مجلة بحوث العلاقات العامة

Journal of PR research Middle East

الشرق الأوسط

معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات =٧

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٣م = ٢,٧٥٥٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثانية عشرة - العدد التاسع والأربعون - يناير / مارس ٢٠٢٤م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- التواصل الوبائي والاعتمادية على وسائل الإعلام

د. عبير عبد الحميد سالم (جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA) ... ص٩

بحوث باللغة العربية:

- توظيف منظمات القطاع غير الربحي لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الذوق العام: حساب الجمعية السعودية للذوق العام في منصة (X) أنموذجًا

أ.م.د. زكية النور يوسف مكي - أهوان بنت محمد الأسمري

سارة بنت عبد الله علي آل بن حمد - عبير بنت فيصل الغامدي (جامعة الملك فيصل) ... ص١٣

- دور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المقاطعة والتسويق للمنتجات المصرية البديلة بعد الحرب على غزة ٢٠٢٣م: دراسة تطبيقية بالتركيز على تطبيق (X) "تويتر سابقًا"

أ.م.د. شيماء عز الدين زكي جمعة (جامعة عين شمس) ... ص٥٩

- العوامل المؤثرة على قرار مقاطعة الجمهور المصري للمنتجات الأجنبية وفقًا لمواقف الشركات أثناء الحرب في غزة

أ.م.د. نرمين علي عجوة (جامعة القاهرة) ... ص١٠٧

- تحليل خطاب المشاهير المصريين على الفيسبوك تجاه تداعيات أحداث طوفان الأقصى ٢٠٢٣م

د. نهى محمد عبده حشيش (جامعة الأزهر) ... ص١٥٥

- اتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحو توظيف أدوات التحول الرقمي في التدريب الميداني وعلاقته بالثراء المعرفي لديهم

د. هالة غزالي محمد زهري الربه (جامعة المنصورة) ... ص٢٠٧

- استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الاغتراب الاجتماعي لديهم

د. دعاء حاتم محمد آدم (جامعة الأزهر) ... ص ٢٥١

- الأبعاد الاتصالية والرسائل الإعلاميَّة في خطابات وحوارات الأمير محمد بن سلمان: دراسة تحليلية

سعود بن غازي علي جيشي (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٢٨١

- الهوية التنافسية للمملكة العربية السعودية عبر منصة إكس: دراسة تحليلية لمحتوى وزارة الاستثمار

شيماء بنت حمادي اللقماني (جامعة الملك سعود) ... ص ٣٠٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٤ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

Journal of PR esearch
Middle East

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد التاسع والأربعون - السنة الثانية عشرة - يناير/ مارس ٢٠٢٤م

مؤسسها
ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري
أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي
أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان
أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي
أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام
جامعة السويس

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان
أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي
د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية
أحمد علي بدر
مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات
الجمعية المصرية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات – ١ شارع محمد الزغبي
إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073 Tel : +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)
أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)
أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)
أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايع (مصر)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)
أستاذ الصحافة – وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)
أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)
أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

** الأسماء مرتبة وفقا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٢٠١٩/ ٢٤٣٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications
Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 -376-20 02 (+2) - 151 -14 -15 0114 (+2) - 157 -14 -15 0114 (+2)

فاكس : 73- 231-00 048 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).

والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية . الإنجليزية . الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنط (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠$. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jprr@epra.org.eg، أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency mailto:dr_hatematef2000@yahoo.comبعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر ـ ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثمانية وأربعون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط ـ وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة ـ وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٣م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي، بمعامل تأثير= ٢,٧٥٥٨، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١م بقيمة= ١,٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ(٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان – معرفة – بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - التاسع والأربعين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا باللغة الإنجليزية من جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA تحت عنوان: "التواصل الوبائي والاعتمادية على وسائل الإعلام"، وهو مقدَّم من: **د. عبير عبد الحميد سالم، من مصر**.

ومن جامعة الملك فيصل قدَّم فريق بحثي مكون من: **أ.م.د. زكية النور يوسف مكي، من السودان، أهوان بنت محمد الأسمري، سارة بنت عبد الله علي آل بن حمد، عبير بنت فيصل الغامدي، من السعودية**، دراسة بعنوان: "توظيف منظمات القطاع غير الربحي لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الذوق العام: حساب الجمعية السعودية للذوق العام في منصة (X) أنموذجًا".

ومن جامعة عين شمس قدَّمت: **أ.م.د. شيماء عز الدين زكي جمعة - من مصر**، بحثًا بعنوان: "دور مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المقاطعة والتسويق للمنتجات المصرية البديلة بعد الحرب على غزة ٢٠٢٣م: دراسة تطبيقية بالتركيز على تطبيق X "تويتر سابقًا".

ومن جامعة القاهرة قدّمت أ.م.د. **نرمين علي عجوة - من مصر**- دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة على قرار مقاطعة الجمهور المصري للمنتجات الأجنبية وفقًا لمواقف الشركات أثناء الحرب في غزة".

أما **د. نهي محمد عبد حشيش** من جامعة الأزهر- **من مصر**- قدَّمت دراسة بعنوان: "تحليل خطاب المشاهير المصريين على الفيسبوك تجاه تداعيات أحداث طوفان الأقصى ٢٠٢٣م".

وقدَّمت **د. هالة غزالي محمد زهري الربه** من جامعة المنصورة، - **من مصر** – دراسة بعنوان: "اتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحو توظيف أدوات التحول الرقمي في التدريب الميداني وعلاقته بالثراء المعرفي لديهم ".

أما **د. دعاء حاتم محمد آدم** من جامعة الأزهر، - **من مصر** – قدَّمت دراسة بعنوان: "استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الاغتراب الاجتماعي لديهم ".

وقدَّم **سعود بن غازي علي جيشي** من جامعة الملك عبد العزيز، من **السعودية**، دراسة تحليلية بعنوان: "الأبعاد الاتصالية والرسائل الإعلاميَّة في خطابات وحوارات الأمير محمد بن سلمان".

وأخيرًا من جامعة الملك سعود، قدَّمت **شيماء بنت حمادي اللقماني - من السعودية**- بحثًا بعنوان: "الهوية التنافسية للمملكة العربية السعودية عبر منصة إكس: دراسة تحليلية لمحتوى وزارة الاستثمار".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الاغتراب الاجتماعي لديهم (*)

إعداد

د. دعاء حاتم محمد آدم (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٢٧ ديسمبر ٢٠٢٣م، وقُبل للنشر في ١٧ مارس ٢٠٢٤م.

(**) مدرس الصحافة بكلية الإعلام بنات - جامعة الأزهر.

استخدام كبار السن لمو اقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الاغتراب الاجتماعي لديهم

د. دعاء حاتم محمد آدم
doaa.adam.2019@gmail.com
جامعة الأزهر

ملخص:

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن العلاقه بين استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذا الاستخدام في شعورهم بالاغتراب الاجتماعي، وتمت هذه الدراسة في ظل عدد من المتغيرات وهي: كثافة استخدام هذه المواقع ومتغيري عدد الأبناء وعدد الأحفاد، ومتغير النوع، ومتغير العمر، وأخيرًا متغير الحالة الاجتماعية. واختارت الباحثة عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مفردة من كبار السن الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها: المستوى المرتفع لكثافه استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن أكثر مواقع التواصل التي تستخدمها عينة الدراسة هي الواتساب ثم اليوتيوب، كما تبين انخفاض مستوى الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى عينة الدراسة، واتضح جزئيًا صحة الفرض القائل بأنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاغتراب الاجتماعي لديهم، كما اتضح وجود علاقة ارتباط إيجابية بين دوافع استخدام كبار السن وسائل للتواصل الاجتماعي والشعور بالاغتراب لديهم.

الكلمات المفتاحية: الاغتراب الاجتماعي - كبار السن - مواقع التواصل الاجتماعي.

مقدمة:

إذا كانت فئة الشباب تمثل السواد الأعظم من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ورواده، فإن كبار السن اليوم يزاحمون بشدة ليجدوا مستراحًا لهم بين صفحات الإعلام الرقمي بمختلف ألوانه وفي مقدمته وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة بعد جائحة كورونا وما صاحبها من العزل الاجتماعي، ومن التحول الرقمي والتواصل الرقمي على مختلف منصات التواصل، حتى تزايدت ثقافة الاتصال الرقمي وأصبح ضرورة من ضروريات الحياة.

ومن المتوقع أن تزداد شريحة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من فئة كبار السن، وذلك مع التزايد المستمر في أعداد هذه الفئة العمرية في جميع أنحاء العالم ليصل إلى أكثر من ١,٥ مليار شخص في عام ٢٠٥٠م ليعيش ٨٠٪ منهم في البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل(١). وقد نقلت وكالة أنباء الشرق الأوسط عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار أن عدد كبار السن في مصر وصل إلى ٦,٩ مليون مسن في عام ٢٠٢٢م(٢).

وإذا كان الاهتمام المجتمعي والدولي بفئة كبار السن في تزايد بدءًا من قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة في ١٤ كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٠م، رقم: ١٠٦/٤٥ باعتبار يوم ١ تشرين الأول / أكتوبر "يوم المسنين".. ثم اعتمادها في العام ١٩٩١م بموجب قرارها ٤٦/٩١، مبادئ الأمم المتحدة المتعلقة بكبار السن.، ومن بعده اعتماد الجمعية العامة الثانية للشيخوخة عام ٢٠٠٣م خطة عمل مدريد الدولية للشيخوخة للاستجابة للفرص والتحديات لفئة السكان التي

ستواجه الشيخوخة في القرن الحادي والعشرين، وكذلك لتعزيز تطوير المجمتع لكل الفئات العمرية[٣]، فإن الاسلام قد حث على إكرام المسنين قبل هذه المبادرات بأكثر من ألف وأربعمائة عام، حيث أمر القرآن الكريم ببر الوالدين وخص مرحلة الكبر بالوصاية "وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِندَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُل لَّهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُل لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا"[٤] ويقول النَّبيُّ صلَّى اللهُ عليه وسلَّم: "إنَّ من إجلالِ اللَّهِ إكرامَ ذي الشَّيبةِ المسلمِ"، ولأجل تزايد أعداد المسنين وتصاعد الاهتمام بهم على الصعيد الدولي والمحلي، إضافة إلى البُعد الشرعي والأمر الإلهي حاولت هذه الدراسة الكشف عن الشعور الذي ينتاب الكثير من المسنين بالاغتراب الاجتماعي، ولجوء بعضهم إلى الهواتف النقاله للتخلص من الوحدة ومن الضغوط المجتمعية، وسعت إلى التعرف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من جانب كبار السن على شعورهم بالاغتراب الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تتعلق بوسائل الإعلام وكبار السن:

١- دراسة يسري صيشي (٢٠٢٢م) بعنوان: "المعالجة الإعلامية ودورها في خدمة قضايا كبار السن: دراسة تحليلية" [٥].قامت الدراسة بإجراء حصر شامل للموضوعات المتعلقة بكبار السن على موقع (الشروق أونلاين) الجزائري والتي بلغت ٦٠ موضوعًا، وأفادت نتيجة تحليل المضمون لهذه الموضوعات إلى تصدر المحتوى الخبري في الموضوعات (بنسبة ٥٠٪)، وتوصلت الدراسة إلى "المناسبتية" في طرح موضوعات كبار السن، بمعنى أنها ترتبط غالبًا بمناسبات تخص تلك الفئة أو تتزامن مع قانون أو حدث معين، الأمر الذي يشير إلى غياب استراتيجية واضحة تهدف إلى آداء دور الإعلام تجاه فئة المسنين، وعدم الاقتصار على مناسبات بعينها.

٢- دراسة ضحى سعد داود ٢٠٢١م[٦] بعنوان:"الأخبار التلفزيونية وانعكاسها على مستوى القلق لدى كبار السن"، وطبق البحث على عينة بحثية قوامها عدد من كبار السن الذين يبلغون الخامسة والخمسين فما فوقها، وأشارت النتائج إلى وجود فروق بين مستوى القلق تتبع متغير المهنة، إذ لم يتأثر المتقاعد وربات البيوت بالأخبار، بينما كان مستوى القلق أعلى لدى من هم على قوة العمل، كذلك أظهرت النتائج أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لدى كبار السن انخفض مستوى القلق لديهم.

٣- دراسة جيهان سعد عبده (٢٠١٧م) بعنوان: "علاقة كبار السن بمواقع التواصل الاجتماعي في إطارنظرية الاستخدامات والإشباعات" [٧]. والتي طبقت على ٢٠٤ من المسنين، وتوصلت إلى أن الفيس بوك كان في مقدمة تصفح المسنين بنسبة ٩٧,٥٪، وأن أهم دوافع استخدامه كانت إمكانية التصفح في كل وقت وفي كل مكان (بنسبة ٨٨,٩٪)، ثم متابعة الأحداث في نطاق الأسرة والمكان المحيط (بنسبة ٨٧,٩٪)، بينما كانت أهم الإشباعات المتحققة زيادة الثقافة والمعلومات (بنسبة ٧٣,٥٪)، ثم سهولة الدخول للمواقع (بنسبة ٧١,١٪)، وجاءت أقل الاشباعات (بنسبة ٣٨,٢٪) متمثلة في الابتعاد عن الأسرة والأصدقاء، وكانت أهم الإيجابيات (بنسبة ٨٠,٩٪) هي التواصل مع الأهل والأصدقاء.

٤- دراسة نهاد محمد حسن (٢٠١٧م) بعنوان: " خصائص المتابعة الإخبارية عبر منصات الهاتف المحمول لدى كبار السن: دراسة ميدانية" [٨]. وقد أُجريت على عينة مكونه من ٢٠٠ من كبار السن، وخلصت إلى المتابعة الإخبارية المرتفعة من فئة كبار السن للنوافذ الإخبارية على التليفون المحمول، وكانت المنصات الإخبارية الأكثر تفضيلًا هي الفيس بوك (بنسبة ٩٠,٥٪)، ثم المواقع الإخبارية باستخدام محركات البحث (بنسبة ٨٢,٥٪)، وجاء المحتوى المرئي المسموع (الفيديو كليب الإخباري) في مقدمة الأشكال التي يفضل المبحوثون استقبال المحتوى الخبري عليها (وذلك بنسبة ٤٣٪).

٥- دراسة ريتشارد جون أوكيفي Keefee,R 2014 [٩]. بعنوان: " أبناء جيل الطفرة والمعرفة الرقمية: توفر الأجهزة والوسائط الرقمية لديهم واستخداماتهم لها " والتي طبقت على ٣٧٩ من كبار السن أبناء الطبقة المتوسطة ممن يستخدمون الإنترنت على الهاتف المحمول، وتراوحت أعمارهم بين (٥٩ إلى ٧٧ عامًا) بولايات (كاليفورنيا – فلوريدا-نيفادا-أريزونا) في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت النتائج إلى أن دوافع الاستخدام كانت (الحصول على الأخبار/ الوصول إلى الخدمات المعرفية /استخدام الشبكات الاجتماعية /استخدام اليوتيوب).

المحور الثاني: دراسات تتعلق بالإعلام والاغتراب:

٦- تهاني عيد ابراهيم حشيش، داليا شحاته محمد عليبه (٢٠٢٢) بعنوان: دور الإعلام التربوي المدرسي في تخفيف الشعور بالاغتراب النفسي والميل للانتحار لدى طلاب الثانوية العامة مستخدمي مواقع تواصل الاجتماعي "[١٠]. أجريت الدراسة على عينة مكونه من ١٠٠ طالب وطالبة من طلاب محافظه كفر الشيخ، وكان من نتائجها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشاركه في أنشطة الإعلام المدرسي والاغتراب النفسي، ووجود علاقة ارتباطية بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي بين طلاب الثانوية العامة والميل للانتحار تبعًا للنوع والتخصص الدراسي (علمي / أدبي).

٧- دراسة ربيحة كيوص (٢٠٢٢م) بعنوان: "إدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية"[١١]. طبقت الدراسة على طلبة المستوى الثاني ليسانس بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وعددهم ٣١٦ طالبًا وطالبة، وكانت أهم نتائجها ارتفاع نسبة الدرجة المرتفعة للإدمان بين عينة الدراسة وقد قدرت ب: ٥١,٩٠٪، كما أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة الشعور بالاغتراب لدى عينة الدراسة لتصل إلى ٦٢,٤٣٪، وأن تحقق هذه الدرجة العالية من الإدمان الإلكتروني أدت إلى مستوى مرتفع من الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة من طلبة غرداية.

٨- دراسة وليد محمد الهادي ٢٠٢٢م بعنوان: "استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى الشعور بالاكتئاب والوحدة النفسية لدى الشباب المصري"[١٢] وقد تمت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي الشبكات الاجتماعية قدرها ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث وكان من نتائجها: ثبوت صحة الفرض القائل باختلاف درجة الشعور بالاكتئاب باختلاف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين من الشباب، كما ثبت اختلاف درجة الشعور الوحدة النفسية باختلاف الخصائص الديموغرافية للشباب، وثبت وجود علاقة طرديه بين كثافة الاستخدام موقعي الانستجرام والتيك توك والشعور بالاكتئاب.

٩- دراسة Zac E Seilder& el al ٢٠٢٠م بعنوان: "الدعم الحقيقي والاتصال الافتراضي: دراسة العلاقة بين الشعور بالوحدة والوقت المستهلك في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وشعور الرجال بالاضطراب النفسي"[١٣]، بحثت الدراسة في العلاقة بين الوقت الذي يقضيه الرجال في تصفح وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بالاضطراب النفسي والوحدة. وطبقت على ٩٧٩ رجلًا، متوسط أعمارهم ٣٦ عامًا، وتوصلت إلى أن هناك تأثيرًا ذا دلالة إيجابية بين الشعور بالوحدة والاضطراب النفسي. وأن هناك ارتباطًا بين الشعور بالوحدة وبين قضاء الوقت الطويل في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن الرجال الذين يعانون من الوحدة يلجأون إلى وسائل التواصل الاجتماعي للاتصال الإلكتروني في محاولة التخفيف من هذا الشعور.

١٠- دراسةRomita Mitra &Madhavi Rangaswamy ٢٠١٩م، وعنوانها: "الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي وارتباطه بالاكتئاب لدى الشباب الهندي"[١٤] وطبقت على عينة قوامها ٢٦٤ مشاركًا، تندرج أعمارهم بين ١٨-٢٥ عامًا، وكانت أهم نتائجها أن الاستخدام الغير منضبط لشبكات التواصل الاجتماعي قد يتسبب في شعور الأفراد بعدم الاستقرار النفسي، وأن مواجهة الأفراد قيودًا عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي داخل الكليات أو بعض المؤسسات يتسبب في ارتفاع مستويات اصابتهم بالاكتئاب، وذلك يقوي رغبتهم في استخدام هذه الشبكات على نحو يجعل منهم شديدي التأثر بالإدمان لها، كما أكدت الدراسة وجود علاقة ارتباط ذات دلالة بين إدمان استخدام هذه الشبكات الاجتماعية وبين الشعور بالاكتئاب.

١١- دراسة نايف بن عبد العزيز بن محمد ٢٠١٤م بعنوان: "علاقة شبكات التواصل الإلكتروني بالاغتراب الاجتماعي للمراهقين في المجتمع السعودي"[١٥] طبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٨٠ مفردة من المراهقين السعوديين ذكورًا وإناثًا، وتوصلت إلى نتائج أهمها أن: ٦٢٪ من المراهقين يستخدمون الإنترنت للهروب من الواقع، ووجود علاقة ذات دلالة ارتباطية بين كثافة استخدام المراهقين للشبكات الاجتماعية ودرجة الاغتراب الاجتماعي لديهم، وأن دوافع الاستخدام الطقوسية والنفعية تعمق الاغتراب الاجتماعي لدى المراهقين.

<u>التعليق على الدراسات السابقة:</u>

١- إذا كانت الدرسات في مجال الإعلام الرقمي قديمًا قد ركزت على فئة الشباب وفئة المراهقين، فإن الدراسات الحديثة قد اتجهت إلى فئات نوعية أخرى ومنها فئة كبار السن.

٢- أغلب الدراسات السابقة أكدت على وجود علاقات ارتباطية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين أعراض نفسية مثل الاكتئاب والوحدة والميل للانتحار.

٣- اتفقت الدراسات السابقة المتعلقة بكبار السن مع هذه الدراسة في التطرق إلى علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بكبار السن، وإن كان أغلب هذه الدراسات قد أجري على محتوى وسائل التواصل المتعلق بكبار السن. كذلك فإن الدراسات الميدانية السابقة اتفقت مع الباحثة في استخدام أداة استمارة الاستبيان إلا أن هذه الدراسة أضافت إلى الدراسات السابقة استخدام مقياس نفسي لقياس التأثيرات النفسية للإعلام في وسائل الإعلام على كبار السن.

٤- أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في المحور الثاني من دراستها وكذلك في وضع مقياس للاغتراب الاجتماعي للتطبيق على عينة الدراسة، كما أفادت منها في تفسير النتائج الإحصائية وتحديد المفاهيم وصياغة الإطار المعرفي للدراسة.

مشكلة الدراسة:

خلق الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي بين كافة شرائح المجتمع نظام تواصل بديل عن التواصل المباشر بين الأفراد والجماعات، ويعد كبار السن من الشرائح المستخدمة لهذا النظام الاتصالي الحديث وهو ما أظهرته نتائج دراسات سابقة، وقد يكون لهذا الاستخدام آثاره النفسية والاجتماعية، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى التعرف عليه من خلال **الكشف عن العلاقة بين استخدام كبار السن من الفئة العمرية ٦٠ عامًا فما فوقها لمو اقع التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة (فيس بوك - تويتر– يوتيوب – و اتسآب.. وغيرها) ومستوى الاغتراب الاجتماعي لديهم.**

أهمية ادراسة:

١- للبحث أهمية خاصة من حيث كونه من الدراسات البينية التي تجمع بين مجالي الإعلام الرقمي وعلم النفس، وذلك من خلال الربط بين المجال النفسي (الاغتراب الاجتماعي) ومجال الإعلام (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي)، وهو ما يكسب البحث أهمية في كلا المجالين معًا.

٢- يكتسب البحث أهمية من حيث تناوله لفئة مهمة من مستخدمي الإعلام الرقمي، وهي فئة المسنين، والتي ما زالت الدراسات العربية التي تناولتها قليلة –حسب ما توصلت إليه الباحثة -.

٣- كما أن كثيرًا من الدراسات تناولت العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام وبين التأثيرات النفسية على فئات مختلفة (الأطفال / الشباب / المرأة /...إلخ) ولم تتناول أي من البحوث السابقة ما يتعلق بالعلاقة بين الإعلام واغتراب المسنين.

٤- كما يزيد من أهمية الدراسة؛ أنها تلقي الضوء على آفة الوحدة والعزلة الاجتماعية التي تتعالى الأصوات اليوم من التحذير منها ومن مسبباتها لما لها من آثار سلبية على الفرد والمجتمع.

أهداف الدراسة:

١- التعرف على كثافة تعرض كبار السن - عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

٢- التوصل إلى الفروق في شعور كبار السن من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بالاغتراب الاجتماعي تبعًا لمتغيرات (النوع - السن - الحالة الاجتماعية - العلاقة بين أفراد العائلة – وجود أبناء -وجود أحفاد).

٣- رصد معدل استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي في التواصل مع ذويهم.

٤- التعرف على مدى الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى كبار السن.

٥- التوصل إلى مستوى أبعاد الاغتراب الاجتماعي لدى كبار السن -عينة الدراسة.

٦- رصد العلاقة بين الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى كبار السن وبين دوافع تصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي.

٧- التعرف على العلاقة بين كثافة تعرض كبار السن – عينة الدراسة – لوسائل التواصل الاجتماعي والشعور بالاغتراب.

٨- التعرف على الفروق بين الشعور بالاغتراب الاجتماعي لدى عينة الدراسة تبعًا للمتغيرات الديموجرافية (النوع - العمر- الحالة الاجتماعية - وجود أولاد وأحفاد).

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والشعور بالاغتراب الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاغتراب الاجتماعي وكثافة هذا الاستخدام.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور الاغتراب الاجتماعي.

أدوات الدراسة:

استخدمت الباحثة أداة الاستقصاء الإلكتروني وذلك من خلال تصميم الاستمارة الإلكترونية التي يوفرها موقع جوجل على الإيميل وإرسال رابطها إلى المبحوثين. وقد حرصت الباحثة على الإيجاز في عدد الأسئلة قدر المستطاع حتى تكون الاستمارة أكثر ملاءمة لكبار السن عينة الدراسة. فتكونت الاستمارة من ١١ سؤالًا إضافة إلى الخصائص الديموغرافية المراد تسجيلها من المبحوثين.

وقد استعانت الباحثة بنموذج زينب الشقير(٢٠٠١م) لتصميم مقياس الاغتراب الاجتماعي الخاص بالدراسة، ذلك لأنه وضع تشخيصًا للاغتراب لدى العديد من الفئات المتنوعة، وفي جميع المراحل العمرية للفرد ابتداءً من مرحلة الطفولة المتأخرة وحتى مرحلة الشيخوخة. وقد ذكر هذا المقياس خمسة أنواع من الاغتراب: الاغتراب الذاتي، الاغتراب الاجتماعي، الاغتراب السياسي، الاغتراب الديني، الاغتراب التعليمي، ووضعت أبعادًا مختلفة للاغتراب[١٦] اختارت منها الباحثة الاغتراب الاجتماعي واختارت له أبعاد: العزلة الاجتماعية - الشعور بالعجز – الشعور باللامعنى - الشعور باللامعيارية. وهي أكثر الأبعاد ملاءمة للقياس لدى فئة كبار السن – كما ترى الباحثة-، ووضعت الباحثة مقياسًا لهذه الدراسة يتكون من ١٩ عبارة موزعة على الأبعاد الأربعة. وهذه العبارات هي:

عبارات تقيس الشعور باللامعيارية:

- كل الناس يحاولون الظهور بصورة غير صورتهم الحقيقية.
- الطرق الملتوية أفضل طريقة للتعامل مع الناس.
- المصالح الشخصية هي العلاقة الوحيدة بين الناس.

عبارات تقيس الشعور بالعجز:

- أشعر بالعجز عن اتخاذ قراراتي تجاه مواقف الحياة.
- لدي مشكلات كثيرة لا أستطيع حلها.
- أشعر بكراهُية لوضعي الحالي.

عبارات تقيس الشعور بالعزلة الاجتماعية:

- لا أفضل الدخول في أي نقاش.
- أشعر أني أعيش وحيدًا.
- أشك في مشاعر حب أسرتي لي.
- دائمًا نتواصل في زيارات مجمعة.
- لا نتزاور إلا نادرًا.
- أشعر بالملل لأني أقضي أغلب أيامي وحيدًا.
- أتهرب من أي لقاء عائلي.
- تواصلي مع من يعيشون معي ضعيف **جدًا.**

عبارات تقيس الشعور باللامعنى:

- لا أعرف إلى أين تأخذنا الحياة، وما هو شكل المستقبل؟.
- أعيش في الحياة بلا هدف.
- أشعر بأني غير معنيّ بما يجري حولي من أحداث.
- لي تأثير واضح على المحيطين بي.

هناك من يصحبني من عائلتي عند زيارة الطبيب أو إجراء أي فحص.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تقوم بوصف الظواهر وعلاقاتها في الوضع الراهن وتحليل العلاقات المتبادلة فيها، والظاهرة التي تتناولها الدراسة هي الوحدة والاغتراب الاجتماعي لدى كبار السن ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey، وذلك عن طريق مسح عينة من كبار السن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، للتعرف على أعراض الاغتراب لديهم جراء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

عينة الدراسة:

اختارت الباحثة عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مفردة ممن يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من كبار السن ممن يبلغون الستين عامًا فما فوقها، وتنوعت العينة بين الذكور والإناث، يختلفون في حالاتهم الاجتماعية عن بعضهم البعض.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (٢)
يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		ك	%	ن	%
النوع	ذكر	86	28.7	300	100.0
	أنثي	214	71.3		
العمر	من ٦٠ لأقل من ٦٥ عامًا	217	72.3	300	100.0
	من ٦٥ لأقل من ٧٠ عامًا	39	13.0		
	من ٧٠ لأقل من ٧٥ عامًا	26	8.7		
	٧٥ عامًا فأكثر	18	6.0		
الحالة الاجتماعية	أعزب	30	10.0	300	100.0
	متزوج	204	68.0		
	مطلق	17	5.7		
	أرمل	49	16.3		
عدد أفراد الأسر	أقل من ٥ أفراد	63	21.0	300	100.0
	من ٥ لأقل من ١٠ أفراد	137	45.7		
	من ١٠ لأقل من ١٥ فرد	51	17.0		
	١٥ فرد فأكثر	49	16.3		
الأولاد	لديه أولاد	272	90.7	300	100.0
	ليس لديه أولاد	28	9.3		
الأحفاد	لديه أحفاد	206	68.7	300	100.0
	ليس لديه أحفاد	94	31.3		

الإطار الزمني للدراسة:

طبقت الدراسة في الفترة الزمنية من ١ مارس ٢٠٢٣م إلى ١ يونيو ٢٠٢٣م

اختبار الصدق والثبات:

صدق المقياس:

قامت الباحثة بمراجعة صحيفة **الاستقصاء** وعرضها على مجموعة من المحكمين:[١]

[١] **تم عرض الاستمارة على المحكمين الأتي أسماؤهم:**
١- أ.م.د. آيات أحمد رمضان -رئيس قسم الصحافة والنشر كلية الاعلام بنات جامعة الأزهر.
٢- د. داليا عزت مؤمن – مدرس علم النفس كلية الأداب جامعة عين شمس.
٣- د. نفيسة صلاح الدين محمود – مدرس الاعلام بكلية الدراسات العليا للطفوله جامعة عين شمس.
٤- أ.م.د. هدى جمال محمد- رئيس قسم الدراسات النفسية كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.

أ- **لتقييم أداة القياس**، وقد استفادت الباحثة من آرائهم بإجراء التعديلات المطلوبة في بعض الجوانب لتصبح صحيفة الاستقصاء صالحة للتطبيق والقياس.

ب- ثبات المقياس:

للتحقق من ثبات المقياس قامت الباحثة بحساب ثبات الاتساق الداخلي للأبعاد الموجودة وللمقياس ككل بايجاد:

معامل (ألفا كرونباخ "Alpha"، وارتباط سبيرمان - براون Coefficient Spearman-Brown **والتجزئة النصفية "Split-half" لجتمان).**

جدول (١)
يوضح التحقق من ثبات المقياس

م	المقياس	عدد العبارات	معامل (ألفا كرونباخ)	معامل ارتباط سبيرمان – براون	معامل جتمان (التجزئة النصفية)
1	مقياس كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	3	.765	.728	.694
2	مقياس دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	11	.754	.688	.687
3	مقياس الشعور بالاغتراب الاجتماعي	19	.868	.819	.819
	إجمالي مقاييس الدراسة	33	.867	.809	.806

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (٧٥٤.٠) و (٠,٨٦٨)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠,٨٦٧). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان –براون بين (٦٨٨.٠) و(٨١٩.٠)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠,٨٠٩)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (٠,٦٨٧) و(٨١٩.٠)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (٠,٨٠٦)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

مفاهيم الدراسة:

- **كبار السن:** من تقدموا في السن من المبحوثين من عمر ٦٠ عامًا فما فوقها، وقد خصصت الباحثة هذه المرحلة العمرية لأن سن التقاعد في القانون المصري يبدأ من الستين. ويعد التقاعد مظنة بداية الفراغ الكبير في حياة الإنسان، مما قد يجعله أكثر عرضة للاغتراب.
- **مو اقع التواصل الاجتماعي:** المواقع والتطبيقات الخاصة بالإنترنت التي تسمح للمستخدمين بتبادل الآراء والتعبير عن الاتجاهات وتكوين صداقات، وذلك مثل: (اليوتيوب – الفيس بوك – إكس.. وغيرها).
- **الاغتراب الاجتماعي:** شعور الفرد بعدم التواصل مع الآخرين وضعف أو انعدام الروابط الاجتماعية معهم.

الإطار النظري للدراسة:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يركز الأساس القاعدي له على سلوك الشخص تجاه وسائل الإعلام، حيث أوضحت الدراسات اختلاف دوافع الأشخاص عند استخدامهم لوسائل الإعلام، وأنهم يختارون بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها وفق احتياجاتهم النفسية.

يحقق مدخل الاستخدامات والاشباعات أهدافًا منها:
تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة لتحقيق إشباعات مستخدميها.

الإطار المعرفي للدراسة:

الاغتراب.أنواعه..وأسبابه..

الاغتراب مصطلح متعدد الجوانب، ذُكر في سياقات متنوعة أوضحها الانسلاخ عن المجتمع والانعزال. كما جاء استخدامه للاستهجان، إذ تعبر عن شخص منحرف في السلوك الاجتماعي فنقول: "إنه غريب الأطوار"، وفي الاصطلاح له دلالات مختلفة، (وهو بالمعنى الاجتماعي يستخدم للتعبير عن الإحساس بالغربة أو الانسلاخ، عن الآخرين أو عن الذات، أو إلى الظروف التي تنشأ عن هذه الحالة [١٧]).
والاغتراب أنواع، فهناك (الاغتراب النفسي، الاغتراب الاجتماعي، الاغتراب الديني، الاغتراب السياسي، الاغتراب الثقافي....) وغيرها.
ويحدث أحيانًا أن تتداخل بعض أو كل أنواع الاغتراب، فحياة البشر كل متكامل لا تتجزأ.
وقد يصاب الفرد بالاغتراب في أي مرحلة من مراحل عمره، إلا أن كبار السن أكثر مظنة للإصابة به عن غيرهم ممن ينتمون إلى فئات عمرية مغايرة، لما يكونون فيه من الوحدة – بعد الإحالة إلى التقاعد عن العمل- وانشغال أولادهم كل في عمله أو حياته الخاصة، وهنا يكون من الصعب التكيف النفسي مع ذواتهم ومع الآخرين، فزيادة التقدم التكنولوجي زادت من التصاق الناس بالأجهزة وبالشاشات، حيث تعلموا تقنياتها سريعًا.. بينما لا يجد أكثرهم من الوقت والاهتمام ما يتعاملون به ويتواصلون فيه مع غيرهم من بني الإنسان.
ويتمثل الشعور بالاغتراب في مجموعة من الأعراض أشهرها: العزلة، الشعور بالعجز، الشعور باللامعيارية، الشعور باللامبالاة، التشاؤم، الرفض.
وتتمثل السمات الرئيسة للاغتراب كالتالي:
العجز: يقصد به إحساس الإنسان بعدم القدرة على التحكم في مجريات الأمور الخاصة به أو التأثير فيها، أو في تشكيل الأحداث المهمة من حوله، أو بأنه مسلوب الإرادة وليس لديه اختيار.
فقدان المعنى (اللامعنى): ويعرف بأن الفرد يرى أن الحياة لا معنى لها وأنها تسير بطريقة غير معقولة ولا جدوى منها، فيحيا بمشاعر اللامبالاة والانهزامية والانسحاب ويشعر دائمًا بالملل واليأس.
العزلة الاجتماعية: تعني محاولات الابتعاد عن العلاقات السائدة في المجتمع، وهي ترافق الإحساس بعدم الانتماء يشعر فيها الفرد بأنه منفصل عن نفسه وعن من حوله، ولها تأثيرات خطيرة على المجتمع وعلى الفرد. (ووفقًا للتحليل-meta-analysis co-authored الذي أجرته Julianne Holt-Lunstad، أستاذة علم النفس وعلم الأعصاب في جامعة بريجهام يونج، فإن العزلة وفقدان التواصل يزيد من المخاطر الصحية بقدر تدخين ١٥ سيجارة يوميًا أو الإصابة باضطراب تعاطي الكحول، كما وجدت أن الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية أكثر ضررًا بالصحة البدنية والعقلية مرتين من السمنة). [١٨]

كما أظهرت الكثير من الدراسات وجود علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالعزلة، (وأنه رغم أن هذه الشبكات لها دور كبير في تقديم أساليب متنوعة لتكوين صداقات والدخول في محادثات ودردشات، إلا أنها أيضًا قد تتسبب في عزل الأفراد عن بيئاتهم الواقعية الاجتماعية من حولهم).[١٩]

اللامعيارية: شعور الفرد باهتزاز القيم والمعايير داخل المجتمع نتيجة اهتزاز البناء الاجتماعي أو انهياره، وشعوره بعدم التزام الآخرين بالمبادئ الشخصية والسعي إلى الوصول إليها بأساليب مرفوضة اجتماعيًا. (وإذا تفشى الشعور باللامعيارية، يصبح كل هدف الفرد تحقيق أهدافه أيًا كانت الوسيلة، وتختل ثقة الفرد بالمجتمع من حوله، كما تختل علاقته بالأفراد وتصبح علاقة سطحية يشوبها انعدام الثقة وعدم الاهتمام بمشاعر الآخرين، كما تحدث الفجوة بين الغايات والوسائل فتصبح الغاية تبرر الوسيلة أيًا كانت هذه الوسيلة).

وقد أكدت الدراسات أن هناك علاقة وثيقة الروابط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين الشعور بالوحدة والعزلة، حيث أكدت دراسة Lara Youssef &et al(٢٠٢٠م) [٢٠] الارتباط الوطيد بين اضطراب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة، حيث أثبتت أن ٢٣,٧٪ يعانون اضطراب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهناك علاقة أيضًا بين ارتفاع الشعور بالوحدة والشعور بالاكتئاب والتوتر والقلق والأرق واضطراب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science). وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات إسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنية Scale، وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة.Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصارًا باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارًا ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠٠، ومتوسطة إذا كانت ما بين ٠,٣٠٠: ٠,٦٠٠، وقوية إذا كانت أكثر من ٠,٦٠٠.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠,٠٥، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

نتائج الدراسة:

جدول (٣)
يوضح مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين

مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نادرًا	33	11.0	2.480	.6864
أحيانًا	90	30.0		
دائمًا	177	59.0		
الإجمالي	300	100.0		

يتضح من الجدول ارتفاع استخدام عينة الدراسة من كبار السن لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث أشار (٥٩٪) من أفراد العينة أنهم يتابعونها دائمًا، وأشار ٣٠٪ منهم أنهم يتابعونها أحيانًا، بما يعني أنهم يتابعونها بشكل مستمر أو شبه مستمر، بينما أجاب ١١٪ فقط من أفراد العينة أنهم نادرًا ما يتابعونها. وهذا يوضح أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءًا من الأنشطة اليومية لدى كبار السن – عينة الدراسة -.

جدول (٤)
يوضح معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع

عدد الأيام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يوم واحد في الأسبوع	10	3.3	3.433	.8840
من ٢ إلى ٤ أيام في الأسبوع	50	16.7		
من ٥إلى ٦ أيام في الأسبوع	40	13.3		
يوميًا	200	66.7		
الإجمالي	300	100.0		

يظهر الجدول ارتفاع معدل استخدام كبار السن لوسائل التواصل الاجتماعي على مدار الأسبوع، حيث بلغت نسبة من يستخدمونها يوميًا ٦٦,٧٪ من إجمالي عينة الدراسة، تلتها نسبة من يستخدمونها من ٢-٤ أيام (بنسبة ١٦,٢٪)، ثم من يتعرضون لها من ٥-٦ أيام (بنسبة ١٣,٣٪)، وأخيرًا جاءت نسبة التعرض الأقل (يوم واحد) بنسبة ٣,٣٪ من أفراد العينة.

وهذا يؤكد ما توصل إليه الجدول (رقم ٣) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح ملازمًا لدى أغلب عينة الدراسة وطوال أغلب أيام الأسبوع.

جدول (٥)
عدد ساعات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي يوميًا

عدد الساعات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من ساعة	67	22.3	2.387	1.0234
من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات	104	34.7		
من ٣ ساعات إلى أقل من ٥ ساعات	75	25.0		
٥ ساعات فأكثر	54	18.0		
الإجمالي	300	100.0		

يوضح الجدول توسط كثافة تعرض كبار السن من عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي على مدار اليوم، حيث بلغت النسبة الأعلى من أفراد العينة (٣٤,٧٪) لمن يتابعون مواقع التواصل من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات يوميًا، تلتها نسبة من يتابعونها ٣- أقل من ٥ ساعات يوميًا بنسبة (٢٥٪).

وجاءت النسبة الأقل من كثافة الاستخدام (٥ ساعات فأكثر) بنسبة ١٨٪ من إجمالي العينة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جيهان سعد عبده ٢٠١٧م[٢١] التي أظهرت أنه في المرة الواحدة وصلت أعلى معدلات استغراق كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ساعتين، إذ يميل كبار السن إلى الاعتدال في استغراق التعرض لهذه المواقع، وقد يرجع ذلك إلى أن متابعة مواقع التواصل الاجتماعي تتم عبر الشاشات (الموبايل أو اللاب توب...) وهو ما قد يؤدي إلى إجهاد العينين في القراءة خاصة مع التقدم في العمر، الأمر الذي يتطلب الاعتدال في التعرض للقراءة عن طريق الشاشات.

جدول (٦)
يوضح كثافة تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

مقياس الكثافة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	34	11.3	2.4500	.68975
المستوى المتوسط	97	32.3		
المستوى المرتفع	169	56.3		
الإجمالي	300	100.0		

يظهر الجدول المستوى المرتفع لكثافة استخدام كبار السن -عينة الدراسة– لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٥٦,٣٪ من إجمالي العينة، ربما يرجع ارتفاع كثافة التعرض إلى وقت الفراغ الكبير الذي قد يلجأ المسن إلى شغله بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة الأخبار، وهو ما أشارت إليه نتيجة دراسة نهاد محمد حسن ٢٠٢٢م [٢٢] التي أوضحت أنه لدى المسنين وقت فراغ كبير يجعلهم أكثر حرصًا على متابعة الأخبار بشكل دائم. كما أن الكثير من كبار السن يدركون أن وسائل التواصل الاجتماعي هي لغة تواصل العصر، ومن هنا كان عليهم أن يتقنوها ليجيدوا التعامل مع الأخرين، وهو ما أشارت إليه دراسة (N Batra) أن معظم المبحوثين من كبار السن ذكورًا وإناثًا، منخرطون بشدة في وسائل التواصل الاجتماعي ويستخدمونها بنشاط للعودة إلى الاندماج مع التيار السائد في المجتمع. وقد عبَّروا جميعًا عن رغبتهم في التجديد من أنفسهم حتى لا تُبحر سفينة المجتمع وتتركهم على الضفة الأخرى من النهر، إن جاز التعبير.)[٢٣]

جدول (٧)
يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون

مواقع التواصل المستخدمة	ك	%
واتساب	252	84.0
يوتيوب	152	50.7
تيك توك	118	39.3
تويتر	94	31.3
الفيس بوك	72	24.0
انستجرام	66	22.0
سناب شات	26	8.7
زوم	12	4.0
أخري	4	1.3

طبقًا للجدول يأتي الواتساب في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي ثم اليوتيوب يليه التيك توك، بينما يأتي تطبيق زوم في آخر ما يستخدمه كبار السن من مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٨)
يوضح ترتيب الأنشطة التي تمارسها عينة الدراسة

ممارسة أنشطة	الترتيب				الوزن المرجح	الرتبة
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع		
القراءة	116	93	46	45	2.933	1
مشاهدة التلفاز	106	72	65	57	2.757	2
الذهاب إلى المقهى/ النادي	30	73	120	77	2.187	3
ممارسة الرياضة	48	62	69	121	2.123	4

يوضح الجدول أن القراءة جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة لأنشطة العدد الأكبر (١١٦) من كبار السن من المبحوثين عينة الدراسة، وجاءت مشاهدة التلفاز في الترتيب الثاني لأنشطة المبحوثين بعدد (١٠٦) من عينة الدراسة.

وهي في الأغلب أنشطة داخلية (داخل المنزل) قد لا يضطر ممارسها إلى الخروج أو مشاركة الغير في آدائها. وهومتناسب مع كبار السن الذين قد لا يجدون دافعًا كبيرًا للخروج الذي قد يستلزم من يوصلهم أو يصاحبهم فيه، وكذلك يتناسب مع الحالة الصحية لكبار السن التي قد لا تشجع الكثيرين منهم على الخروج خاصة بعد ظهور فيروس كورونا وتحوراته في الآونة الأخيرة.

بينما جاء ممارسة الرياضة في الترتيب الأول لدى(٤٨) مبحوثًا، وفي الأخير الذهاب إلى المقهى لدى (٣٠) من كبار السن عينة الدراسة.

جدول (٩)
يوضح الأنشطة التي يمارسها المبحوثون مع أفراد الأسرة

النشاط	درجة النشاط						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائما		أحيانا		نادرا					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تبادل أطراف الحديث	264	88.0	30	10.0	6	2.0	300	100.0	2.860	.4012
تبادل الزيارات	106	35.3	144	48.0	50	16.7	300	100.0	2.187	.6977
الخروج في نزهه	73	24.3	148	49.3	79	26.3	300	100.0	1.980	.7127
مشاهدة فيلم أومسلسل	80	26.7	113	37.7	107	35.7	300	100.0	1.910	.7857
التشارك في ألعاب (ورقية أو غيرها)	42	14.0	121	40.3	137	45.7	300	100.0	1.683	.7057

تظهر نتائج الجدول أن النشاط الأساسي الذي يقوم به كبار السن مع الأسرة هو تبادل أطراف الحديث مع أفراد الأسرة (حيث جاء ذلك بمتوسط حسابي ٢,٨٦٠)، وهو في الغالب النشاط المحبب لدى كبار السن، إذ يفضلون الحديث عن ذكرياتهم مع عائلاتهم، ويهتمون بنقل تجاربهم في الحياة لمن بعدهم.

كذلك جاء تفضيلهم لتبادل الزيارات والتنزه معًا في المرتبة الثانية (بمتوسط حسابي ٢,١٨٧) وهي الأنشطة التي تتطلب تواصلًا متبادلًا بين الأفراد وتستلزم حوارات عائلية أيضًا، تراجع نشاط ومشاهدة فيلم أو مسلسل ثم التشارك في الألعاب الورقية ليكونا في آخر الأنشطة. وهو ما يعكس نشاط الحوار الأسري الذي يطغى بنسبة غير قليلة على الأنشطة الأخرى التي لا تحتاج إلى الكثير من الحوار – كالألعاب الورقية ومشاهدة المسلسلات مثلاً.

جدول (١٠)
يوضح معدل استخدام المبحوثين وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع العائلة

مدى الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا	14	4.7	2.580	.5814
أحيانا	98	32.7		
دائما	188	62.7		
الإجمالي	300	100.0		

يوضح الجدول أن كبار السن –عينة الدراسة– يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة (٦٢,٧٪) في التواصل مع عائلاتهم.

وهو ما يؤشر إلى أن كبار السن لا يستغرقون في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على حساب عائلاتهم، بل إن أغلب أفراد العينة تستثمر هذه الوسائل في زيادة أواصر العلاقات الأسرية.

جدول (١١)
يوضح أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع العائلة

أسباب الاستخدام	ك	%
أتواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بالمسافرين من عائلتي خارج البلاد	170	59.4
نتبادل الزيارات ولكن الاتصال يزيد التواصل بيننا	146	51.0
استخدم الإنترنت في التواصل معهم بشأن الضروريات فقط	94	32.9
الكثير من أفراد العائلة مشغولون ولا نتزاور كثيرًا	86	30.1
أخرى	3	1.0

يوضح الجدول أن وجود أفراد العائلة خارج البلاد بعيدًا عن ذويهم من كبار السن هو أهم أسباب التواصل معهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي (وذلك بنسبة ٥٩,٤٪).

ومن هنا فإن وسائل التواصل تعد بالنسبة لكبار السن وسيلة لجمع شملهم مع عائلاتهم وتعويضهم عن الابتعاد عنهم.وإذا كان السفر أحد أسباب الغياب، فإن أعباء الحياة وضغوطها كثيرًا ما تشغل الناس عن ذويهم، ومن هنا وجد أفراد العائلة ملاذًا يجتمعون فيه على وسائل التواصل الاجتماعي (وذلك تمثل في النسبة القليلة من عينة الدراسة ٣٠,١٪)، ولا يعد الغياب أو البُعد فقط من أسباب التواصل مع أفراد العائلة على وسائل التواصل، بل أن زيادة الترابط أيضًا أحد أسباب هذا التواصل، إذ أنه جاء في المرتبة الثانية (بنسبة ٥١٪) من أسباب التواصل: زيادة التواصل مع وجود الزيارات العائلية. وهذه النتيجة تتفق مع ما ذكرته دراسة N Batra من أن (مكالمات الفيديو على الهواتف الذكية لمشاهدة أنشطة الأحفاد أمرٌ شائع بينهم وتعد من جوانب المرح المرحب به بالنسبة لهم، ويمنحهم هذا المزيد من الرضا مقارنة بالمكالمات الصوتية البسيطة).[٢٤]

وإذا كانت أغلب عينة الدراسة تستخدم الهواتف الذكية في التواصل مع الأهل، فإن نسبة ٣٢,٩٪ من أفراد العينة لا تتواصل مع الأقارب على مواقع التواصل إلا للضروريات فقط.

جدول (١٢)
يوضح دوافع استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي

دوافع الاستخدام	درجة الاستخدام						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	دائمًا		أحيانًا		نادرًا					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
متابعة الأخبار	215	71.7	67	22.3	18	6.0	300	100.0	2.657	.5887
التواصل مع الأصدقاء القدامى	133	44.3	116	38.7	51	17.0	300	100.0	2.273	.7351
اكتساب صداقات جديدة	26	8.7	35	11.7	239	79.7	300	100.0	1.290	.6168
البحث عن جديد في مجال تخصصي	82	27.3	81	27.0	137	45.7	300	100.0	1.817	.8359
البحث عن فرصة عمل بعد التقاعد	38	12.7	61	20.3	201	67.0	300	100.0	1.457	.7093
شغل وقت الفراغ	170	56.7	101	33.7	29	9.7	300	100.0	2.470	.6663
التسلية	164	54.7	104	34.7	32	10.7	300	100.0	2.440	.6792
نسيان مشاكل الحياة	97	32.3	109	36.3	94	31.3	300	100.0	2.010	.7992
أغلب من حولي يستخدمه لذا أريد أن أتكيف معهم	77	25.7	106	35.3	117	39.0	300	100.0	1.867	.7944
تبادل الآراء حول الموضوعات المختلفة	101	33.7	135	45.0	64	21.3	300	100.0	2.123	.7325
أصبحت عادة لي	153	51.0	78	26.0	69	23.0	300	100.0	2.280	.8147

يوضح الجدول أن استخدام كبار السن لوسائل التواصل الاجتماعي لمتابعه الأخبار يأتي في مقدمة الدوافع وذلك بمتوسط حسابي ٢,٦٥٧ (وهو أحد الدوافع النفعية)، وإذا كانت عادة كبار السن سابقًا تصفح الصحف الورقية صباحًا لمعرفة الأخبار، فيبدو أن تراجع الصحف الورقية سيجعل من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة الأخبار عادة كبار السن في عصر الرقمنة، ثم لشغل أوقات الفراغ في المرتبة الثانية (من الدوافع الطقوسية) وذلك بمتوسط حسابي ٢,٤٧٠، وهو ما يعد منطقيًا في ظل تقاعد عينة الدراسة عن العمل وحاجتها لملئ الوقت. ومثلها أيضًا الدافع الثالث (من الدوافع الطقوسية) وهو التسلية (بمتوسط حسابي ٢,٤٤٠)، وفي المرتبة الرابعة يأتي دافع طقوسي ثالث وهو أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح عادة لكبار السن – عينة الدراسة – وذلك بمتوسط حسابي ٢,٢٨٠، (وبذلك تأتي الدوافع الطقوسية في مقدمة الدوافع) بينما جاء البحث عن فرصة عمل واكتساب صداقات جديدة في آخر دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وذلك بمتوسطات حسابية (١,٤٥٧، ١,٢٩٠) على الترتيب.

جدول (١٣)
يوضح مقاييس دوافع استخدام العينة لوسائل التواصل الاجتماعي

مقاييس الدوافع	المستوى						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	منخفض		متوسط		مرتفع					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
مقياس الدوافع بصفة عامة	42	14.0	189	63.0	69	23.0	300	100.0	2.0900	.60259
مقياس الدوافع النفعية	73	24.3	195	65.0	32	10.7	300	100.0	1.8633	.57657
مقياس الدوافع الطقوسية	42	14.0	109	36.3	149	49.7	300	100.0	2.3567	.71495

يوضح الجدول غلبة الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية في استخدام كبار السن – عينة الدراسة – لوسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بمتوسط حسابي ٢,٣٥٦٧ للدوافع الطقوسية مقابل المتوسط الحسابي ١,٨٦٣٣ للدوافع النفعية. وتعد هذه النتيجة مخالفة لنتيجة دراسة جيهان سعد عبده ٢٠١٧ م)[٢٥] والتي أظهرت تقدم الدوافع النفعية لوسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة للمسنين على الدوافع الطقوسية. وربما بعد مرور ست سنوات على هذه الدراسة أصبح استخدام المسنين لوسائل التواصل الاجتماعي معتادًا وضمن طقوس كبار السن، فأصبح مثل استخدامهم للجريدة وللتلفاز سابقًا.

جدول (١٤)
يوضح مستوى استخدام كبار السن لوسائل التواصل الاجتماعي

مستوى الاستخدام	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	42	14.0	2.0900	.60259
المستوى المتوسط	189	63.0		
المستوى المرتفع	69	23.0		
الإجمالي	300	100.0		

تظهر نتائج هذا الجدول أن مستوى استخدام كبار السن – عينة الدراسة – لمواقع التواصل الاجتماعي متوسط (بنسبة ٦٣٪).

جدول (١٥)
مقياس الاغتراب لدى كبار السن

مقياس الاغتراب	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	200	66.7	1.3800	.57449
المستوى المتوسط	86	28.7		
المستوى المرتفع	14	4.7		
الإجمالي	300	100.0		

يوضح الجدول أن مستوى الاغتراب لدى كبار السن عينة الدراسة منخفض (نسبته ٦٦,٧٪)، بينما كان متوسطًا لدى ٢٨,٧٪ من عينة الدراسة، ومرتفعًا لدى النسبة الأقل منها (٤,٧٪). ونتائج هذا الجدول تتفق مع جدول رقم ٩ وجدول رقم ١٠ اللذين يوضحان أن هناك تواصلًا بين كبار السن وبين الأقارب والأهل، وان هناك حوارًا مستمرًا بينهم، وأنه من دوافع استخدام كبار السن لوسائل التواصل الاجتماعي: التواصل مع العائلة، وكل هذه الأمور تجعل مستوى الاغتراب منخفضًا لدى كبار السن تصديقًا لما ذكرته ودراسة شيماء يوسف[٢٦] من أن (العوامل التي تزيد من شعور الاغتراب لدى المسنين تراجع تقلص دور الأسرة وقلة التواصل الاجتماعي داخلها، ووهن العلاقات الاجتماعية وفتور العلاقات الإنسانية). وعكس هذه العوامل متوفر في هذه النتائج، مما أدى إلى انخفاض مستوى الاغتراب لدى العينة.

جدول (١٦)
أبعاد الاغتراب لدى كبار السن

أبعاد الاغتراب	المستوى						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	منخفض		متوسط		مرتفع					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
العزلة الاجتماعية	207	69.0	67	22.3	26	8.7	300	100.0	1.3967	.64346
اللامعيارية	179	59.7	85	28.3	36	12.0	300	100.0	1.5233	.70078
الشعور بالعجز	225	75.0	43	14.3	32	10.7	300	100.0	1.3567	.66654
اللامعنى	197	65.7	81	27.0	22	7.3	300	100.0	1.4167	.62532

يوضح الجدول انخفاض مستوى أبعاد الاغتراب الاجتماعي لدى كبار السن – عينة الدراسة- (وذلك بنسبة ٧٥٪ لبعد الشعور بالعجز ٦٩٪ لبعد العزلة، ٦٥,٧٪ لبعد اللامعنى، ٥٩,٧٪ لبعد اللامعيارية).

وكذلك يوضح الجدول أن الشعور باللامعيارية تصدَّر أبعاد الاغتراب الاجتماعي لدى كبار السن – عينة الدراسة – تلاه الشعور بالعجز ثم بالعزلة الاجتماعية وأخيرًا الشعور باللامعنى.

جدول (١٧)
عبارات تقيس أبعاد الاغتراب

شكل التفاعل	درجة التفاعل						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق		محايد		معارض					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
دائمًا نتواصل في زيارات مجمعة	209	69.7	73	24.3	18	6.0	300	100.0	2.637	.5937
لا نتزاور إلا نادرًا	49	16.3	87	29.0	164	54.7	300	100.0	1.617	.7516
أتهرب من أي لقاء عائلي	25	8.3	45	15.0	230	76.7	300	100.0	1.317	.6199
هناك من يصحبني من عائلتي عند زيارة الطبيب أو إجراء أي فحص	177	59.0	54	18.0	69	23.0	300	100.0	2.360	.8323
أشعر بالملل لأني أقضي أغلب أيامي وحيدًا	54	18.0	88	29.3	158	52.7	300	100.0	1.653	.7671
تواصلي مع من يعيشون معي ضعيف جدًا	34	11.3	66	22.0	200	66.7	300	100.0	1.447	.6895
لا أفضل الدخول في أي نقاشات	73	24.3	123	41.0	104	34.7	300	100.0	1.897	.7624
أشعر أني أعيش وحيدًا	34	11.3	72	24.0	194	64.7	300	100.0	1.467	.6908
أشك في مشاعر حب أسرتي لي	38	12.7	36	12.0	226	75.3	300	100.0	1.373	.6992
أشعر بكراهية لوضعي الحالي	36	12.0	61	20.3	203	67.7	300	100.0	1.443	.6989
لدي مشكلات كثيرة لا أستطيع حلها	50	16.7	73	24.3	177	59.0	300	100.0	1.577	.7612
أشعر بالعجز عن اتخاذ قراراتي تجاه مواقف الحياة	44	14.7	93	31.0	163	54.3	300	100.0	1.603	.7311
لا أعرف إلى أين تأخذنا الحياة وما هو شكل المستقبل	89	29.7	99	33.0	112	37.3	300	100.0	1.923	.8163
أعيش الحياة بلاهدف	32	10.7	38	12.7	230	76.7	300	100.0	1.340	.6627
أشعر بأني غير معنيّ بما يجري حولي من أحداث	32	10.7	60	20.0	208	69.3	300	100.0	1.413	.6763

لي تأثير واضح على المحيطين بي	171	57.0	99	33.0	30	10.0	300	100.0	2.470	.6713
كل الناس يحاولون الظهور بصورة غير صورتهم الحقيقية	77	25.7	146	48.7	77	25.7	300	100.0	2.000	.7177
الطرق الملتوية أفضل طريقة للتعامل مع الناس	40	13.3	82	27.3	178	59.3	300	100.0	1.540	.7189
المصالح الشخصية هي العلاقة الوحيدة بين الناس	47	15.7	109	36.3	144	48.0	300	100.0	1.677	.7307

جاءت عبارة "دائمًا نتواصل في زيارات مجمعة" في مقدمة العبارات التي تقيس بعد الشعور بالعزلة وذلك بمتوسط حسابي ٢,٦٣٧، بينما جاءت عبارة "أتهرب من أي لقاء عائلي" في أدنى مراتب العبارات التي تقيس هذا البُعد وذلك بمتوسط حسابي ١,٣١٧.

وجاءت عبارة "كل الناس يحاولون الظهور بصورة غير صورتهم الحقيقية" في مقدمة العبارات التي تقيس بُعد الشعور باللامعيارية وذلك بمتوسط حسابي ٢,٠٠٠، بينما جاءت عبارة "الطرق الملتوية أفضل طريقة للتعامل مع الناس" في المرتبة الأخيرة لقياس هذا البُعد وذلك بمتوسط حسابي: ١,٥٤٠.

وفي بُعد الشعور باللامعنى كانت عبارة "لي تأثير واضح على المحيطين بي" في مقدمة مقياس هذا البُعد بمتوسط حسابي ٢,٤٧٠ بينما جاءت عبارة "أعيش الحياة بلاهدف" في آخرها بمتوسط حسابي ١,٣٤٠، أما بُعد العجز فقد جاءت عبارة "أشعر بالعجز عن اتخاذ قراراتي تجاه مواقف الحياة" في مقدمة عبارات قياس هذا البُعد بمتوسط حسابي ١,٦٠٣ وجاء في آخرها عبارة: "أشعر بكراهية لوضعي الحالي" بمتوسط حسابي "١,٤٤٣.

النتائج المتعلقة بالتأكد من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١٨)
الفرق بين كثافة الاستخدام والنوع

	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية SIG
كثافة الاستخدام	ذكر	86	2.2907	.64837	2.559	298	.011
	أنثي	214	2.5140	.69693			

يظهر الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة T(٢,٥٥٩) وهي دالة عند مستوى معنوية (.011) وقد جاءت الفروق لصالح الإناث، أي أنهن الأكثر في كثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي من الذكور.

جدول (١٩)
الفرق بين كثافة الاستخدام ووجود الأولاد

	الأولاد	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية SIG
كثافة الاستخدام	لديه أولاد	272	2.3934	.70031	4.577	298	.001
	ليس لديه أولاد	28	3.0000	.00000			

يتبين من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير وجود الأولاد وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة T(٤,٥٧٧) وهي دالة عند مستوى معنوية.001 وقد جاءت الفروق لصالح من ليس لديهم أولاد من كبار السن عينة الدراسة، وقد يرجع ذلك إلى أنهم أقل انشغالًا عن غيرهم وأكثر حاجة إلى شغل أوقات الفراغ.

جدول (٢٠)
الفرق بين كثافة الاستخدام ووجود الاحفاد

	الأحفاد	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية SIG
كثافة الاستخدام	لديه أحفاد	206	2.3447	.73428	4.014	298	.001
	ليس لديه أحفاد	94	2.6809	.51248			

يتبين من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير وجود الأحفاد وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة T(٤,٠١٤) وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 وقد جاءت الفروق لصالح من ليس لديهم أحفاد من كبار السن عينة الدراسة، وقد يرجع ذلك إلى أنهم أكثر حاجة إلى التسلية وإلى التواصل مع الآخرين.

جدول (٢١)
الفرق بين كثافة الاستخدام والعمر

	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	درجات الحرية DF	قيمة F	مستوى المعنوية SIG
كثافة الاستخدام	من ٦٠ لأقل من ٦٥ عامًا	217	2.5760	.58133	3	10.817	.001
	من ٦٥ لأقل من ٧٠ عامًا	39	1.9744	.81069	296		
	من ٧٠ لأقل من ٧٥ عامًا	26	2.2692	.77757			
	٧٥ عامًا فأكثر	18	2.2222	.94281			
	المجموع	300	2.4500	.68975			

يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة F(10.817) وهي دالة عند مستوى معنوية0.001 وقد جاءت الفروق لصالح من تتراوح أعمارهم بين ٦٠ إلى ٦٥، أي أنهم أكثر كثافة في الاستخدام.

ربما يرجع ذلك إلى أن القدرة القرائية على الأجهزة (الموبايل أو التابلت مثلاً) تقل بعد سن ٦٥، فقد يحول ضعف الإبصار أو إرهاق العينين لدى كبار السن في هذه المرحلة العمرية دون كثافة استخدام الأجهزة، ومن ثَمّ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (٢٢)
الفرق بين كثافة الاستخدام والحالة الاجتماعية

	الحالة الاجتماعية	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	درجات الحرية DF	قيمة F	مستوى المعنوية SIG
كثافة الاستخدام	أعزب	30	2.8667	.50742	3	6.619	.001
	متزوج	204	2.4069	.67769	296		
	مطلق	17	2.7647	.43724			
	أرمل	49	2.2653	.78463			
	المجموع	300	2.4500	.68975			

يظهرمن الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة الاجتماعية وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة F(6.619) وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001 وقد جاءت الفروق لصالح الأعزب ثم لصالح المطلق، فعدم وجود التزامات أو ارتباطات أسرية لدى كل منهما يجعله أكثر كثافة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والبحث عن وسائل للاتصال مع آخرين.

وبناءً على ما سبق: يتضح صحة الفرض الأول القائل بأنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين وكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي".

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والشعور بالاغتراب الاجتماعي.

جدول (٢٣)
الفرق بين الشعور بالاغتراب الاجتماعي والنوع

	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية SIG
الشعور بالاغتراب	ذكر	86	1.3256	.47134	1.040	298	.299
	أنثي	214	1.4019	.61070			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الشعور بالاغتراب ومتغير النوع، حيث بلغت قيمة T (1.040) عند مستوى معنوية 0.299 ، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الشعور بالاغتراب وبين نوعي المبحوثين ذكورًا وإناثًا.

جدول (٢٤)
الفرق بين الشعور بالاغتراب ووجود الأولاد

	الأولاد	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية SIG
الشعور بالاغتراب	لديه أولاد	272	1.3529	.55047	2.566	298	.011
	ليس لديه أولاد	28	1.6429	.73102			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الشعور بالاغتراب ومتغير وجود أبناء، حيث بلغت قيمة T (2.566) عند مستوى معنوية011. وذلك لصالح من ليس لديهم أولاد، وهي دالة، أي أنه يزداد الشعور بالاغتراب مع عدم وجود أولاد لدى المبحوثين.

جدول (٢٥)
الفرق بين الشعور بالاغتراب ووجود الأحفاد

	الأحفاد	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية DF	مستوى المعنوية SIG
الشعور بالاغتراب	لديه أحفاد	206	1.3301	.52986	2.242	298	.026
	ليس لديه أحفاد	94	1.4894	.65163			

يظهر الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الشعور بالاغتراب ومتغير وجود أحفاد، حيث بلغت قيمة T (2.242) عند مستوى معنوية 026. وذلك لصالح من ليس لديهم أحفاد؛ أي أنه يزداد الشعور بالاغتراب مع عدم وجود أحفاد لدى المبحوثين.

وتعد نتيجة الجدولين الأخيرين منطقية إلى حد كبير، فلا شك أن وجود الأبناء والأحفاد في حياة الإنسان يقلل من عزلته ومن شعوره باللامعنى لوجوده أو لقيمته في الحياة، ومن ثم شعوره بالاغتراب الاجتماعي.

جدول (٢٦)
الفرق بين الشعور بالاغتراب والعمر

	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	درجات الحرية DF	قيمة F	مستوى المعنوية SIG
الشعور بالاغتراب	من ٦٠ لأقل من ٦٥ عامًا	217	1.3641	.58626	3	1.926	.125
	من ٦٥ لأقل من ٧٠ عامًا	39	1.4103	.49831	296		
	من ٧٠ لأقل من ٧٥ عامًا	26	1.2692	.45234			
	٧٥ عامًا فأكثر	18	1.6667	.68599			
	المجموع	300	1.3800	.57449			

بحسب الجدول السابق،فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الشعور بالاغتراب ومتغير العمر، حيث بلغت قيمة 1.926) F) عند مستوى معنوية.125 وهي غير دالة. أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الشعور بالاغتراب والمرحلة العمرية لكبار السن.

جدول (٢٧)
الفرق بين الشعور بالاغتراب والحالة الاجتماعية

	الحالة الاجتماعية	العدد N	المتوسط الحسابي MEAN	الانحراف المعياري	درجات الحرية DF	قيمة F	مستوى المعنوية SIG
الشعور بالاغتراب	أعزب	30	1.6667	.71116	3	3.128	.026
	متزوج	204	1.3480	.53585	296		
	مطلق	17	1.2353	.43724			
	أرمل	49	1.3878	.63954			
	المجموع	300	1.3800	.57449			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الشعور بالاغتراب ومتغير الحالة الاجتماعية، حيث بلغت قيمة F (3.128) عند مستوى معنوية.026 وذلك لصالح الأعزب من كبار السن، أي أنه يزداد الشعور بالاغتراب مع عدم الزواج لدى كبار السن عينة الدراسة. وهو ما يعد أمرًا مرتقبًا، فعدم الزواج

بما فيه من الأنس والمشاركة في الحياة بين الزوجين – إضافة إلى وصول الفرد إلى سن التقاعد عن العمل -وما يتبعه من وجود أوقات فراغ كبيرة وانقطاع عن الانشغال مع زملاء العمل ولقاءاتهم المستمرة - يجعل المرء أكثر عرضة للشعور بالاغتراب.**وبناءً على ما سبق، يتضح جزئيًا صحة الفرض الثاني القائل بأنه:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للمبحوثين والشعور بالاغتراب الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وكثافة هذا الاستخدام.

جدول (٢٨)

العلاقة بين دوافع الاستخدام وكثافة الاستخدام

دوافع الاستخدام		كثافة الاستخدام
الدوافع بصفة عامة	معامل الارتباط	.393
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	300
الدوافع النفعية	معامل الارتباط	.382
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	300
الدوافع الطقوسية	معامل الارتباط	.372
	مستوى الدلالة	.001
	العدد	300

يتضح من الجدول السابق أنه كلما زادت الدوافع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين زادت كثافة الاستخدام لهذه الوسائل، حيث أنه عند الدوافع النفعية بلغ معامل الارتباط. 382 عند مستوى دلالة.001، وعند الدوافع الطقوسية بلغ معامل الارتباط.372 عند مستوى دلالة.001 **وبذلك يتضح صحة الفرض الثالث القائل:** بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وكثافة هذا الاستخدام.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور الاغتراب الاجتماعي.

جدول (٢٩)
الفرق بين الشعور بالاغتراب وكثافة الاستخدام

الشعور الاغتراب الاجتماعي		كثافة الاستخدام
بصفة عامة	معامل الارتباط	.099
	مستوى الدلالة	.088
	العدد	300
الشعور بالعزلة	معامل الارتباط	.064
	مستوى الدلالة	.272
	العدد	300
الشعور باللامعيارية	معامل الارتباط	.085
	مستوى الدلالة	.140
	العدد	300
الشعور بالعجز	معامل الارتباط	.181
	مستوى الدلالة	.002
	العدد	300
الشعور باللامعني	معامل الارتباط	.176
	مستوى الدلالة	.002
	العدد	300

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط بين بُعدين من أبعاد الاغتراب: وهما الشعور بالعجز، والشعور باللامعنى وبين كثافة الاستخدام، حيث أنه في بعد الشعور بالعجز بلغت قيمة معامل الارتباط.181 عند مستوى الدلالة.002، أي أنه كلما زادت كثافة الاستخدام زاد الشعور بالعجز لدى عينة الدراسة.

وكذلك فإنه عند بعد الشعور باللامعنى بلغت قيمة معامل الارتباط.176 عند مستوى الدلالة.002، أي أنه كلما زادت كثافة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي زاد الشعور باللامعنى لدى عينة الدراسة. بينما لم يثبت وجود علاقة ارتباطية بين كثافة الاستخدام والشعور بالعزلة والشعور باللامعيارية.

وبناءً على ما سبق، يتضح جزئيًا صحة الفرض الرابع القائل بأنه:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاغتراب الاجتماعي.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالاغتراب الاجتماعي.

جدول (٣٠)
الفرق بين الشعور بالاغتراب ودوافع الاستخدام

الشعور الاغتراب الاجتماعي		دو افع الاستخدام		
		بصفة عامة	الدو افع النفعية	الدو افع الطقوسية
بصفة عامة	معامل الارتباط	.181	.117	.263
	مستوى الدلالة	.002	.043	.001
	العدد	300	300	300
الشعور بالعزلة	معامل الارتباط	.192	.176	.222
	مستوى الدلالة	.001	.002	.001
	العدد	300	300	300
الشعور باللامعيارية	معامل الارتباط	.237	.211	.240
	مستوى الدلالة	.001	.001	.001
	العدد	300	300	300
الشعور بالعجز	معامل الارتباط	.178	.110	.301
	مستوى الدلالة	.002	.050	.001
	العدد	300	300	300
الشعور باللامعني	معامل الارتباط	.175	.121	.213
	مستوى الدلالة	.002	.036	.001
	العدد	300	300	300

يتضح من الجدول السابق أن دوافع استخدام كبار السن – عينة الدراسة- لوسائل التواصل الاجتماعي بصفه عامة تعمق الشعور بالاغتراب لديهم.

حيث بلغت قيمة معامل الارتباط.192 عند مستوى دلالة.001 وهي دالة عند بعد الشعور بالعزلة، وبلغت قيمة معامل الارتباط .237 عند مستوى دلالة.001 وهي دالة عند بعد الشعور باللامعيارية، كذلك بلغت قيمة معامل الارتباط .178 عند مستوى دلالة.002 وهي دالة عند بعد الشعور بالعجز.

ووصلت قيمة معامل الارتباط..175 عند مستوى دلالة.002وهي دالة عند بعد الشعور باللامعنى.

وبناء على ذلك يتضح صحة الفرض الخامس القائل: بوجود علاقة ارتباط إيجابية بين دوافع استخدام كبار السن عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي والشعور بالاغتراب.

خاتمة الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة الكشف عن العلاقه بين استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذا الاستخدام في شعورهم بالاغتراب الاجتماعي، وتمت هذه الدراسة في ظل عدد من المتغيرات وهي كثافة استخدام هذه المواقع، ومتغيري عدد الأبناء وعدد الأحفاد، ومتغير النوع، ومتغير السن، وأخيرًا متغير الحالة الاجتماعية. واختارت الباحثة عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مفردة من كبار السن الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واستخدمت أداة الاستبيان، وانتهت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

ارتفاع كثافة استخدام كبار السن لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن الواتسآب يأتي في مقدمة مواقع التواصل التي يستخدمها المبحوثون ثم اليوتيوب والتوك توك.

وأن القراءة هي النشاط الأكبر الذي يفضل كبار السن عينة الدراسة ممارسته، يليه مشاهدة التلفاز، وأن هناك أنشطة يمارسها كبار السن مع أفراد العائلة يأتي في مقدمتها تبادل أطراف الحديث والزيارات والتنزه معًا. وأن كبار السن – عينة الدراسة – يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة في التواصل مع أقاربهم.

كما أظهرت النتائج تقدم الدوافع الطقوسية على الدوافع النفعية في استخدام كبار السن لوسائل التواصل الاجتماعي، وأوضحت النتائج أن مستوى الاغتراب لدى كبار السن منخفض بنسبة ٦٦,٧٪، وأظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لصالح من تتراوح أعمارهم بين ٦٠ إلى ٦٥، ولصالح الأعزب والمطلقة ومن ليس لديهم أولاد أو أحفاد من المبحوثين، كما أظهرت الدراسة أن الإناث أكثر كثافة في الاستخدام من الذكور، وأن هناك علاقة ذات إحصائية بين دوافع الاستخدام وكثافة الاستخدام، فكلما زادت الدوافع بصفة عامة زادت كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكلما زادت كثافة الاستخدام يتعمق الشعور بالاغتراب لدى كبار السن لصالح بُعدي (الشعور بالعجز والشعور باللامعنى) من أبعاد الاغتراب الاجتماعي لدى كبار السن.

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الباحثة فإنها توصي بالآتي:

- ضرورة الاهتمام بإجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بفئة كبار السن وعلاقتهم بوسائل الإعلام؛ لما لهذه الفئة من أهمية خاصة على المستوى الإنساني والديني والمجتمعي، ولما للإعلام بوجه عام وللإعلام الرقمي بوجه خاص من دور كبير في النهوض بكافة شرائح وفئات الجمهور المختلفة وتلبية احتياجاتهم وتنمية قدراتهم.
- على الباحثين إجراء المزيد من الدراسات التي تبحث في الآثار النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام وللظواهر الإعلامية الجديدة على الأفراد والمجتمعات.
- إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي قد دخلت اليوم أكثر بيوتنا –إن لم يكن كلها –فإنه أصبح لزامًا على مستخدميها ترشيد استخدامها، بحيث يتسبب هذا الاستخدام في التأثير السلبي على من حولهم وخاصة المقربين منهم، وتفعيل هذا الاستخدام في التقارب الاجتماعي لا في الانفصال أو العزلة عمن حولهم، كل يجتهد في هذا الاستثمار بما يتناسب معه ومع المحيطين به.
- ضرورة قيام المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي بتدشين حملات توعية تتعلق بالاستخدام السليم لوسائل التواصل الاجتماعي، واستثمارها في بناء علاقات اجتماعية صحية، وعدم الاستزادة من التواصل على الواقع الافتراضي على حساب الواقع الحقيقي؛ لتجنب المشكلات والاضطرابات النفسية والاجتماعية الناتجة عن ذلك.

هوامش الدراسة:

[1]- https://www.un.org/ar/observances/older-persons-day

[2]- https://www.mena.org.eg/ar/news/dbcall/table/textnews/id/9806137

[3]- https://www.un.org/ar/observances/older-persons-day

[٤] - سورة الإسراء:(٢٣).

[٥] - يسري صيشي: المعالجة الإعلامية ودورها في خدمة قضايا كبار السن دراسة تحليلية، مجلة دراسات، جامعة طاهري محمد بشار، مج ١١ ،ع١.

[٦] - ضحى سعد داود، عبد النبي خزعبل (٢٠٢١م): "الأخبار التلفزيونية وانعكاسها على مستوى القلق لدى كبار السن" مجلة الآداب، جامعة بغداد، ملحق٥٥٣-٥٦٤، مسترجع من http://search.mandumah.com/record/1260826

[٧] - جيهان سعد عبده (٢٠١٧م): "علاقة كبار السن بمواقع التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الاعلام، جامعه القاهرة، مج ١٦ ، ع٢.

[٨] - نهاد محمد حسن (٢٠١٧م): "خصائص المتابعة الإخبارية عبر منصات الهاتف المحمول لدى كبار السن: دراسة ميدانية ، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع٤٨.

[9]-O>Keefee,R.J(2014) :Baby boomers and digital litracy: Their accsess to,and uses of ,digital devices and digital media , PH.D(Order No.3644309).Avaliable At :ProQuest Dissertations& These Global(1626028093).p5.Retrieved from http://search. Proquest.com/docview/1626028093?accountid=37552.

[١٠] - تهاني عيد ابراهيم حشيش (٢٠٢٢م)، داليا شحاته محمد عليبة: دور الإعلام التربوي المدرسي في تخفيف الشعور بالاقتراب النفسي والميل للانتحار لدى طلاب الثانوية العامة مستخدمي مواقع تواصل الاجتماعي"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع ٦٣ الجزء الثاني، أكتوبر.

[١١] - ربيحة كيوص (٢٠٢٢م): إدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية، دكتوراة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة غرداية.

[١٢] - وليد محمد الهادي (٢٠٢٢م):" استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى الشعور بالاكتئاب والوحدة النفسية لدى الشباب المصري، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ع ٧٩ يونيو/ أبريل.

[13]- Seilder,Z. E.,Welson, M.J., Rise,S.M.,Kealy,D.,Oliffe, J.L.,& Ogrodniczuk,J.S.2020 . Virtual connection,real support ? A study of onliness, time on social media and psychological distress among men.International Jornai of social Pychiatry,0020764020983836.Retrieve from DOI:10.1177/0020764020983836.

[14]- Mitra,R.,& Rangaswamy ,M,.2019>Excessive social media use and its association with depression and rumination in an Indian young adult population : Amediation modle .Journal of Psychosocial Research ,14(1) ,223-231.Retrieve from : Dol No :https://doi.org /10.32381/JPR.2019.14.0124.

[١٥] - نايف بن عبد العزيز بن محمد (٢٠١٤م). "علاقه شبكات التواصل الإلكتروني بالاغتراب الاجتماعي للمراهقين في المجتمع السعودي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، المملكة العربية السعوديه ع ١١.

[١٦] - زينب محمود شقير، مقياس الاغتراب النفسي: مكوناته مظاهره، (القاهرة،٢٠٠١م، مكتبة النهضة المصرية)، من ص١ الى ص١٣ بتصرف.

[١٧] - ربيحة كيوص، مرجع سابق ص٨٢ .

[18]- https://www.apa.org/monitor/2019/05/ce-corner-isolation

[19]- Savci, M., & Aysan, F. (2016) Relationship between impulsivity, social media usage and loneliness. Educational Process: International Journal,5 (2),106 Retrieve from :http ://dx.doi.org/10.12973/edupij .2016.52.2

[20]-Youssef ,L., Hallit ,R., Kheir,N., S., &Hallit,S.2020 .Social media use disorder and loneliness: any association between the two? Result of a cross- sectional study among Lebanese adults .BMC psychology ,8,1-7. Retrieve from : http://doi.org/10.1186/s40359-020-00421-5.

[٢١] - جيهان سعد عبده، مرجع سابق ص ٤٩٢

[٢٢] - نهاد محمد حسن (٢٠١٧م) : خصائص المتابعة الإخبارية عبر منصات الهاتف المحمول لدى كبار السن: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر- ع٤٨، ص٦٣٦

[23] - N Batra, 2020, Countering Alienation Among Aged: An Exploration in Lucknow Using Seeman's PMIS Method, The Eastern Anthropologist 72 (2), 273-298. ISSN :- 0012-8686.

[24] - N Batra, 2020, op.cit.

[٢٥] - جيهان سعد عبده، مرجع سابق ص ٤٩٢.

[٢٦] - شيماء يوسف نياز (٢٠١٥م): دور طريقة الخدمة خدمة الجماعة والتخفيف من مشكلة الاغتراب لدى المسنين"، المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية، جامعة أسيوط، كلية الخدمة الاجتماعية، ع ٢، مج ١، ص ٦٩٤.

The Utilization of Social Media Websites by Senior Citizens and its Correlation with their Level of Social Alienations(*)

Dr. Doaa Hatem Mohammad Adam
Doaa.adam.2019@gmail.com
Assistant Professor of Press,
Press & Publicity Department,
Faculty of Mass Communication for Girls in Cairo,
Al-Azhar University

Abstract

This study aimed to explore the correlation between senior citizens' use of social media platforms and their sense of social alienation. It considered various factors, including the intensity of platform usage, number of children and grandchildren, gender, age, and social status. The researcher selected a purposive sample of 300 senior citizens who use social media platforms. The findings indicate a high intensity of social media platform usage among the participants, with WhatsApp being the most frequently used platform, followed by YouTube. The sense of social alienation was found to be low among the study subjects. The correctness of the assumption, mentioning that there is a statistically significant difference between the intensity of social media platform usage by Senior Citizens and the level of social alienation among them was confirmed. Additionally, a positive correlation was observed between the motives behind senior citizens' use of social media platforms and their sense of social alienation.

Keywords: Social Alienation - Senior Citizens - Social Networking Sites.

(*) The Paper was received on December 27, 2023, and accepted for publication on March 14, 2024.

Copyright © APRA 2024

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shiben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.jprr.epra.org.eg - www.apr.agency

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:

- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 $. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 $ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 $ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 $ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 $ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 $US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. $ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 $ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Journal of PR esearch
Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRRME)
Scientific Refereed Journal
Forty-Ninth Issue - Twelfth Year - January / March 2024

Founder & Chairman
Dr. Hatem Moh'd Atef
EPRA Chairman

Editor in Chief
Prof. Dr. Aly Agwa
Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager
Prof. Dr. Mohamed Moawad
Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants
Prof.Dr. Rizk Abd Elmoaty
Professor of Public Relations
Misr International University

Prof.Dr. Mohamed Alamry (Iraq)
Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)
Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddan (Yemen)
Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman
Associate Professor & Head Dep. of Public Relations Mass Communication Faculty - Suez University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)
Associate Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager
Alsaeid Salm

English Reviewer
Ahmed Ali Badr

Arabic Reviewers
Ali Elmehy
Dr. Said Ghanem

Address
Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street
Publications: Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073
Tel: +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **
JPRRME

Prof. Dr. Aly Agwa, (Egypt)
Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer, (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty, (Iraq)
Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad, (Egypt)
Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication – Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned, (KSA)
Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud Islamic University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef, (Egypt)
Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya, (Egypt)
Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar, (Egypt)
Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban, (Egypt)
Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi, (KSA)
Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef, (Libya)
Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat, (Egypt)
Professor of Radio & Televosion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour, (Jordan)
Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)
Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah, Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani,(Yemen)
Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal of PR Research Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Twelfth Year - Forty-Ninth Issue - January / March 2024
IF of the Supreme Council of Universities 2023 = 7 ICR IF 2021/2022 = 1.569 Arcif Impact Factor 2023 = 2.7558 Q1

English Researches:

- *Dr. Abeer Abdel Hamid Salem* - *MSA University*
  Pandemic Communication and Media Dependency 7

Abstracts of Arabic Researches:

- *Associate Prof. Dr. Zakya Elnour Yousif Maki* - *Ahwan Mohamed Al-Asmari* - *King Faisal University*
  Abeer Faysal Al-Ghamdi - Sarah Abdullah Al Bin Hamad - *King Faisal University*
  Non-Profit Sector Organizations Employing Social Networking Sites to Spread the Culture of Public Taste: Saudi Association Account for Public Taste in (X) Platform as A Model 29
- *Associate Prof. Dr. Shimaa Ezz El Din Zaki Gomaa* - *Ain Shams University*
  The Role of Social Media Users in Supporting the Boycott and Marketing of Alternative Egyptian Products After the War on Gaza 2023: An Applied Study Focusing on (X) "Formerly Twitter" 31
- *Associate Prof. Dr. Nermeen Aly Agwa* - *Cairo University*
  Factors Affecting the Egyptian Public's Decision to Boycott Foreign Products According to Companies' Positions During the War in Gaza 32
- *Dr. Noha Mohamed Abdo Hashish* - *Al-Azhar University*
  Analysis of the Speech of Egyptian Celebrities on Facebook Regarding the Repercussions of the Events of Al-Aqsa Flood 2023 34
- *Dr. Hala Ghazally Mohamed Zahry* - *Mansoura University*
  Attitudes of Educational Media Students towards Employing Digital Transformation Tools in the Field Training and its Relationship to Their Cognitive Richness: A Field Study 35
- *Dr. Doaa Hatem Mohammad Adam* - *Al-Azhar University*
  The Utilization of Social Media Websites by Senior Citizens and its Correlation with their Level of Social Alienation 36
- *Saud Ghazi Ali Jeshei* - *King Abdulaziz University*
  Communicative Dimensions and Media Messages in the Speeches and Dialogues of Prince Mohammed Bin Salman: An Analytical Study 37
- *Shaima H. Alluqmani* - *King Saud University*
  The Competitive Identity of Saudi Arabia on X Platform: An Analytical Study of the content of the Ministry of Investment Account 38

(ISSN 2314-8721)
Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019
Copyright 2024@APRA
www.jprr.epra.org.eg