقدار ٥١.٧%، ويدل ذلك على انعكاس الثقة الاجتماعية لديهم في كافة أفراد المجتمع سواء على مستوى زملاء العمل أو الأصدقاء أو الجيران، وأيضاً الثقة في مؤسسات دولة الإمارات كافة التي تحاول من خلال صفحاتها الرسمية توصيل المعلومة بدقة، والرد على استفساراتهم، وتقديم الخدمة لكافة أفراد المجتمع من مواطنين ومقيمين على أرض الدولة، هذا وقد بلغ المتوسط الحسابي لمقياس الثقة لدى عينة الدراسة (٢.٤٩)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Leung et al. 2011).

نموذج العوامل المؤثرة على مستويات السعادة، باستخدام المتغيرات الآتية

- رأس المال الاجتماعي التواصلي.
- رأس المال الاجتماعي الرابط.
- المتغيرات الديموغرافية (النوع- مستوى الدخل).

باستخدام اختبار الانحدار الخطي تم إجراء عدد من الاختبارات الإحصائية التي من أهمها صحة البيانات، واتباعها التوزيع الطبيعي، وكذلك وجود علاقات ارتباطية بين المتغيرات التي تم إجراء اختبار الانحدار الخطي عليها، اتضح أن هناك الكثير من العوامل والمتغيرات التي تؤثر على مقياس السعادة لدى عينة الدراسة، وهذه العوامل تتضح في الشكل (٥)؛ حيث إن رأس المال الاجتماعي التواصلي Bonding من أكثر العوامل المؤثرة على مقياس السعادة لدى عينة الدراسة، فكلما زاد مستواها درجة واحدة فقط انعكس ذلك على السعادة، وازدادت احتمالية حدوثه بمقدار ٣.٦، وكذلك الربط بين مقياس السعادة ورأس المال الاجتماعي الرابط Linking، فكلما زاد مستواها درجة زادت درجة تأثيره على مقياس السعادة، وازدادت احتمالية حدوثه بمقدار ٢.٨، وتبين أن نوع عينة الدراسة؛ سواء أنثى أو ذكرا من العوامل المؤثرة على مقياس السعادة، وجاء ذلك لصالح الإناث؛ فهم أكثر إحساساً بالسعادة مقارنة بالذكور، وكذلك كان لاختلاف الدخل الشهري لعينة الدراسة تأثير على مقياس السعادة، كما هو موضح بالشكل الآتي:



شكل (٥) العوامل المؤثرة على مقياس السعادة

نموذج العوامل المؤثرة على مستويات الثقة باستخدام المتغيرات الآتية:

- رأس المال الاجتماعي العابر.
- رأس المال الاجتماعي التواصلي.
- رأس المال الاجتماعي الرابط.
- مستوى التعليم.



تم استخدام تحليل الانحدار الهيراركي للتوصل إلى أهم العوامل المؤثرة على مقياس السعادة والوصول إلى تفسير ذلك المقياس والتعرف على درجات التأثير، وهناك الكثير من العوامل والمتغيرات التي تؤثر على مقياس الثقة الاجتماعية لدى عينة الدراسة، وهذه العوامل تتضح في الشكل (٦)؛ حيث إن رأس المال الاجتماعي الرابط Linking من أكثر العوامل المؤثرة على مقياس الثقة الاجتماعية لدى عينة الدراسة؛ فكلما زاد مستواها درجة واحدة فقط انعكس ذلك على الثقة في المؤسسات الموجودة بدولة الإمارات والانخراط في أنشطتها ومبادراتها، وازدادت احتمالية حدوثه بمقدار 6.5، وجاء بعد ذلك الربط بين مقياس الثقة ومستوى التعليم لدى عينة الدراسة؛ فكلما زاد المستوى التعليمي درجة زادت تأثيره على مقياس الثقة، وازدادت احتمالية حدوثه بمقدار ٢.٦، وتبين أن كلاً من رأس المال الاجتماعي العابر Bridging ورأس المال الاجتماعي التواصلي Bonding كان لهما التأثير نفسه على مقياس الثقة كما هو موضح بالشكل الآتي:



شكل (٦) العوامل المؤثرة على مقياس الثقة

سادساً: نتائج فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعود لاختلاف النوع، والجنسية، والتعليم، والدخل، والحالة الوظيفية.

– الفرض الفرعي الأول: هناك فروق بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعود لاختلاف النوع، واختبار مدى صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار "ت" T-test الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول (١٣) اختلاف كثافة الاستخدام باختلاف النوع

مقياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	أنثى ن= (١٣٥)		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى المعنوية
			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري					
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	١,٩٤	٠,٥٣	١,٩٠	٠,٥	٠,٦٩٣	٢٩٨	٠,٩٩٣		



يتضح من التحليل الإحصائي عدم وجود فروق دالة إحصائية بين نوع عينة الدراسة سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً ومستويات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية ٠.٩٩٣، أي أكبر من (٠.٠٥)، ومن هنا لا يُقبل الفرض الفرعي السابق.

– الفرض الفرعي الثاني: توجد فروق بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعود لاختلاف الجنسية (عرب وغير العرب)، واختبار مدى صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار "ت" T-test الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول (١٤) اختلاف كثافة الاستخدام باختلاف الجنسية (عرب- غير عرب)

مقياس	عرب ن= (١٧٣)		غير العرب ن= (١٢٧)		قيمة ت	درجات الحرية	مستوى المعنوية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	٢,١	٠,٤٥	١,٨٩	٠,٥٤	٤,٤٥	٢٩٨	٠,٠٢

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين طبيعة المقيمين - عينة الدراسة - سواء كانوا عرباً أو غير عرب وكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، عند مستوى معنوية (٠.٠٢)؛ حيث كانت قيمة ت (٤.٥٤) ودرجات الحرية (٢٩٨)، وذلك لصالح العرب بمتوسط حسابي (٢.١) مقابل (١.٩) لغير العرب.

– الفرض الفرعي الثالث: توجد فروق بين كثافة استخدام مواقع التواصل تعود لاختلاف الحالة الوظيفية، واختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار "ف" (One- Way Anova)، والذي جاءت نتائجه على النحو الآتي:

جدول (١٥) اختبار تحليل التباين (ANOVA) لقياس الفروق في

كثافة استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير الحالة الوظيفية

المقياس	الحالة الوظيفية	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
كثافة استخدام مواقع التواصل	طالب	١٣٠	١,٨	٠,٥٣	٢	١,٥٦	٠,١٨٩
	يعمل	١١٠	١,٦٩	٠,٥٦	٢٩٧		
	لا يعمل	٦٠	١,٧١	٠,٥٠	٢٩٩		

أظهر استخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه عدم وجود فروق دالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واختلاف الحالة الوظيفية، عند مستوى معنوية (٠.١٨٩) عندما كانت قيمة ف (١.٥٦)؛ وذلك لأن مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥)، وبالتالي نرفض الفرض الفرعي السابق.



– الفرض الفرعي الرابع: توجد فروق بين كثافة استخدام مواقع التواصل تعود لاختلاف مستويات الدخل، ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار "ف" (One- Way Anova)، الذي جاءت نتائجه على النحو الآتي:

جدول (١٦) اختبار تحليل التباين (ANOVA) لقياس الفروق في كثافة استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير مستوى الدخل

المقياس	مستوى الدخل	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
كثافة استخدام مواقع التواصل	مرتفع	١٤٢	١.٨٩	٠.٠٥٢	٢	١.١٤٣	٠.٣٢٠
	متوسط	١٤١	١.٩٧	٠.٤٩	٢٩٧		
	منخفض	١٧	١.٨٢	٠.٦٣	٢٩٩		

أظهر استخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه عدم وجود فروق دالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واختلاف مستوى الدخل، عند مستوى معنوية (٠.٣٢٠) عندما كانت قيمة ف (١.١٤)؛ وذلك لأن مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥)، وبالتالي نرفض الفرض الفرعي السابق.

– الفرض الفرعي الخامس: توجد فروق بين كثافة استخدام مواقع التواصل تعود لاختلاف مستويات التعليم، ولاختبار صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار "ف" (One- Way Anova)، الذي جاءت نتائجه على النحو الآتي:

جدول (١٧) اختبار تحليل التباين (ANOVA) لقياس الفروق في كثافة استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير مستوى التعليم

المقياس	المستوى التعليمي	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
كثافة استخدام مواقع التواصل	ثانوية عامة	٥٨	١.٩٦	٠.٤٥	٤	٠.٥٣١	٠.٧١٣
	درجة البكالوريوس	١٥٧	١.٩٤	٠.٥٦	٢٨٩		
	ماجستير	٣٥	١.٨٥	٠.٣٥	٢٩٣		
	دكتوراه	٤٠	١.٨٧	٠.٥١			

أظهر استخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه عدم وجود فروق دالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واختلاف المستوى التعليمي، عند مستوى معنوية (٠.٧١٣) عندما كانت قيمة ف (٠.٥٣١)؛ وذلك لأن مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥)، وبالتالي نرفض الفرض الفرعي السابق.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسعادة لدى المغتربين. ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم استخدام معامل بيرسون الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول (١٨) معامل بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة الاستخدام والسعادة

كثافة الاستخدام		مستويات السعادة لدى عينة الدراسة
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠,٠١	٠,١٥	

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومستويات السعادة لدى عينة الدراسة، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠١)، وقيمة بيرسون (٠,١٥) - أي أنها علاقة طردية ضعيفة القوة - أي أنه كلما ارتفع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع معدل السعادة لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ورأس المال الاجتماعي لدى المغتربين (رأس المال التواصلية - رأس المال العابر - رأس المال الرابط الرأسي).

ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار بيرسون الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول (١٩) اختبار بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين كثافة الاستخدام ورأس المال الاجتماعي

كثافة الاستخدام		مقياس
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠,٠٤٥	٠,١٣٤	الرابط
٠,١٧٣	٠,٠١٣	العابر
٠,٠٢٨	٠,١٢٧	التواصلية
٠,٠٢	٠,١٣١	رأس المال الاجتماعي

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٢)، وجاءت قيمة بيرسون (٠,١٣١) - وهي علاقة طردية ضعيفة القوة - أي أنه كلما زاد الاستخدام زاد الإحساس بالرأس المالي الاجتماعي لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح، وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (نجلاء المصليحي، ٢٠١٢)؛ حيث أسفرت الدراسة عن نتيجة مهمة تتمثل في أن الفيس بوك لا يعد فقط مجالاً لخلق رأس مال اجتماعي افتراضي جديد بدلاً عن رأس المال الاجتماعي الواقعي، وإنما يمارس دوره في تدعيم بعض صور العلاقات الاجتماعية التقليدية، وتبين من الدراسة أن الفيس بوك لا يتوقف عند حدود خلق رأس المال الاجتماعي أو تدعيمه، وإنما يتيح الفرص والإمكانات لجعل الأفراد منخرطين في عالم أكبر محلياً كان أو عالمياً، وبدعم قدراتهم على المشاركة في الشؤون العامة بما يمثل قاعدة محتملة يمكن استغلالها في تحفيز جهود التنمية وقواها.



وجاءت النتائج التفصيلية على النحو الآتي

- أثبت التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و Linking، وهو أحد مكونات مقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٤٥)، وجاءت قيمة بيرسون (٠.١٣٤) - وهي علاقة طردية ضعيفة القوة - أي أنه كلما زادت كثافة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي زادت مستويات الأفراد Linking بالرأس المالي الاجتماعي لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح.
 - أثبت التحليل الإحصائي عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و Bridging، وهو أحد مكونات مقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠.١٧٣)، لكونها أكبر من (٠.٠٥)، ومن هنا نرفض الفرض الفرعي السابق.
 - أثبت التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و Bonding، وهو أحد مكونات مقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٢٨)، وجاءت قيمة بيرسون (٠.١٢٧) - وهي علاقة طردية ضعيفة القوة - أي أنه كلما زادت كثافة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي زادت مستويات الأفراد Bonding بالرأس المالي الاجتماعي لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح.
 - ومن هنا يمكننا القول أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون له أثر إيجابي على رأس المال الاجتماعي، فالزيادة والتطور في الشبكات الاجتماعية، مثل: الفيس بوك، وتويتر، مكن الأفراد من إنشاء شبكات افتراضية اجتماعية قائمة على أساس الترابط وجسور التواصل، على عكس التواصل وجهًا لوجه؛ فمواقع التواصل الاجتماعي سهلت على المستخدمين التواصل مع الآخرين بناء على عوامل معينة، مثل: (تشابه الاهتمامات والثقافات)؛ وبالتالي تكوين شبكة اجتماعية تقدر كمياً بعدد أفرادها، ومعنوياً بحجم الثقة والتعاون المتبادل.
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين الثقة الاجتماعية على مستويات رأس المال الاجتماعي الثلاثة والسعادة لدى المغتربين

ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم استخدام معامل بيرسون الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول (٢٠) معامل بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين الثقة والسعادة

مستوى الثقة		مستويات السعادة لدى عينة الدراسة
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
٠.٠٠٠١	٠.٤٠١	

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة بين مستويات الثقة ومستويات السعادة لدى عينة الدراسة، وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠١)، وقيمة بيرسون (٠.٤٠١) - وهي علاقة طردية متوسطة



القوة- أي أنه كلما ارتفع معدل مستوى الثقة ارتفع معدل السعادة لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح، ويمكننا الإشارة إلى ما أحدثته رؤية "بوتنام" من تحول في المفهوم؛ بحيث لم يعد التركيز منصباً على وجود علاقات السلطة واللامساواة الناتجة عن تباين الأفراد فيما يملكونه من رأس المال بأنواعه المختلفة، وإنما أضحى التركيز على توجهات وقيم عامة؛ كالثقة بالآخرين، والتسامح، والتبادلية القائمة على الانتماء المشترك (Putman 2002).

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين رأس المال الاجتماعي والثقة الاجتماعية

ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار بيرسون الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول (٢١) اختبار بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين الثقة ورأس المال الاجتماعي

المقياس	الثقة الاجتماعية	
	قيمة بيرسون	مستوى المعنوية
الرابط	٠,٦٠٦	٠,٠٠٠١
العابر	٠,٤١٦	٠,٠٠٠٢
التواصل	٠,٥٠٥	٠,٠٠١
رأس المال الاجتماعي	٠,٥١٠	٠,٠٠٠٢

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية بين الثقة ومقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٢)، وجاءت قيمة بيرسون (٠,٥١٠) - وهي علاقة طردية متوسطة القوة- أي أنه كلما زادت مستويات الثقة لدى عينة الدراسة زاد الرأس المالي الاجتماعي لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح، وجاءت النتائج التفصيلية على النحو الآتي

أثبت التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباطية بين مستويات الثقة لدى عينة الدراسة ورأس المال الاجتماعي الرابط Linking، وهو أحد مكونات مقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠١)، وجاءت قيمة بيرسون (٠,٦٠٦) - وهي علاقة طردية قوية- أي أنه كلما زادت مستويات الثقة لدى عينة الدراسة زادت مستويات الأفراد Linking بالرأس المالي الاجتماعي لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح.

عدم وجود علاقة ارتباطية بين رأس المال الاجتماعي العابر Bridging ومستويات الثقة، وهو أحد مكونات مقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٤١٦)، وجاءت قيمة بيرسون (٠,٤١٦) - وهي علاقة طردية متوسطة القوة- أي أنه كلما زادت مستويات الثقة لدى عينة الدراسة زادت مستويات الأفراد Bridging بالرأس المالي الاجتماعي لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح.

وجود علاقة ارتباطية بين مستويات الثقة لدى عين الدراسة ورأس المال الاجتماعي التواصل Bonding، وهو أحد مكونات مقياس رأس المال الاجتماعي، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٢)،



وجاءت قيمة بيرسون (0.505) - وهي علاقة طردية ضعيفة القوة - أي أنه كلما زادت كثافة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي زادت مستويات الأفراد Bonding بالرأس المالي الاجتماعي لدى عينة الدراسة، والعكس صحيح.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المغتربين العرب وغير العرب في دولة الإمارات العربية المتحدة في كل ما يأتي

- كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- رأس المال الاجتماعي: (العابر، التواصل، الرابط).
- السعادة.
- الثقة.

جدول (٢٢) الفروق بين العرب وغير العرب في دولة

الإمارات العربية المتحدة من حيث كثافة الاستخدام، ورأس المال الاجتماعي، والسعادة، والثقة

T-test	مستوى المعنوية	المتوسط الحسابي		المتغيرات
		غير العرب	العرب	
٧,١٠٤	٠,٠٠٨	٢.٧	٢.٥	رأس المال الاجتماعي العابر
٩,٩٤	٠,٠٠١	٢.٦	٢.٣	رأس المال الاجتماعي التواصل
٠,٤٠٦	٠,٥٢٤	٢.٤١	٢,٣٩	رأس المال الاجتماعي الرابط
٠,٢٦٩	٠,٦٠٥	٢.٥١	٢.٤٥	رأس المال الاجتماعي
١.٥٠٢	٠,٣٠٦	٢,٥٢	٢,٤٦	الثقة الاجتماعية
١,١٥٢	٠,٢٨٤	٢,٤٨	٢,٤٨	تقدير الذات
١,١٩٩	٠,٢٧٤	٢.٦٣	٢.٦٨	الرضا عن الحياة
٢,٠١٣	٠,١٥٧	٢.٦٦	٢.٦٠	مقياس السعادة
٤,٧٠٧	٠,٠١٥	٢.٠١	١,٨٩	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المغتربين العرب وغير العرب في دولة الإمارات العربية المتحدة - عينة الدراسة - من حيث المتغيرات الآتية: رأس المال الاجتماعي العابر، ورأس المال الاجتماعي التواصل، وأيضًا كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاءت مستويات المعنوية لهم أقل من (0.05)، أما بقية المتغيرات فلم يوجد اختلاف فيها بين العرب وغير العرب - عينة الدراسة - من حيث السعادة والثقة ورأس المال الاجتماعي الرابط.

مناقشة النتائج

- تدل نتائج الدراسة على تفوق موقع الفيس بوك على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام من حيث كثافة الاستخدام، وأعداد الأصدقاء؛ حيث تمارس مواقع التواصل الاجتماعي دورًا في تدعيم



بعض صور العلاقات الاجتماعية التقليدية، ولا يعد مجالاً لخلق رأس مال اجتماعي افتراضي بديلاً عن رأس المال الاجتماعي الواقعي، وإنما يمارس دوراً داعماً من خلال طرح سبل وآليات جديدة؛ لخلق أشكال جديدة من العلاقات الافتراضية وتدعيمها لتتجاوز الواقع الافتراضي للواقع الفعلي، وقد يشهدان بعض التبادلات المعرفية والتفاعلات.

- عدم توقف حدود مواقع التواصل الاجتماعي على خلق رأس المال الاجتماعي أو تدعيمه، وإنما تسهم في الانخراط بين أفراد المجتمع، والمشاركة المجتمعية والمدنية؛ حيث تدعم مواقع التواصل الاجتماعي قدرات الأفراد على المشاركة في الشؤون العامة؛ فتمثل مواقع التواصل الاجتماعي قاعدة محتملة يمكن استغلالها في تحفيز جهود التنمية وقواها، وهكذا فإن نجاح رأس المال الاجتماعي الافتراضي أو فشله يتوقف على نجاحه أو فشله في المجتمع الأصلي.
- إن مواقع التواصل الاجتماعي عكست واقع المجتمع بكل فئاته كما هو بكل تفاصيله واهتماماته، وأتاحت فرصة لمتابعيها لتوسيع شبكات العلاقات الاجتماعية الافتراضية، وتدعيم روابط العلاقات الواقعية؛ مما أسهم بشكل كبير في إيجاد شعور بالثقة المتبادلة بين المتواجدين على صفحات المواقع التواصل الاجتماعي؛ وبالتالي خلق الشعور بالسعادة.
- هناك شعور بالثقة بين الأفراد والمؤسسات المتواجدة على صفحات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات والأنشطة والمبادرات المتنوعة؛ وذلك لدمج الأفراد كافة في النشاط المجتمعي داخل الدولة.
- كان لمواقع التواصل الاجتماعي - من خلال تأكيدها زيادة رأس المال الاجتماعي بكافة متغيراته - تأثير كبير في الشعور بالسعادة، وتقدير الذات، والرضا عن الحياة بشكل عام في الدولة المضيفة، وزيادة اندماج المغتربين من جميع الجنسيات في المجتمع الجديد (دولة الإمارات العربية المتحدة).

وتطرح الدراسة الحالية بعض المقترحات الآتية

- ينبغي أن تستفيد الجهات الرسمية المسؤولة الاستفادة القصوى من مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة حساباتهم عليها، بما يضمن الثقة المتبادلة بين المؤسسات وأفراد المجتمع، ويحقق المشاركة المدنية والسياسية بين أفراد المجتمع.
- دراسة استخدام كافة مؤسسات الدولة لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها داعماً وشريكاً لها في نشر الوعي والثقة في المعلومة، وتقييم الخدمة المقدمة لأفراد المجتمع.
- إجراء دراسات مقارنة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشعور بالسعادة في مجتمعات مختلفة ثقافياً واقتصادياً واجتماعياً.
- دراسة طبيعة المهارات الاجتماعية والسلوكية المكتسبة من علاقات الأفراد الافتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي.



- A. Vannucci, K.M. Flannery, C.M. Ohannessian.2017. "Social media use and anxiety in emerging adults." *Journal of Affective Disorders*, (207). pp. 163-166, 10.1016/j.jad.2016.08.040
- Ahmed, A. A. 2019. "Online Social Capital among Social Networking Sites' Users". In J. Thakur (Ed.), *Modern Perspectives on Virtual Communications and Social Networking*. pp. 90-119. Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-5225-5715-9.ch004
- Albert, Amany.2012. "The Effects of Facebook on Egyptian Students' Social Well-being". *Open Access Scientific Reports* Volume 1. Issue 10. pp 1-13 1:493. doi:10.4172/scientificreports.493
- Aldrich, Daniel P.2012. *Building Resilience: Social Capital in Post-Disaster Recovery*. London: The University of Chicago Press.
- Barker, Valerie. Dozier, David M., Weiss, Amy Schmitz & Borden, Diane L.2013. "Facebook Friends: Effects of Social Networking Site Intensity, Social Capital Affinity, and Flow on Reported Knowledge-Gain". *The Journal of Social Media in Society* 2(2).
- Bellarmino A. Ezumah.2013. "College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited". *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 4 No. 5.
- Blachard, Anita & Horan, Tom. 2000. *Virtual Social Communities and Social Capital, Idea group publishing*.
- Brandtzaeg, Petter Bae & Nov, Oded. 2011. "Facebook Use and Social Capital - A Longitudinal Study". Conference: Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Barcelona, Catalonia, Spain, July 457-454.
- Brandtzaeg, Petter Bae.2012. "Social Networking Sites: Their Users and Social Implications — A Longitudinal Study". *Journal of Computer-Mediated Communication*. 17. pp. 467–488
- Bruke, Moria. ; Kraut, Robert. & Marlow, Cameron. 2011. "Social Capital on Facebook: Differentiating uses and users." CHI '11: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. May 7–12, 2011, Vancouver, BC, Canada.pp.571-580
- Chazdon, Scott, Ryan Allen, Donna Rae Scheffert and Jody Horntvedt. 2013. "Methodological Appendix: Steps before Confirmatory Factor Analysis: Accompanies report: Developing and Validating University of Minnesota Extension's Social Capital Model and Survey." University of Minnesota, Extension Center for Community Vitality research reports (74) Retrieved from: <http://hdl.handle.net/11299/171657>
- Damian, Elena; Van Ingen, Erik. 2014. "Social Network Site Usage and Personal Relations of Migrants." *Societies* 4, no. 4: 640-653. <https://doi.org/10.3390/soc4040640>
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L.1999. "Subjective well-being: Three decades of progress." *Psychological Bulletin*. 125(2). pp276–302. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>



- Ellison, Nicole B., Steinfield, Charles. & Lampe, Cliff. 2007. "The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites." *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 12, Issue 4, 1 July 2007, Pages 1143–1168, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Geber, Sarah. ; Scherer, Helmut & Hefner, Dorothe'e.2016. "Social capital in media societies: The impact of media use and media structures on social capital". *The International Communication Gazette*. Vol. 78(6) pp.493–513
- Gundelach, P., & Kreiner, S. 2004. "Happiness and Life Satisfaction in Advanced European Countries". *Cross-Cultural Research*, 38(4).pp. 359–386. <https://doi.org/10.1177/1069397104267483>
- Häuberer, Julia. 2011. "Introducing the Civic Perspective on Social Capital – Robert D. Putnam's Concept of Social Capital". In: *Social Capital Theory*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92646-9_3
- Kim, Jung-Hyun & Lee, Jong-Eun Roselyn.2011. "The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being." *Cyber* 14(6):pp.359-643.<http://doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>
- Leung, Ambrose.et al.2011. "Searching for Happiness: The Importance of Social Capital". *Journal of Happiness Studies*. DOI 10.1007/s10902-010-9208-8
- Li, Xiaoqian& Chen, Wenhong. 2014. "Facebook or Renren? A comparative study of social networking site use and Social capital among Chinese international students in the United States." *Computers in Human Behavior*. 35. pp116–123. www.elsevier.com/locate/comphumbeh
- McKechnie, Donelda S.; Kannan, Sasha. ; Menezes, Gladwin and Grant, Jim. 2012. "Social networking sites: Expatriate and National users in an emerging market". *Middle East Media Educator*. Vol (1) Issue 2.
- Pénard, Thierry & Poussing, Nicolas. 2010. "Internet Use and Social Capital: The Strength of Virtual Ties". *Journal of Economic Issues*. (44):3.pp. 569-595. DOI: 10.2753/JEI0021-3624440301
- Putnam, R. D., Goss, K. D. 2002. "Introduction." In Putnam, R. D. (Ed.), *Democracies in flux: The evolution of social capital in contemporary society*. Oxford, UK: Oxford University Press. pp. 1–25
- Rosenberg, M.1989. *Society and the Adolescent Self-Image* (Rev. ed.). Middletown. CT: Wesleyan University Press.
- S. Scherr, C.L. Toma, B. Schuster.2018. "Depression as a predictor of Facebook surveillance and envy: Longitudinal evidence from a cross-lagged panel study in Germany". *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. pp. 1-7, 10.1027/1864-1105/a000247
- Shen, K., Vodanovich, S. & Khalifa, M.2015. "The role of intensity of Facebook usage in social capital development: An example with Arab students". In K. Lambrinoudakis, V. Morabito & M. Themistocleous (eds), *EMCIS 2015: European Mediterranean & Middle Eastern Conference on Information Systems*. pp. 1-14
- Srivastava, Akanksha.2015. "The Effect of Facebook Use on Life Satisfaction and Subjective Happiness of College Students." *The International Journal of Indian Psychology*. Vol, 2. Issue 4. DIP: B00375V2I42015 <http://www.ijip |>



- Teegne, M. A., & Glanville, J. L. 2019. "The Immigrant-Native Gap in Subjective Well-Being in Western European Countries: Assessing the Role of Social Capital". *International Migration Review*, 53(2), 458–485.
<https://doi.org/10.1177/0197918318769309>
- Theemling, Richard. 2013. "The Use of Online Social Media and Expatriate Adjustment and Integration in the Netherlands. Master Media Studies". Media & Business. Erasmus School of History, Culture and Communication. Erasmus University Rotterdam. Master Thesis.
- Valenzuela, Sebastian. ; Park, Namsu. & Kee, Kerk F. 2009. "Is There Social Capital in a Social Network Site? Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation." *Journal of Computer-Mediated Communication* 14. Pp.875–901.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- World Happiness Report. (2020). Retrieved from:
<https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2020/WHR20.pdf>
- البرجي، هشام سعيد فتحي. ٢٠١٥. "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- البطريق، غادة مصطفى. ٢٠١١. "دور الإعلام الإلكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية: دراسة ميدانية على أحداث ثورة مصر في ٢٥ يناير ٢٠١١ م"، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الأول لقسم الاجتماع العلوم الإنسانية والعولمة"، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قناة السويس، الفترة من ٢٩-٣٠ مايو.
- السيد، ياسمين محمد ابراهيم. ٢٠١٤. "الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي". رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
- الشامي، علاء عبد المجيد. ٢٠١٣. "مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في مدينة الرياض". المجلة العربية للإعلام والاتصال. ع ١٠. ص ص ٧٩-١٤٤.
- الصائغ، محمد فتحي. ٢٠١٥. "استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب YouTube والإشباع المتحثة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- الغواي، دعاء حامد. ٢٠١٤. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة المصرية لحقوقها: دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي الدولي العشرون بعنوان "مستقبل الإعلام المصري في ظل الدستور ٢٠١٤"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٢-٢٣ يونيو. ص ص ٢٧٩-٣٥١.
- المصيلحي، نجلاء محمود رؤوف. ٢٠١٢. "الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر دراسة سوسيولوجية- ميدانية". شؤون اجتماعية- جمعية الاجتماعيين الشارقة. مج ٢٩، ع ١١٥. ص ص ١١١-١٤٧.
- بكير، محمد محمد عبده. ٢٠١٧. "اتجاهات الشباب السعودي نحو تطبيقات الهواتف الذكية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي لديهم: دراسة مسحية". المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. ع ١٧. أبريل - يونيو. ص ص ٧٠-٩٨.
- بوابة حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة. (٢٠٢٠). متاح على: <https://www.government.ae/ar-AE/about-the-uae/the-uae-government/government-of-future/happiness>



حسن، أشرف جلال. ٢٠٠٩. "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل"، المؤتمر الدولي العلمي الأول بعنوان "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. ١٥-١٧ فبراير.

خضر، نرمين زكريا. ٢٠٠٩. "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة على مستخدمي مواقع الفيس بوك"، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٥-١٧ فبراير.

زكي، وليد رشاد. ٢٠٠٩. "رأس المال الاجتماعي بين السياق الواقعي والافتراضي". مجلة الديمقراطية. مج ٩، ع ٣٥. يوليو. مؤسسة الأهرام. ص ص ٧٧-٨٤.

عاصم، داليا أحمد. ٢٠١٥. "ثقافة الفضاء الافتراضي ورأس المال الاجتماعي.. دراسة استطلاعية لآليات التفاعل الاجتماعي على موقع فيسبوك"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الاسكندرية.

عبد القوي، محمود حمدي. ٢٠٠٩. "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الإعلام والإصلاح والواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٧-٩ يوليو.

كدواني، شيرين محمد. ٢٠١٨. "دور الفيسبوك في تشكيل رأس المال الاجتماعي: دراسة تطبيقية". المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. ع ٢٣. ص ص ١٨٠-١٩٩.

مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. ٢٠١٠. "الإعلام الإلكتروني في مصر.. الواقع والتحديات"، تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار - مجلس الوزراء المصري، السنة الرابعة، العدد ٣٨. ص ٤.

مؤيد، هيثم جودة. ٢٠١٦. "إيمان 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. ع ٦. ص ص ٣٥٥-٢٣٣.