



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

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

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الحادية عشرة - العدد الثامن والأربعون - أكتوبر / ديسمبر ٢٠٢٣ م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- الهوية في ضوء الحداثة: نحو نموذج جديد لتحليل التأطير الإعلامي للهوية الوطنية
د. عبد الصمد بن هادي سهلي (جامعة جازان) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- دور المنصات الحكومية في دعم الهوية الوطنية: دراسة وصفية تحليلية على منصات الوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية
أ.م.د. آلاء بنت بكر علي الشيخ (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٣
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البعثات الدبلوماسية للتواصل مع المواطنين السعوديين في الخارج: دراسة تطبيقية على السفارة السعودية في القاهرة
أ.م.د. مطلق سعود المطيري (جامعة الملك سعود) ... ص ٧١
- تقبل طلاب العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي : دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا
أ.م.د. نهى السيد ناصر (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٠٥
- انعكاسات الاتصالات المؤسسية على الالتزام بالتغيير التنظيمي في المؤسسات التعليمية المصرية : دراسة في إطار تغيير منظومة التعليم قبل الجامعي في مصر
د. نها أنور سليمان رضوان (جامعة المنوفية) ... ص ١٦٧
- نمذجة تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على رضا ولاء العملاء: بالتطبيق على شركة يمن موبايل للاتصالات
د. حاتم علي حيدر مقبل الصالحي (جامعة صنعاء)
د. عمر أحمد محمد داعر البخيتي (جامعة صنعاء) ... ص ٢٤٩
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في القيم الأخلاقية للطلاب الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الخوارزمي الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة
د. ابن عوف حسن أحمد (كلية ليوا - أبوظبي) ... ص ٢٨٩
- مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي: دراسة استشرافية خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣ م
د. إيناس منصور كامل شرف (جامعة كفر الشيخ) ... ص ٣١٧
- اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة الاتصالات السعودية
د. آرام إبراهيم أبو عباة (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣٨١

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٣ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

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

مساعداو 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/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

العضوات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

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 الغناد (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 طايح (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 سابقاً - 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 سابقاً - 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

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، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً 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: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

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: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

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

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

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مجهزة 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 أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل 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 دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات 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 وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات 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 أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً 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 قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (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 فبينط (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً 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 معدلاً خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا من 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 قبل 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، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو [إيميل](mailto:ceo@apr.agency) رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها سبعة 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 - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - 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 "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 ٢٠٢١/٢٠٢٢م 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 الترقّيات 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).

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

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا باللغة الإنجليزية من جامعة جازان تحت عنوان: "الهوية في ضوء الحداثة: نحو نموذج جديد لتحليل التأطير الإعلامي للهوية الوطنية"، وهو مقدّم من: د. عبد الصمد بن هادي سهلي، من السعودية.

أما أ.م.د. آلاء بنت بكر علي الشيخ - من السعودية - من جامعة الملك عبد العزيز، فقدّمت دراسة بعنوان: "دور المنصات الحكومية في دعم الهوية الوطنية: دراسة وصفية تحليلية على منصات الوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية".

ومن جامعة الملك سعود قدّم: أ.م.د. مطلق سعود المطيري، من السعودية، دراسة تطبيقية بعنوان: "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البعثات الدبلوماسية للتواصل مع المواطنين السعوديين في الخارج: دراسة تطبيقية على السفارة السعودية في القاهرة".

ومن جامعة الملك عبد العزيز قَدِّمت: أ.م.د. نهى السيد ناصر - من مصر، بحثًا بعنوان: "تقبل طلاب العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي : دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا".

ومن جامعة المنوفية قَدِّمت د. نها أنور سليمان رضوان - من مصر - دراسة بعنوان: "انعكاسات الاتصالات المؤسسية على الالتزام بالتغيير التنظيمي في المؤسسات التعليمية المصرية: دراسة في إطار تغيير منظومة التعليم قبل الجامعي في مصر".

أما د. حاتم حيدر علي مقبل الصالحي، د. عمر أحمد محمد داعر البخيتي من جامعة صنعاء - من اليمن - قَدِّما دراسة مشتركة بعنوان: "نمذجة تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على رضا وولاء العملاء: بالتطبيق على شركة يمن موبايل للاتصالات".

وقَدِّم د. ابن عوف حسن أحمد من كلية ليوا بأبوظبي، - من السودان - دراسة بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في القيم الأخلاقية للطلاب الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الخوارزمي الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة".

أما د. إيناس منصور كامل شرف من جامعة كفر الشيخ، - من مصر - قَدِّمت دراسة بعنوان: "مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي: دراسة استشرافية خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣م".

وأخيرًا من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قَدِّمت د. آرام إبراهيم أبوعبادة - من السعودية - بحثًا بعنوان: "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة الاتصالات السعودية".

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 المجالات 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 شبكات التواصل الاجتماعي في البعثات الدبلوماسية
للتواصل مع المواطنين السعوديين في الخارج: دراسة تطبيقية على
السفارة السعودية في القاهرة (*)**

إعداد

أ.م.د. مطلق سعود المطيري (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ١٥ نوفمبر ٢٠٢٣م، وقُبل للنشر في ٢٣ ديسمبر ٢٠٢٣م.
(**) الأستاذ المشارك في قسم الإعلام بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة الملك سعود.

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البعثات الدبلوماسية للتواصل مع المواطنين السعوديين في الخارج: دراسة تطبيقية على السفارة السعودية في القاهرة

أ.م.د. مطلق سعود المطيري

mualmutiri@ksu.edu.sa

جامعة الملك سعود

ملخص:

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل: هل نجحت السفارة السعودية بالقاهرة في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع مواطنيها الذين يقيمون بها؟، واهتم الباحث بالتعرف على أهم شبكات التواصل التي يعتمدون عليها، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي من أجل الحصول على البيانات المطلوبة، وهي من الدراسات الوصفية، باستخدام الاستبانة أداة للدراسة، ونظرًا لصعوبة الوصول إلى كل مجتمع البحث فتم اللجوء لأسلوب العينة وتم أخذ عينة عشوائية متاحة بطريقة كرة الثلج، وتكونت العينة من ١٦٨ من السعوديين المقيمين في القاهرة، وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة من الجالية السعودية في القاهرة تستخدم غالبًا شبكات التواصل الاجتماعي. وظهر أن تويتر هي الأكثر شيوعًا في الاستخدام في التواصل بين السفارة والجالية السعودية بدرجة مرتفعة.

وأظهرت الدراسة أن أكثر الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي بوزارة الخارجية السعودية كانت بوضع إشارة إعجاب للمنشورات التي قد تعجبني عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي قد تعجبهم غالبًا. واتضح أن أكثر أسباب اعتماد أفراد الجالية السعودية في القاهرة أنهم غالبًا ما يطلعون على ما هو جديد فيما يتعلق بالتعليمات الخاصة بالمقيمين خارج المملكة.

الكلمات المفتاحية: الفاعلية، وزارة الخارجية السعودية، شبكات التواصل الاجتماعي، الجالية السعودية في القاهرة.

مقدمة:

مع ظهور وسائل وأدوات «الاتصال»، وثورة تكنولوجيا المعلوماتية، وما أحدثته من تغيرات متلاحقة وسريعة في مجال الاتصال، وقدرتها على ربط العالم دولًا وشعوبًا وحكومات، وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة عالمًا افتراضيًا ألغى الحواجز الإنسانية والجغرافية والزمنية وغيرها بين الأفراد، وباتت هذه الشبكات تُشكّل الرأي العام الاجتماعي والسياسي وتبادل المعلومة والفكر والاتجاه، لذلك كان لزامًا على مؤسسات العمل الدبلوماسي أن توجد في هذا الفضاء الرقمي التفاعلي كجزء مهم وحيوي من عملها الدبلوماسي، حيث تتواصل مع الأفراد والمنظمات بأنواعها الرسمية وغير الرسمية ومن

مختلف الأقطار حول العالم سواء كانوا أفراداً أو منظمات لتحقيق فهم أوسع، وتعزيز رأي عام مساند وداعم لسياستها، ويقوي مواقفها ومفاوضاتها؛ لتحقيق مصالحها الوطنية على الساحة الدولية.

ولا أحد ينكر الدور والتأثير الهائل الذي أحدثته شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير الحياة المعاصرة؛ حيث أنها واحدة من أدوات التواصل الفعال فهي تسبب حالة من الاندماج، وأخذت تتنامى، ودمجها في مختلف المجالات من كافة أفراد المجتمع، وفئاته المختلفة، وتعتبر جزءاً أساسياً من أنشطة الحياة اليومية، نظراً للميزات العديدة التي تتمتع بها، وقدرتها على تلبية الاحتياجات الفردية والجماعية بسرعة وكفاءة عالية، وتتمثل أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات في كونها مصدراً رئيسياً للمعلومات، وذلك من خلال التواصل بين الأفراد والذي يقوم بدور في إنتاج معرفة تختلف عن نمط المعرفة التقليدية؛ حيث تتسم بالانتقائية، والمرونة، كما أنها أصبحت منصات لعرض القضايا، وإدارة النقاش حولها، وتتيح المشاركة الفعالة والنقاش مع الآخرين، وقد أدى هذا الوضع إلى أن أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مفهوماً محورياً في الدراسات الإعلامية، وقد امتد تأثير تلك الشبكات ليشمل السفارات، وقد تبين تنامي مستخدمي شبكة الإنترنت في المجتمع السعودي على الهواتف الذكية، وخاصة مستخدمي تويتر، وقد أشار المدير التنفيذي لتويتر إلى أن النمو الأسرع لمستخدمي ذلك الموقع يحدث في المجتمع السعودي^١.

في عصرنا الرقمي، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مثل "تويتر" وخاصة حساب السفير على تويتر وكذلك و"الفيس بوك" وغيرهم، وسائل قوية للتفاعل والوصول إلى متابعيهم بشكل مباشر، وبشكل عام يستخدمون شبكة تويتر لبيئتها للجالية السعودية المقيمة في القاهرة جميع الأخبار والأحداث الجديدة، ليبقوا على اتصال وثيق معهم، فيقومون بوضع نص على تويتر يشير إلى حدث معين ليكونوا على تواصل دائم معهم.

وتستهدف الدراسة الحالية التعرف على كيفية اعتماد السفارة السعودية بالقاهرة على شبكات التواصل الاجتماعي بغية التفاعل مع مواطنيها المقيمين في القاهرة، وذلك للإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة، والمرتبط بمدى نجاح فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية مع السعوديين المقيمين في القاهرة.

وحققت السفارة السعودية بالقاهرة طفرة كبيرة في أساليبها وفنونها وطرق أدائها بحيث شهد المجتمع الدولي المعاصر أشكالاً وأنماطاً جديدة، منها "الدبلوماسية الرقمية" Digital Diplomacy - والتي يقصد بها توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق التواصل والتفاعل مع الجالية السعودية بالقاهرة.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة بشكل عام على ضرورة تسليط الضوء على ما يمكن أن تحدثه شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع المواطنين السعوديين المقيمين بالقاهرة بالأخبار والقرارات والتعليمات بالسفارة السعودية بالقاهرة، وانقسمت أهمية الدراسة إلى قسمين وهما الأهمية العلمية والأهمية العملية على النحو التالي:

أولاً: الأهمية العلمية:

وتتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة لضرورتها الاستراتيجية المهمة في علم الاتصال من حيث دور التواصل في المجتمعات لتحقيق التواصل مع الجمهور، حيث إن أهمية التواصل بين السفارة السعودية وجمهورها في القاهرة يكتسب أهمية كبيرة لمعرفة كيفية أداء السفارة في ظل انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، ثم أن أهمية تطبيق تلك الشبكات كوسائل للاتصال لما لها من أهمية كبيرة في التطورات السريعة وانتشارها.

ثانياً: الأهمية العملية:

أما الأهمية العملية فتتمثل أهميتها في التعرف على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها من قبل السفارة السعودية بالقاهرة للتواصل مع منسوبيها من المواطنين السعوديين المقيمين بالقاهرة، وهي تعد من الدراسات الأكاديمية السعودية القليلة، والتي تختص بجانب دور شبكات التواصل الاجتماعي في السفارة السعودية بالقاهرة، وتعتبر من الإضافات العلمية للمكتبة السعودية في مجال دراسات وأبحاث علوم الاتصال.

مصطلحات الدراسة:

الفعالية: هي القدرة على إتمام الأهداف من أجل الوصول للنتائج المرجوة بأعلى درجة ممكنة.
ويعرف إجرائياً: هو ما تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من قبل السفارة السعودية بالقاهرة مع منسوبيها من المواطنين المقيمين بالقاهرة.
التواصل: هو عملية تبادل للأفكار والمعلومات التي تحتوي على صور وكلمات ورموز ورسوم، ويعد ناتجاً للخبرة الإنسانية.^٢

وتعرف إجرائياً بأنها تواصل السفارة السعودية بالقاهرة ومواطنيها من السعوديين المقيمين بالقاهرة.
مواقع التواصل الاجتماعي اصطلاحاً: عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد، من أجل التواصل الاجتماعي، وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة.^٣
مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً: هي شبكات اجتماعية تفاعلية، تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاء، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، فهي تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: وهو استخدام السعوديين المقيمين في القاهرة لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي.
المتغيرات الوسيطة: المتغيرات الديموجرافية.
المتغير التابع: فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للوصول إلى معرفة كيفية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحساباتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء تواصلها مع الجالية السعودية بالقاهرة. ومن هذا الهدف الرئيس تنبثق الأهداف الفرعية:

١. التعرف على درجة اعتماد شبكات التواصل الاجتماعي من قبل أفراد الجالية السعودية بالقاهرة.
٢. معرفة أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التواصل مع وزارة الخارجية السعودية (السفارة السعودية في القاهرة).
٣. الوقوف على أبرز الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية السعودية.
٤. تحديد أسباب اعتماد أفراد الجالية السعودية في القاهرة على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية من أجل التواصل مع وزارة الخارجية السعودية.
٥. قياس درجة رضا أفراد الجالية السعودية في القاهرة عن الخدمات التي تقدمها وزارة الخارجية السعودية عبر حساباتها بشبكات التواصل الاجتماعي.
٦. بيان مدى العلاقة الارتباطية بين المتغيرات الشخصية للفئة التي سيتم بحثها مع فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

في ضوء قلة الدراسات العربية عمومًا والسعودية بوجه خاص التي تناولت موضوع الدراسة، فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية مع السعوديين المقيمين في القاهرة، واسترشادًا بالإطار الفكري للدراسة، ونتائج الدراسات السابقة، لذا اهتمت الدراسة الحالية بصياغة مجموعة من التساؤلات والفروض العلمية.
ويتمحور التساؤل الرئيسي للدراسة في: ما فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية في التواصل مع السعوديين المقيمين في القاهرة؟
وتتفرع من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التواصل مع وزارة الخارجية (السفارة السعودية في القاهرة)؟
٢. ما الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل مع حساباتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية السعودية؟
٣. ما أسباب اعتماد أفراد الجالية السعودية في القاهرة على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع وزارة الخارجية السعودية؟
٤. ما درجة رضا أفراد الجالية السعودية في القاهرة عن الخدمات التي تقدمها وزارة الخارجية السعودية عبر حساباتها في شبكات التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

- في إطار المشكلة البحثية، وتحديد أهداف الدراسة وإطارها النظري وتساؤلاتها، تم صياغة عدة فروض لاختبار مدى صحتها على النحو التالي:
١. **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اعتماد الجالية السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية السعودية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٥. يعود لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية.
 ٢. **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل مع حساباتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية السعودية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٥. يعود لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية.
 ٣. **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أسباب اعتماد أفراد الجالية السعودية في القاهرة على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع وزارة الخارجية السعودية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٥. يعود لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية.
 ٤. **الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجة رضا أفراد الجالية السعودية في القاهرة عن الخدمات التي تقدمها وزارة الخارجية السعودية عبر حساباتها في شبكات التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٥. يعود لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

الإطار النظري للدراسة:

١. شبكات التواصل الاجتماعي: التفاعل والتأثير:

أ. استخدام السفارة السعودية لشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع جالياتها المقيمين في القاهرة:

أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها السفارة السعودية في القاهرة للتواصل مع جالياتها المقيمين بها في الفترة الأخيرة إمكانية قيام المستخدم بربط الحسابات ببعضها على هذه المنصات، ومن ثم فإن أي منشور يوضع على حساب السفير على تويتر، يظهر على الفيسبوك، والعكس صحيح، ويُلاحظ استفادة عينة الدراسة من خاصية التفاعل.

ب. حجم تفاعل الجاليات السعودية بالقاهرة مع حسابات السفارة على شبكات التواصل الاجتماعي:

من خلال متابعة نشاط الجاليات السعودية لحسابات السفارة على شبكات التواصل الاجتماعي، يتضح أن هناك تفاوتاً في مدى انتظامهم في استخدامها، ويبدو أن الذكور يعتمدون على تلك الوسائل أكثر من النساء وخاصة الفئة العمرية الكبيرة والمقيمين بشكل مؤقت بالقاهرة هم الأكثر انتظاماً وكثافة من غيرهم في استخدام هذه الشبكات، وبلغ هذا الانتظام في معدلات الاستخدام كثافته.

النظرية المستخدمة في الدراسة:

٢. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory :

يعتمد هذا البحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث تعد هذه النظرية جزءاً من مدخل الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، وتفترض النظرية أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، وأن هناك حالات يتزايد فيها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتلبية أهدافهم المعرفية وهي الحالة التي ترتفع فيها درجات الصراع داخل المجتمع أو خارجه.

تقوم علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

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

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وتتحكم وسائل الإعلام في النظرية في ثلاثة مستويات من مصادر المعلومات، هي:

المصدر الأول: هو جمع المعلومات: فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي تحتاج إلى معرفتها، ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو الاسترخاء.

المصدر الثاني: هو تنسيق المعلومات، ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي.

المصدر الثالث: هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود. وتعتمد النظرية على قدرة الوسائل على تحقيق التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، وتزداد هذه التأثيرات كلما زادت هذه الوسائل بنقل معلوماتها بشكل مميز ومكثف، وتهدف هذه النظرية إلى تحقيق أهداف فردية وجماعية إلى موارد خاضعة لأشخاص أو جماعات أخرى، والسعي إلى المصادر المختلفة لتحقيق أهدافهم، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي هي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها الشباب من أجل تحقيق أهدافهم.

ويستخدم مصطلح (المعلومات) هنا بوجه عام للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل، وإلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن (الأخبار) شيء يتعلق بالمعلومات، في حين أن (التسلية) ليست كذلك، فهي فروق مضللة.

وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطارًا نظريًا ملائمًا لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

- تحاول هذه النظرية اختبار دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين والمقيمين بقرارات وتعليمات وزارة الداخلية، وذلك للتعرف على مدى أهميتها؟، ولماذا وإلى أي حد يعتمدون عليها؟ ولهذا تعد هذه النظرية مناسبة لأنها تتضمن توصيفاً دقيقاً لدوافع الاعتماد وتأثيراته المختلفة.
- أصبحت دراسة تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على المعارف والتوعية والاتجاهات والسلوكيات لدى الأفراد الأكثر استخداماً، والكثير من هذه الأبحاث تعترف بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام.

كيف تتفاعل السفارة السعودية بالقاهرة مع جاليته المقيمين فيها؟

تحاول السفارة السعودية تزويد الجالية السعودية بالقاهرة بجميع الفعاليات والأحداث الجارية والقرارات والتعليمات، والقوانين الجديدة، ومن ثم التفاعل مع تلك الأحداث بالتعليقات، كما تسعى أيضاً إلى تحسين معرفة الجمهور بأنشطة السفارة، وتلجأ السفارة إلى شبكات التواصل الاجتماعي للتفاعل بينها وبين الجالية السعودية؛ حيث أصبحت عنصراً لا غنى عنه.

ولم يعد مفهوم الدبلوماسية على شبكات التواصل الاجتماعي يقتصر على العلاقة بين دولة وأخرى، بل أصبح يُعتبر أيضاً اتصالاً بين الدولة والمجتمع المدني، وتوفر شبكات التواصل الاجتماعي لوزارة الخارجية إمكانية الإصغاء إلى جمهورها وتبادل الآراء معه مباشرة.

المحاور الثلاثة لاستراتيجية الاتصال عبر الوسائط الرقمية لوزارة الشؤون الخارجية:

- تعزيز الحوار مع المجتمع.
 - تحسين جودة الخدمات المعروضة.
 - دعم شبكة السفارات في مجال الاتصال عبر الوسائط الرقمية.
- الخدمات العامة التي تعرضها وزارة الشؤون الخارجية على الإنترنت:**
- تحرص وزارة الخارجية على تطوير الخدمات التي تقدمها للجمهور على الإنترنت باستمرار، ووضعت وزارة الخارجية بعض التطبيقات في متناول مستخدمي الهواتف النقالة تطبيق كنصائح للمسافرين.

الدراسات السابقة:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة دوراً مهماً في جميع المجالات ولها تأثير قوي وفعال في نشر المعلومات بسرعة فائقة. لذا تتناول دراستنا الحالية التعرف على مدى فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية مع السعوديين المقيمين في القاهرة: دراسة ميدانية من وجهة نظر الجالية السعودية في القاهرة، ويوجد في هذا المجال دراسات متميزة ومتعددة في إطار التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وكان منها العربية والأجنبية إلا أنها تقع في إطار عام واحد وإن اختلفت أهدافها. ومن هذه الدراسات:

١. كشفت دراسة (كمال، مها، ٢٠٢١م) ^٥ عن ارتفاع تأثير عينة الدراسة بالمعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات
٢. وهدفت دراسة (الحمد، ٢٠٢١م) ^٦ إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل مع المجتمعات بالتعليمات، والتوصل لأهم الوسائل الاتصالية التي نجحت في التفاعل معهم، وتقييمهم لطبيعة المعلومات التي حصلوا عليها من هذه الوسائل ومدى دقتها، وتم استخدام المنهج الوصفي باستخدام الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات.
٣. وهدفت دراسة (الحمد، ٢٠٢١م) ^٧ للتعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات وعي المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية، وقد توصلت الدراسة إلى أنه كلما زاد المحتوى الإعلامي الجديد كلما زادت اتجاهات وعي المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية، وقد أوصت الدراسة بضرورة قيام الحكومة بالعمل على حسن استغلال وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث أنها تعتبر من الوسائل الفعالة في التواصل مع المواطنين والتعرف على مشكلاتهم.

٤. كما توصلت (سعدان، فؤاد، ٢٠٢١م)^٨ أن أهم أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي سهولة الاستخدام وانخفاض تكاليفها، كما أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التفاعلية وفتح قنوات ثنائية بين المنظمات وجمهورها، كما عززت قدرة المنظمات على تعرف ردود فعل الجماهير بشكل مستمر.
٥. وهدفت دراسة (كمال، مها، ٢٠٢١م)^٩ إلى معرفة مدى استخدام واعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في توعيتهم بمخاطر فيروس كورونا، وتم الاعتماد على عينة عمدية متاحة قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب، وتوصلت النتائج إلى ارتفاع تأثير عينة الدراسة بالمعلومات المقدمة عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة، وكشفت النتائج كذلك عن تزايد متابعة الشباب للأخبار الرسمية عن الجائحة عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي.
٦. وقد توصلت دراسة (خليل، ٢٠٢١م)^{١٠} إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة الاتصال المؤسسي الرقمي أدى إلى تعديل نظرة المنظمات نحو الجمهور بما يجعله أكثر فعالية في العلاقة معها.
٧. استهدفت دراسة (الحمدي، ٢٠٢١م)^{١١}، التعرف على أهم وسائل شبكات التواصل الاجتماعي، وكيف أثرت تلك الشبكات على اتجاهات المجتمع السعودي، وقد توصلت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك وتطبيق الواتساب هما الأكثر استخداماً، وأوصت الدراسة إلى ضرورة قيام الحكومات بالعمل على حسن استغلال شبكات التواصل الاجتماعي؛ على اعتبارها وسائل فعالة في التواصل مع المواطنين والتعرف على مشكلاتهم، وضرورة العمل على تطوير محتوى شبكات التواصل الاجتماعي نظراً لما أثبتته تلك الشبكات من فاعلية في المجتمع.
٨. و توصلت دراسة (العلي، ٢٠٢٠م)^{١٢} إلى أن الواتساب الأكثر استخداماً بين أفراد العينة يليه تويتر ثم اليوتيوب والسناپ شات.
٩. وتوصلت دراسة (العساف، ٢٠٢٠م)^{١٣} إلى أن عينة الدراسة من السعوديين يستخدمون شبكة تويتر بكثافة لاستقاء المعلومات حول القضايا المختلفة، كما أشارت الدراسة إلى مستويات ثقة عالية التي يوليها عينة الدراسة في تويتر.
١٠. وهدفت دراسة (الحربي، ٢٠١٨م)^{١٤} إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل المعرفة للشباب الجامعي السعودي، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام أداة الاستبانة، وخلصت الدراسة إلى تصدر موقع تويتر المرتبة الأولى كأكثر وسائل الإعلام الجديدة المستخدمة لمتابعة الأخبار، وأنهم يثقون في المعلومات التي توفرها لهم.
١١. توصلت دراسة (عبد الحميد، ٢٠١٧م)^{١٥}، إلى أن الجمهور الذي يدخل على مواقع الوزارات محل الدراسة لا يدخل إلا ليستخدم الخدمات الإلكترونية، وتبين أن الخدمات العامة المقدمة للجمهور تحتل الصدارة بنسبة % 51.4 ، وتصدر موقع الفيس بوك مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام.

١٢. واستهدفت دراسة (السكران، ٢٠١٥م)¹⁶ التعرف على العلاقة بين درجات اعتماد الجمهور السعودي على القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي ومدرجات المصادقية الخاصة به والثقة الممنوحة لها، وتوصلت إلى ارتفاع نسبة مصادقية موقع تويتر لدى الجمهور السعودي في الحصول على معلومات حول القضايا الداخلية.

الدراسات الأجنبية:

١. هدفت دراسة ^{١٧} (Pablo, Kevin (2016) إلى فهم الأساس المنطقي للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، وقياس نتائج هذا التفاعل وتحليل كيفية تأثيره على العلاقة بين مختلف أصحاب المصلحة بالتطبيق على مجموعة من مستخدمي تويتر وفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن تويتر أداة قوية للتسويق الشفوي، وأن الفيسبوك قناة تفاعلية جيدة.
 ٢. كما سعت دراسة ¹⁸ (Thomas J. Hohnson, Barbara K. Kaye, (2015) إلى مقارنة تصورات الجمهور لمصادقية المعلومات السياسية الموجودة على وسائل الإعلام الاجتماعية وتأثيرات دوافع استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية للحصول على المعلومات، ومن أهم نتائج الدراسة أن استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار جاء نتيجة ضعف الثقة بوسائل الإعلام التقليدية وتحيزها
 ٣. واستهدفت دراسة ¹⁹ (Ruohan Lia, Ayoung Suhb, (2015) رصد كيفية تقييم مصادقية المعلومات على منصات وسائل الإعلام الاجتماعية والعوامل المؤثرة بها بالتطبيق على عينة مكونة من (١٣٥) مبحوثاً من مستخدمي موقع الفيسبوك. ومن أهم نتائج الدراسة: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كل من مستوى تفاعل المتصفحين ومستوى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وبين تقييمهم لمصادقية المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي.
 ٤. وبحثت دراسة ²⁰ (Westerman David et all, (2014) في طبيعة المعلومات المتوفرة عبر وسائل الإعلام الاجتماعية وتأثيرها على تصورات الجمهور لمصادقية المصدر، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين معدلات تحديث صفحات مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة وبين تقييم الجمهور لمصادقية المصدر المسئول عن إنشاء الصفحة.
- استخلاصات من استعراض التراث العلمي:

من خلال مراجعة أدبيات موضوع الدراسة فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية مع السعوديين المقيمين في القاهرة يمكن استخلاص المؤشرات التالية:

- سد النقص الواضح في هذا التراث على المستوى العربي بوجه عام والسعودي على وجه الخصوص.
- أفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في التعرف على الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة فاعلية التواصل مع السعوديين المقيمين بالقاهرة بجميع أخبار وزارة الخارجية السعودية هناك عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- حدوث تطور في الدراسات التي تتناول موضوع الدراسة من حيث الآثار المترتبة على استخدام هذه الوسائل في التفاعل، إلى أن تم تحول الاهتمام بشكل أعمق إلى تطبيق هذه الوسائل في التفاعل مع المستفيدين من السفارة السعودية بالقاهرة.
- تعددت المناهج البحثية المستخدمة في تلك الدراسات ما بين المنهج الكمي والكيفي، حيث جاء منهج المسح في مقدمة المناهج البحثية في هذه الدراسات.
- تنوعت أدوات جمع البيانات في الدراسات السابقة ما بين الأدوات الكمية والكيفية، ويعد الاستقصاء أكثر أدوات جمع البيانات الكمية التي اعتمدت عليها الدراسات المعنية بموضوع الدراسة.

مشكلة الدراسة:

وجدت المملكة العربية السعودية متمثلة في وزارة الخارجية وسفاراتها التابعة لها منذ وقت مبكر عبر شبكات التواصل الاجتماعي تقديم خدماتها ورسائلها عبرها، سواء من خلال موقع السفير على تويتر المتميز والغني بمحتواه وبواباته الفرعية وخدماته التفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الموجهة للجاليات السعودية بالقاهرة، وخاصة في ضوء التأثير المتنامي والكبير لهذه الشبكات، والنمو الهائل في أعداد مستخدميها.

وعلى هذا، تمثلت المشكلة البحثية في مدى فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع السعوديين المقيمين بالقاهرة. وتمثل مجتمع البحث في السفارة السعودية، وتم إجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات خلال عام ٢٠٢٣م.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة، لوصف وتشخيص ظاهرة البحث، بهدف لفت النظر إلى أبعاد هذه المشكلة: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية المواطنين والمقيمين بقرارات وتعليمات وزارة الداخلية في المملكة".

عينة الدراسة:

تم أخذ عينة عشوائية قوامها (١٦٨) مجوَّهًا من السعوديين المقيمين في القاهرة من مختلف الخصائص الديموغرافية، (النوع، المستوى الاقتصادي والاجتماعي والعلمي)، من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الفئة العمرية (٢٠- أكثر من ٥٠ عامًا)، عبر موقع جوجل درايف Google Drive من خلال الإنترنت بطريقة كرة الثلج، وهذه الطريقة تقوم على أساس أن يتم الطلب من مفردات المجموعة المساعدة في تحديد مجموعات أخرى، فيعتبر الفرد الأول هو النقطة التي تتم البداية منها لاكتمال الكرة -اكتمال العينة- ويتم ذلك عن طريق الحوار أو الانتماء لنفس المهنة أو القرابة ويكون لهم نفس الخصائص التي تتعلق بموضوع الدراسة، وبهذه الطريقة يتم استيفاء العدد المطلوب للوصول لحجم العينة من الجالية السعودية بالقاهرة، وفيما يلي توزيع أفراد عينة الدراسة:

جدول (١)
المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	المتغيرات الديموغرافية	
٨٨.١	١٤٨	نكر	النوع
١١.٩	٢٠	أنثى	
٦٤.٣	١٠٨	متزوج	الحالة الاجتماعية
٣٥.٧	٦٠	غير متزوج	
١١.٩	٢٠	أرمل	
٦.٠	١٠	مطلق	
٤٤.٠	٧٤	أكثر من ٥٠ سنة	العمر
٢٩.٨	٥٠	من ٤١-٥٠ سنة	
١٦.٧	٢٨	من ٣١-٤٠ سنة	
٩.٥	١٦	من ٢١-٣٠ سنة	
٥٨.٣	٩٨	بكالوريوس	المؤهل العلمي
٢٣.٨	٤٠	المتوسط	
١٥.٥	٢٦	دراسات عليا	
٢.٤	٤	دون الثانوية	
٣٣.٣	٥٦	متقاعد	الوظيفة
٢٣.٨	٤٠	مستثمر في مصر	
٢٢.٦	٣٨	موظف حكومي	
٩.٥	١٦	لا يعمل	
٧.١	١٢	موظف قطاع خاص	
٣.٦	٦	رجل أعمال	
٧٠.٢	١١٨	إقامة مؤقتة	مدة الإقامة
٢٧.٤	٤٦	مقيم دائم	

يوضح الجدول السابق أن نسبة الذكور (٨٨.١٪)، والغالبية العظمى كانوا من المتزوجين بنسبة (٦٤.٣٪)، أما الفئة العمرية فنلاحظ أن الفئة الغالبة هي التي تزيد عن ٥٠ سنة بنسبة (٤٤٪)، وكانت أغلب عينة الدراسة حاصلين على مؤهل البكالوريوس بنسبة (٥٨.٣٪)، (٣٣.٣٪) من السعوديين كانوا من المتقاعدين، تلاهم المستثمرين في مصر بنسبة (٢٣.٨ ٪)، وأن أكثر من (٧٠٪) من عينة الدراسة كانت تقيم في القاهرة بشكل مؤقت.

أداة الدراسة:

بناءً على طبيعة البيانات التي يراد جمعها، وعلى المنهج المتبع في الدراسة، يظهر أن الأداة الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة هي "الاستبانة"، تم تصميمها إلكترونياً. بعد الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة. والاستفادة من محاور الإطار النظري.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** دراسة فاعلية استخدام وزارة الخارجية السعودية لحسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية مع السعوديين المقيمين في القاهرة: دراسة ميدانية من وجهة نظر الجالية السعودية في القاهرة.
- **الحدود المكانية:** تطبيق أداة الدراسة على الجاليات السعوديين المقيمين بالقاهرة.
- **الحدود الزمنية:** تم تطبيق البحث خلال عام ١٤٤٤هـ - ٢٠٢٣م.
- **الحدود البشرية:** الجاليات السعوديين المقيمين بالقاهرة.

اختبار صدق أداة الدراسة وثباتها:

تم تصميم الاستمارة في ضوء أهداف وفروق الدراسة، وقام الباحث للتأكد من صحة الاستقصاء وصلاحيته للتطبيق، ومدى تمثيله لأغراض الدراسة بمراجعة المشكلة البحثية والتساؤلات المطروحة والتراث النظري، وتم تحكيم نسخه من صحيفة الاستقصاء في صورتها الأولية من خلال عرضها على محكمين للتأكد من صدق أداة القياس في قياسها لمتغيرات الدراسة. وتم إجراء التعديلات المطلوبة في ضوء توجيهاتهم.

للتأكد من درجة ثبات الاستمارة؛ تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach alpha) لكل محور من محاور الدراسة، وكذلك تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation) لقياس الاتساق الداخلي، ولكل محور من محاور، وكذلك تم حساب الثبات والصدق الداخلي للاستمارة ككل بعد تطبيق المقياس وذلك على عينة استطلاعية من المبحوثين بلغت (٤٠) مفردة كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (٢)
قياس الصدق والثبات للاستبانة

المحاور	معامل ارتباط بيرسون	معامل الثبات ألفا كرونباخ
شبكات التواصل الاجتماعي	٠.٥٢٣**	٠.٦٩٨
الأشكال الاتصالية	٠.٦٧**	٠.٩٧٥
أسباب الاعتماد	٠.٦٩**	٠.٩٣١
درجات الرضا	٠.٨٩**	٠.٩٦٧
الإجمالي		٠.٩٤٣

يتضح من الجدول السابق الآتي:

إن معامل الثبات الكلي للاستمارة بلغ (٠.٩٤٣) وهو معدل مرتفع وهي نسبة تشير إلى تطابق إجابات المبحوثين في حين تراوحت معاملات الثبات بين (٠.٦٩٨ إلى ٠.٩٦٧) وتم قياس الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة مع إجمالي المحاور باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation) لقياس الاتساق الداخلي، ولأحظنا بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عالية وتراوحت قيمة معامل الارتباط بين (٠.٥٢٣ إلى ٠.٨٩) وهذا يشير إلى أن معدل الصدق والتناسق الداخلي لعبارات الاستمارة يعد قوياً ومقبولاً بدرجة كبيرة لأغراض الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتم حساب المتوسطات الحسابية كما هو موضح في المعادلة التالية:

طول الفترة = (الحد الأعلى - الحد الأدنى) ÷ عدد المستويات = $5 / (1 - 0) = 5 / 1 = 5$ ليكون بالشكل الموضح في الجدول التالي:

جدول (٣)
ميزان تقديري لمقياس ليكرت الخماسي

المستوى	المتوسط المرجح	القيمة	الاستجابة	
مرتفع	من ٥.٠ - ٤.٢	(٥)	راضي بشدة	دائماً
	من ٤.٢ - ٣.٤	(٤)	راضي	غالباً
متوسط	من ٣.٤ - ٢.٦	(٣)	راضي إلى حد ما	أحياناً
منخفض	من ٢.٦ - ١.٨	(٢)	غير راضي	نادراً
	من ١.٨ - ١	(١)	غير راضي بشدة	أبداً

- الاختبار التائي للعينات المستقلة Independent Sample t-test لدراسة الدلالة الإحصائية.
- اختبار التباين الاحادي One Way ANOVA لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات الفئوية.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة:

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

١. أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة:

جدول (٤)

توزيع أفراد الدراسة وفقاً للشبكات الأكثر تعرضاً

شبكات التواصل الاجتماعي	دائماً	غالباً	أحياناً	نادرًا	أبداً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
تويتر Twitter	ك	١٣٦	٢٦	٦	٠	٤.٧٤	٠.٦٤	دائماً
	%	٨١.٠	١٥.٥	٣.٦	٠			
واتساب Whatsapp	ك	١٠٤	٢٢	٣٦	٦	٤.٣٠	١.٠٤	دائماً
	%	٦١.٩	١٣.١	٢١.٤	٣.٦			
حساب السفير على تويتر	ك	٥٤	٧٨	٣٠	٦	٤.٠٧	٠.٨٠	غالباً
	%	٣٢.١	٤٦.٤	١٧.٩	٣.٦			
سناپ شات Snapchat	ك	٧٦	٢٨	٥٢	٦	٣.٩٦	١.١١	غالباً
	%	٤٥.٢	١٦.٧	٣١.٠	٣.٦			
الفيسبوك Facebook	ك	٦	٩٤	٤٦	١٢	٣.٤٣	٠.٩٣	غالباً
	%	٣.٦	٥٦.٠	٢٧.٤	٧.١			
يوتيوب Youtube	ك	٤	١٠	٥٠	٩٢	٢.٤٢	٠.٨١	نادرًا
	%	٢.٤	٦.٠	٢٩.٨	٥٤.٨			
انستجرام Instagram	ك	٦	٣٦	١١٤	١٢	٢.٢١	٠.٦٢	نادرًا
	%	٣.٦	٢١.٤	٦٧.٩	٧.١			
المتوسط العام								
						٣.٢٧	٠.٧٩	أحياناً

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (٤) أن تطبيق تويتر، وواتساب كانا من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة بشكل دائم بمتوسط حسابي (٤.٣٠ و ٤.٤٧) وانحراف معياري (٠.٦٤، ١.٠٤)، وكانت عينة الدراسة التي تعتمد عليها غالباً هي (حساب السفير على تويتر، سناپ شات، والفيسبوك)؛ حيث جاءت بمتوسطات حسابية (٤.٠٧، ٣.٩٦، ٣.٤٣) وانحرافات معيارية (٠.٨٠، ١.١١، ٠.٩٣) وأخيراً كانوا نادرًا ما يعتمدون على تطبيق اليوتيوب والانستجرام بمتوسطات حسابية (٢.٤٢، ٢.٢١) بانحرافات معيارية (٠.٨١، ٠.٦٢)، وكان المتوسط العام لهذا المحور (٣.٢٧)، أي أن عينة الدراسة من السعوديين المقيمين في القاهرة كانوا يعتمدون أحياناً على شبكات التواصل الاجتماعي مع سفارة المملكة في القاهرة.

٢. أبرز الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة:

جدول (٥)
توزيع أفراد الدراسة وفقاً لأبرز الأشكال الاتصالية

أبرز الأشكال الاتصالية	دائماً	غالباً	أحياناً	نادرًا	أبدًا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
أضع إشارة إعجاب للمنشورات التي قد تعجبني عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١٢	٤٦	١٠٤	٦	٠	٣.٣٥	٠.٧٧	غالبًا
	٧.١	٢٧.٤	٦١.٩	٣.٦	٠			
أتفاعل بالمشاركة بمنشور نصي مع فيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي	٨	٦٤	٧٢	١٨	٦	٣.٣٠	٠.٨٦	أحيانًا
	٤.٨	٣٨.١	٤٢.٩	١٠.٧	٣.٦			
أقوم بالتعليق على منشورات السفارة على شبكات التواصل الاجتماعي	١٢	٥٠	٨٦	١٤	٦	٣.٢٩	٠.٨٦	أحيانًا
	٧.١	٢٩.٨	٥١.٢	٨.٣	٣.٦			
أتفاعل بالمشاركة بمنشور نصي عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١٢	٥٠	٨٠	٢٠	٦	٣.٢٥	٠.٨٩	أحيانًا
	٧.١	٢٩.٨	٤٧.٦	١١.٩	٣.٦			
أقوم بمشاركة بالرد ما أراه ذا أهمية من منشورات السفارة عبر الشبكات	١٢	٣٨	١٠٤	٨	٦	٣.٢٥	٠.٨٠	أحيانًا
	٧.١	٢٢.٦	٦١.٩	٤.٨	٣.٦			
أتفاعل بالمشاركة بمنشور نصي مع صورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	٨	٤٦	٨٨	٢٠	٦	٣.١٨	٠.٨٤	أحيانًا
	٤.٨	٢٧.٤	٥٢.٤	١١.٩	٣.٦			
المتوسط العام								
						٣.٢٧	٠.٦٦	أحيانًا

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (٥) أن عينة الدراسة من المواطنين السعوديين المقيمين بالقاهرة كانت تعتمد أحيانًا على تلك الأشكال الاتصالية في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة؛ حيث كان المتوسط العام لهذا المحور (٣.٢٤) بانحراف معياري (٠.٦٦) وهو أقل من الواحد الصحيح، أي أن عينة الدراسة تتفق على هذه الإجابة، وكانت عينة الدراسة غالبًا ما يضعون إشارة إعجاب للمنشورات التي قد تعجبني عبر شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط (٣.٣٥) وانحراف معياري (٠.٧٧)، وجاء التفاعل بالمشاركة بمنشور نصي مع فيديو في المركز الأول بمتوسط (٣.٣) وانحراف معياري (٠.٨٦)، أما الذين يقومون بالتعليق على منشورات السفارة جاء في المركز الثاني بمتوسط (٣.٢٩) وانحراف معياري (٠.٨٦)، وجاء في المركز الثالث عينة الدراسة الذين يتفاعلون بالمشاركة بمنشور نصي فقط، والذين يقومون بالمشاركة بالرد على ما يرونه ذات أهمية من منشورات السفارة فجاء بمتوسط (٣.٢٥) لكل منهما وانحراف معياري (٠.٨٩ و ٠.٨٠) بالترتيب، وأخيرًا الذين يتفاعلون بالمشاركة بمنشور نصي مع صورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي جاءوا بمتوسط (٣.١٨)، وانحراف معياري (٠.٨٤).

٣. أسباب اعتماد السعوديين المقيمين في القاهرة على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية من أجل التواصل مع سفارة المملكة بالقاهرة:

جدول (٦)
توزيع أفراد الدراسة وفقاً لأسباب الاعتماد

أسباب الاعتماد	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
الاطلاع على ما هو جديد فيما يتعلق بالتعليمات الخاصة بالمقيمين خارج المملكة	٢٤	١١٠	٣٤	٠	٠	٣.٩٤	٠.٥٩	غالباً
	% ١٤.٣	٦٥.٥	٢٠.٢	٠	٠			
الاطلاع على ما يستجد من أحداث في المملكة العربية السعودية	٣٠	٨٠	٤٨	١٠	٠	٣.٧٧	٠.٨١	غالباً
	% ١٧.٩	٤٧.٦	٢٨.٦	٦.٠	٠			
إنجاز ما احتاجه من معاملات ووثائق	٢٤	٨٦	٤٨	١٠	٠	٣.٧٤	٠.٧٨	غالباً
	% ١٤.٣	٥١.٢	٢٨.٦	٦.٠	٠			
طلب المساعدة في حال تعرضي لمشكلة ما	٢٦	٧٦	٥٠	١٦	٠	٣.٦٧	٠.٨٥	غالباً
	% ١٥.٥	٤٥.٢	٢٩.٨	٩.٥	٠			
المشاركة بالفعاليات الوطنية والرسمية	٣٤	٤٤	٨٦	٤	٠	٣.٦٤	٠.٨٣	غالباً
	% ٢٠.٢	٢٦.٢	٥١.٢	٢.٤	٠			
التقدم بشكوى أو اقتراح	٢٤	٦٢	٤٠	٣٠	١٢	٣.٣٣	١.١٤	أحياناً
	% ١٤.٣	٣٦.٩	٢٣.٨	١٧.٩	٧.١			
المتوسط العام								
						٣.٥٩	٠.٥٢	غالباً

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (٦) أن عينة الدراسة غالباً ما توجد أسباب مهمة لاعتماد المقيمين في القاهرة على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية، من أجل التواصل مع سفارة المملكة بالقاهرة؛ حيث بلغ المتوسط العام لتلك الأسباب (٣.٥٩) وانحراف معياري (٠.٥٢) وهو أقل من الواحد الصحيح، أي أن عينة الدراسة تتفق على هذه الإجابة، وكان من أهم تلك الأسباب أن عينة الدراسة تريد الاطلاع غالباً على ما هو جديد فيما يتعلق بالتعليمات الخاصة بالمقيمين خارج المملكة بمتوسط (٣.٩٤) وانحراف معياري (٠.٥٩)، كما تريد الاطلاع غالباً على ما يستجد من أحداث في المملكة العربية السعودية بمتوسط (٣.٧٧) وانحراف معياري (٠.٨١)، وأيضاً غالباً ما تريد إنجاز ما يحتاجونه من معاملات ووثائق بمتوسط (٣.٦٧) وانحراف معياري، وكانوا غالباً ما يشاركون بالفعاليات الوطنية والرسمية بمتوسط (٣.٦٤) وانحراف معياري (٠.٨٣)، ونلاحظ أن جميع الانحرافات المعيارية أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على أن عينة الدراسة تتفق على هذه الإجابات، وأخيراً كانوا أحياناً ما يتقدمون بشكوى أو اقتراحات بمتوسط (٣.٣٣) وانحراف معياري (٠.٥٢)، ويرى الباحث أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم بالاطلاع على كل جديد بما يخصهم من تعليمات ومستجدات الأحداث بالمملكة.

٤. درجة الرضا عن الخدمات التي تقدمها السفارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (٧)
توزيع أفراد الدراسة وفقاً لدرجة الرضا

الخدمات التي تقدمها السفارة المملكة في القاهرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	راض جداً	راض	راض إلى حد ما	غير راض	غير راض جداً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الرضا
يتم نشر إنجازات السفارة السعودية بشكل مستمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٥٠	٧٦	٣٦	٦	٠	٤٠٠١	٠.٨١	راض
	٢٩.٨ %	٤٥.٢	٢١.٤	٣.٦	٠			
شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية سهلة الاستخدام وكافية	١٢	١١٤	٣٦	٦	٠	٣.٧٩	٠.٦٢	راض
	٧.١ %	٦٧.٩	٢١.٤	٣.٦	٠			
استفيد معرفياً مما يتم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية بالقاهرة	١٨	٩٠	٥٤	٦	٠	٣.٧١	٠.٧٠	راض
	١٠.٧ %	٥٣.٦	٣٢.١	٣.٦	٠			
تقوم السفارة السعودية بالتواصل مع جاليتها من خلال رسائل الـ SMS	٣٠	٨٦	٣٤	٦	١٢	٣.٦٩	١.٠٤	راض
	١٧.٩ %	٥١.٢	٢٠.٢	٣.٦	٧.١			
متابعة الأخبار من صفحات السفارة أدى إلى اختصار الوقت في الحصول على المعلومات	١٨	٨٦	٥٨	٦	٠	٣.٦٩	٠.٧١	راض
	١٠.٧ %	٥١.٢	٣٤.٥	٣.٦	٠			
تزوطني في التواصل مع السفارة السعودية	١٦	٨٨	٥٨	٦	٠	٣.٦٨	٠.٦٩	راض
	٩.٥ %	٥٢.٤	٣٤.٥	٣.٦	٠			
تساعدني في التواصل مع سفارة المملكة بالقاهرة	١٢	٩٤	٥٦	٦	٠	٣.٦٧	٠.٦٦	راض
	٧.١ %	٥٦.٠	٣٣.٣	٣.٦	٠			
استفدت كثيراً من وجود صفحات إلكترونية خاصة بالسفارة السعودية بالقاهرة	١٦	٨٠	٦٦	٦	٠	٣.٦٣	٠.٧١	راض
	٩.٥ %	٤٧.٦	٣٩.٣	٣.٦	٠			
ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية في التواصل مع أفراد الجالية السعودية الآخرين	١٨	٧٤	٦٢	١٤	٠	٣.٥٧	٠.٧٩	راض
	١٠.٧ %	٤٤.٠	٣٦.٩	٨.٣	٠			
تزوطني بالأخبار المتعلقة بالمملكة أولاً بأول	١٦	٦٦	٨٠	٦	٠	٣.٥٥	٠.٧٢	راض
	٩.٥ %	٣٩.٣	٤٧.٦	٣.٦	٠			
تتم الإجابة على الاستفسارات والشكاوي بشكل سريع	١٢	٨٠	٦٠	١٦	٠	٣.٥٢	٠.٧٧	راض
	٧.١ %	٤٧.٦	٣٥.٧	٩.٥	٠			
يتم استقبال الشكاوي والاستفسارات والرد عليها	١٦	٦٦	٧٤	١٢	٠	٣.٥١	٠.٧٧	راض
	٩.٥ %	٣٩.٣	٤٤.٠	٧.١	٠			
تتم دعوتي للمشاركة بالأنشطة والفعاليات الوطنية	١٢	٨٤	٤٨	١٢	١٢	٣.٤٣	٠.٩٨	راض
	٧.١ %	٥٠.٠	٢٨.٦	٧.١	٧.١			
يتم اطلاعي على مواعيد الأنشطة والفعاليات الوطنية بالمملكة	١٢	٧٠	٧٠	٤	١٢	٣.٣٩	٠.٩٣	إلى حد ما
	٧.١ %	٤١.٧	٤١.٧	٢.٤	٧.١			
المتوسط العام								
						٣.٦٨	٠.٧٣	راض

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (٧) أن عينة الدراسة راضية عن الخدمات التي تقدمها سفارة المملكة في القاهرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط (٣.٦٨) وانحراف معياري (٠.٧٣) وهو أقل من الواحد الصحيح، وهذا مؤشر إلى أن عينة الدراسة تتفق على درجة الرضا، وتم ترتيب تلك الخدمات ترتيباً تنازلياً حسب أكبر متوسط حسابي وأقل انحراف معياري، وكانت عينة الدراسة راضيين عن هذه الخدمات (يتم نشر إنجازات السفارة السعودية بشكل مستمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية سهلة الاستخدام وكافية، كما يستفيدون معرفياً مما يتم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية بالقاهرة، وتقوم السفارة السعودية بالتواصل مع جاليتها من خلال رسائل الـ SMS، وكذلك متابعة الأخبار من صفحات السفارة السعودية أدى إلى اختصار الوقت والجهد في الحصول على المعلومات، كما تزودهم وتساعدهم تلك الشبكات في التواصل مع السفارة السعودية، ويستفيدون كثيراً من وجود صفحات إلكترونية خاصة بالسفارة السعودية بالقاهرة، كما تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية في التواصل مع أفراد الجالية السعودية الآخرين، وتزودهم بالأخبار المتعلقة بالمملكة أولاً بأول، كما تتم الإجابة على الاستفسارات والشكاوي بشكل سريع، واستقبال الشكاوي والاستفسارات والرد عليها، ودعوتهم للمشاركة بالأنشطة والفعاليات الوطنية بمتوسطات تراوحت بين (٣.٤٣ إلى ٤.٠١)، بانحرافات معيارية أغلبها أقل من الواحد الصحيح، وهذا يدل على تجانس الرضا من قبل عينة الدراسة وأخيراً جاءت خدمة الاطلاع على مواعيد الأنشطة والفعاليات الوطنية بالمملكة " بدرجة رضى إلى حد ما بمتوسط (٣.٣٩) وانحراف معياري (٠.٩٣).

الفروقات بين محاور الدراسة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية:

ثانياً: التحقق من فرضيات الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات اعتماد الجالية السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية السعودية تعرض المواطنين والمقيمين لقرارات وتعليمات وزارة الداخلية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٥. يعود لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية (النوع، الحالة الاجتماعية، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، نوع الإقامة بالقاهرة). ويقسم هذا الفرض إلى سبعة فروض فرعية هي:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الذكور والإناث الذين يعتمدون شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (٨)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسط الذكور والإناث من السعوديين المقيمين بالقاهرة والاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
ذكر	٣.٦١	٠.٥٢	١.٢٢٨	٠.٢٢١	غير دالة
انثى	٣.٤٦	٠.٥٢			

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الذكور والإناث بالنسبة لاعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة ت (١.٢٢٨) بمستوى دلالة (٠.٢٢١) وهي أكبر من (٠.٠٥) أي لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع السفارة السعودية بالقاهرة، ويرى الباحث أن عدم وجود فروق شيء طبيعي لمدى توغل تلك الشبكات في حياتنا الاجتماعية.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات عينة الذين يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً للحالة الاجتماعية:

جدول (٩)

نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
أعزب	٣.٤٨	٠.٤٥٢	٥.٣٩٧	**٠.٠٠١	دالة
متزوج	٣.٥٤	٠.٥٥٤			
مطلق	٣.٦٣	٠.٠٧٤			
أرمل	٤.٠٠	٠.٣٠٧			

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (٩) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، حيث كانت قيمة ف (٥.٣٩٧) ومستوى دلالة (٠.٠٠١) وهي أقل من (٠.٠٥) أي يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية، ولمعرفة اتجاه الفروقات استخدم الباحث الاختبارات البعدية باستخدام اختبار LSD كما هو موضح في الجدول التالي رقم (١٠).

جدول (١٠)
نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للعمر

(I)العمر	(J)العمر	الفرق بين المتوسطات(I-J)	مستوى الدلالة
ارمل	أعزب	٠.٥٢٣٨	٠.٠٠٠٤
	متزوج	٠.٤٥٧٧	٠.٠٠٠٢
	مطلق	٠.٣٧١٤	٠.٠٥٥٧

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥ ** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (١٠) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، وذلك لصالح الأرمال، حيث كان هناك فروقات بين الأرمال والمتزوجين والعزاب والمطلقين.

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات عينة الذين يعتمدون شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً للعمر:

جدول (١١)
نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للعمر

العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
من ٢١-٣٠ سنة	٣,٣٠	٠,٥٢	٥,٠٩٧	٠,٠٠٢**	دالة
من ٣١-٤٠ سنة	٣,٥٥	٠,٢٨			
من ٤١-٥٠ سنة	٣,٤٧	٠,٦٣			
أكثر من ٥٠ سنة	٣,٧٥	٠,٤٦			

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥ ** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (٩) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط أعمار عينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، حيث كانت قيمة ف (٥.٠٩٧) ومستوى دلالة (٠.٠٠٢) وهي أقل من (٠.٠٥) أي يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية، ولمعرفة اتجاه الفروقات استخدم الباحث الاختبارات البعدية باستخدام اختبار LSD كما هو موضح في الجدول التالي رقم (١٢).

جدول (١٢)
نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للعمر

مستوى الدلالة	الفرق بين المتوسطات (I-J)	العمر (J)	العمر (I)
٠,٠٠٠	**٠,٤٤	من ٢١-٣٠ سنة	أكثر من ٥٠ سنة
٠,٠٠٠	**٠,٢٧	من ٤١-٥٠ سنة	

** دالة عند مستوى أقل من ٠,٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠,٠٥

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (١٢) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط اعمار عينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، وذلك لصالح الفئة العمرية أكبر من ٥٠ سنة، حيث كانت هناك فروقات بين تلك الفئة وبين الفئة العمرية التي تتراوح من ٢١-٣٠ سنة، والفئة العمرية من ٤١-٥٠ سنة.

٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات عينة الذين يعتمدون شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً للمؤهل العلمي:

جدول (١٣)
نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
دون الثانوية	٣,٧١	٠,١٩	١,٣٩١	٠,٢٤٧	غير دالة
المتوسط	٣,٦٩	٠,٢٣			
بكالوريوس	٣,٥٢	٠,٥٩			
دراسات عليا	٣,٦٧	٠,٥٦			

** دالة عند مستوى أقل من ٠,٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠,٠٥

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (١٣) أنه لا يوجد فروقات دالة إحصائية بين متوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، حيث كانت قيمة ف (١,٣٩١) ومستوى الدلالة (٠,٢٤٧) وهي أكبر من ٠,٠٥ أي لا يوجد اختلاف بين المؤهلات العلمية لعينة الدراسة في اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع السفارة المصرية بالقاهرة، وعدم وجود فروق هنا أمر طبيعي وذلك لأهمية تلك الشبكات في التواصل مع الآخرين والتفاعل بينهم.

٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات عينة الذين يعتمدون شبكات التواصل الاجتماعي تبعًا للوظيفة:

جدول (١٥)

نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعًا للوظيفة

الوظيفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
موظف حكومي	٣.٢٣	٠.٦١	٩.٢٧٢	** ٠.٠٠٠	دالة
موظف قطاع خاص	٣.٥٧	٠.١٥			
رجل أعمال	٣.٦٧	٠.٠٧			
لا يعمل	٣.٣٢	٠.٥٠			
متقاعد	٣.٧٠	٠.٥١			
مستثمر في مصر	٣.٨٧	٠.٢٦			

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (١٥) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط وظائف عينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، حيث كانت قيمة ف (٩.٢٧٢) ومستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥) أي يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية، ولمعرفة اتجاه الفروقات استخدم الباحث الاختبارات البعدية باستخدام اختبار LSD كما هو موضح في الجدول التالي رقم (١٦).

جدول (١٦)

نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعًا للوظيفة

العمر (I)	العمر (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مستوى الدلالة
رجل أعمال	موظف حكومي	* ٠.٤٣٤	٠.٠٣٤
متقاعد	موظف حكومي	** ٠.٤٧١	٠.٠٠٠
	لا يعمل	** ٠.٣٨٣	٠.٠٠٤
مستثمر في مصر	موظف حكومي	** ٠.٦٣٨	٠.٠٠٠
	لا يعمل	** ٠.٥٥٠	٠.٠٠٠

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

وتشير بيانات الجدول أعلاه رقم (١٦) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط وظائف عينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، حيث كان هناك فروقات بين متوسط رجال الأعمال ومتوسط الموظفين الحكوميين لصالح رجال الأعمال، كما توجد فروقات بين المتقاعدين وكل من الموظفين الحكوميين والذين لا يعملون

لصالح المتقاعدين، وأخيراً توجد فروقات بين المستثمرين في مصر وبين كل من الموظفين الحكوميين والذين لا يعملون لصالح المستثمرين في مصر.

٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المقيمين بالقاهرة بشكل دائم وبشكل مؤقت ومتوسط اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع السفارة السعودي بالقاهرة:

جدول (١٧)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسط محاور الدراسة تبعاً لإقامة عينة الدراسة بالقاهرة

نوع الإقامة بالقاهرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
مقيم دائم	٣.٨٤	٠.٢٦	٤.١٢٨	** ٠.٠٠٠	دالة
إقامة مؤقتة	٣.٤٩	٠.٥٦			

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (١٧) أن هناك فروق دالة إحصائية بين متوسط المقيمين بشكل دائم بالقاهرة (٤.١٢٨) وانحراف معياري (٠.٢٦) والمقيمين بشكل مؤقت (٣.٤٩) وانحراف معياري (٠.٥٦) ومتوسط اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة وذلك لصالح المقيمين الدائمين، وهذا المتوسط يقابل أنهم يعتمدون غالباً على تلك الشبكات.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل مع حساباتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية السعودية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٥. يعود لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية. (النوع، الحالة الاجتماعية، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، نوع الإقامة بالقاهرة). ويقسم هذا الفرض إلى سبعة فروض فرعية هي:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الذكور والإناث الذين وبين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل.

جدول (١٨)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسط الذكور والإناث تبعاً لمتوسط الاشكال الاتصالية

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
ذكر	٣.٣٠	٠.٨١	١.٦٢٧	٠.١٠٦	غير دالة
انثى	٣.٠٠	٠.٥٩			

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الذكور والإناث؛ حيث كانت قيمة ت (١.٦٢٧) بمستوى دلالة (٠.١٠٦) وهي أكبر من (٠.٠٥) أي لا يوجد اختلاف بينهم، أي تتشابه الأشكال الاتصالية بين الذكور والإناث من المقيمين بالقاهرة عند تعاملهم مع شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع السفارة المصرية بالقاهرة.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل تبعاً لمتغير العمر.

جدول (١٩)

نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للحالة الاجتماعية

المحاور	الحالة الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
الأشكال الاتصالية	أعزب	٢.٦٦	٠.٩٧٢	١٤.١٨١	**٠.٠٠٠	دالة
	متزوج	٣.٣٤	٠.٦٧٩			
	مطلق	٣.٠٠	٠.٠٠٠			
	أرمل	٣.٩٣	٠.٥٤٧			

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (١٩) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة، حيث كانت قيمة ف (١٤.١٨١) ومستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٥) أي يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية، ولمعرفة اتجاه الفروقات استخدم الباحث الاختبارات البعدية باستخدام اختبار LSD كما هو موضح في الجدول التالي رقم (٢٠).

جدول (٢٠)

نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للعمر

(I)العمر	(J)العمر	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مستوى الدلالة
أرمل	أعزب	٠.٥٢٣٨	٠.٠٠٠٤
	متزوج	٠.٤٥٧٧	٠.٠٠٠٢
	مطلق	٠.٣٧١٤	٠.٠٥٥٧

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل تبعاً لمتغير العمر:

جدول (٢٠)

نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للعمر

العمر (I)	العمر (J)	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مستوى الدلالة
ارمل	أعزب	٠.٥٢٣٨	٠.٠٠٠٤
	متزوج	٠.٤٥٧٧	٠.٠٠٠٢
	مطلق	٠.٣٧١٤	٠.٠٥٥٧

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (٢٠) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين الأرملة والمتزوجين والعزاب والمطلقين لصالح الأرملة.

٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل تبعاً لمتغير العمر:

جدول (٢١)

نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للعمر

المحاور	العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
الأشكال الاتصالية	من ٢١-٣٠ سنة	٣.٠٦	٠.٦٧	٨.٣٠٨	**٠.٠٠٠	دالة
	من ٣١-٤٠ سنة	٢.٧٠	٠.٩١			
	من ٤١-٥٠ سنة	٣.٣١	٠.٧٥			
	أكثر من ٥٠ سنة	٣.٥٠	٠.٦٨			

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (٢١) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط أعمار عينة الدراسة ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة ، حيث كانت قيمة ف (٨.٣٠٨) ومستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٥) أي يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية، ولمعرفة اتجاه الفروقات استخدم الباحث الاختبارات البعدية باستخدام اختبار LSD كما هو موضح في الجدول التالي رقم (٢٢).

جدول (٢٢)
نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعًا للعمر

المتغيرات المستقلة	(I)العمر	(J)العمر	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مستوى الدلالة
متوسط الأشكال الاتصالية	أكثر من ٥٠ سنة	من ٤٠-٣١ سنة	*٠.٦٠	٠.٠٠٠
		من ٣٠-٢١ سنة	*٠.٤٤	٠.٠٠٣
		من ٤٠-٣١ سنة	*٠.٨٠	٠.٠٠٠

* دالة عند مستوى أقل من ٠,٠٥ ** دالة عند مستوى أقل من ٠,٠١

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (٢٢) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط أعمار عينة الدراسة ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة ، وذلك لصالح الفئة العمرية أكبر من ٥٠ سنة، حيث كانت هناك فروقات بين تلك الفئة وبين الفئة العمرية التي تتراوح من ٣٠-٢١ سنة، والفئة العمرية التي تتراوح من ٤٠-٣١ سنة والفئة العمرية من ٥٠-٤١ سنة.

٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل تبعًا لمتغير المؤهل العلمي:

جدول (٢٣)
نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعًا للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
دون الثانوية	٣.١٧	٠.١٩	٨.٧١٣	**٠.٠٠٠	دالة
المتوسط	٢.٨١	٠.٩٥			
بكالوريوس	٣.٣٤	٠.٦٩			
دراسات عليا	٣.٧٢	٠.٥٨			

* دالة عند مستوى أقل من ٠,٠٥ ** دالة عند مستوى أقل من ٠,٠١

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (٢٣) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط المؤهلات العلمية لعينة الدراسة ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة ، حيث كانت قيمة ف (٨.٧١٣) ومستوى الدلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥) أي يوجد فروقات دالة إحصائية، ولمعرفة هذه

الفروقات استخدم الباحث الاختبار البعدي LSD وذلك لمعرفة اتجاه الفروقات، وهذا ما يوضحه الجدول التالي رقم (٢٤).

جدول (٢٤)

نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للعمر

المتغيرات المستقلة	(أ)العمر	(ب)العمر	الفرق بين (المتوسطات-أ) (ب)	مستوى الدلالة
متوسط الأشكال الاتصالية	البكالوريوس	المتوسط	* * ٠.٨٣١٨	٠.٠٠٠
	دراسات عليا	المتوسط	* * ٠.٩٠٩٦٢	٠.٠٠٠
		البكالوريوس	* ٠.٣٧٧٨١	٠.٠٢٢

تشير بيانات الجدول أعلاه أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط المؤهلات العلمية الحاصل عليها عينة الدراسة وبين متوسط الأشكال الاتصالية، وذلك لصالح الحاصلين على الدراسات العليا؛ حيث كانت هناك فروقات بين الحاصلين على الدراسات العليا والحاصلين على المتوسط، وبين متوسط الحاصلين على الدراسات العليا ومتوسط الحاصلين على البكالوريوس، كما يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الحاصلين على البكالوريوس ومتوسط الحاصلين على المتوسط.

٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل تبعاً لمتغير الوظيفة:

جدول (٢٥)

نتائج اختبار التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للوظيفة

الوظيفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة	الدلالة
موظف حكومي	٣.٣٢	٠.٣٢	٢٣.٦٩٥	* * ٠.٠٠٠	دالة
موظف قطاع خاص	١.٥٨	٠.٦١			
رجل أعمال	٣.١١	٠.٠٩			
لا يعمل	٣.٠٠	٠.٦٧			
متقاعد	٣.٣٨	٠.٦٠			
مستثمر في مصر	٣.٧١	٠.٨١			

* * دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (٢٥) أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية، كما توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط وظائف عينة الدراسة ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة ،

حيث كانت قيمة ف (٢٣.٦٩٥) ومستوى دلالة (٠.٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٠٥)، ولمعرفة اتجاه الفروقات استخدم الباحث الاختبارات البعدية باستخدام اختبار LSD كما هو موضح في الجدول التالي رقم (٢٦).

جدول (٢٦)
نتائج الاختبار البعدي LSD بين متوسطات محاور الدراسة تبعاً للوظيفة

المتغيرات المستقلة	(I)العمر	(J)العمر	الفرق بين المتوسطات (I-J)	مستوى الدلالة
متوسط الأشكال الاتصالية	موظف حكومي	موظف قطاع خاص	* ١.٧٣٢	٠.٠٠٠
	لا يعمل	موظف قطاع خاص	* ١.٤١٧	٠.٠٠٠
	متقاعد	موظف قطاع خاص	* ١.٧٩٢	٠.٠٠٠
		لا يعمل	* ٠.٣٧٥	٠.٠٣١
		مستثمر في مصر	* ٠.٣٣٣-	٠.٠٠٩
	مستثمر في مصر	موظف حكومي	* ٠.٣٩٣	٠.٠٠٥
		موظف قطاع خاص	* ٢.١٢٥	٠.٠٠٠
		رجل أعمال	* ٠.٥٩٧	٠.٠٢٦
		لا يعمل	* ٠.٧٠٨	٠.٠٠٠
		متقاعد	* ٠.٣٣٣	٠.٠٠٩

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

وتشير بيانات الجدول أعلاه رقم (٢٦) أنه يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط وظائف عينة الدراسة ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة، حيث كانت هناك فروقات بين متوسط الموظفين الحكوميين وبين موظفي القطاع الخاص لصالح الموظفين الحكوميين، وتوجد فروقات بين المتقاعدين وبين كل من موظفي القطاع الخاص، والذين لا يعملون المستثمرين لصالح المتقاعدين، وأخيراً توجد فروقات بين المستثمرين في مصر وبين باقي الوظائف لصالح المستثمرين في مصر، وأخيراً توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط وظائف عينة الدراسة ومتوسط درجة الرضا عن الخدمات التي تقدمها سفارة المملكة في القاهرة عبر تطبيقاتها الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث كان هناك فروقات بين المتقاعدين وموظفي الحكومة لصالح المتقاعدين، كما توجد فروقات بين المستثمرين في مصر وموظفي الحكومة لصالح المستثمرين في مصر.

٧. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المقيمين بشكل دائم ومؤقت والأشكال الاتصالية:

جدول (٢٧)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسط محاور الدراسة تبعًا لإقامة عينة الدراسة بالقاهرة

المحاور	نوع الإقامة بالقاهرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
الأشكال الاتصالية	مقيم دائم	٣.٥٣	٠.٨٠	٢.٨٨٩	٠.٠٠٤ **	دالة
	إقامة مؤقتة	٣.١٤	٠.٧٦			

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

يتضح من بيانات الجدول أعلاه رقم (١٧) أن هناك فروق دالة إحصائية بين متوسط المقيمين بشكل دائم بالقاهرة (٢.٨٩) وانحراف معياري (٠.٠٠٤) والمقيمين بشكل مؤقت (٣.١٤) وانحراف معياري (٠.٧٦) ومتوسط اعتمادهم على الأشكال الاتصالية في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة وذلك لصالح المقيمين الدائمين وهذا المتوسط يقابل أنهم يعتمدون غالبًا على تلك الأشكال.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أسباب اعتماد أفراد الجالية السعودية في القاهرة على شبكات التواصل الاجتماعي؛ من أجل التواصل مع وزارة الخارجية السعودية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٥. يعود لاختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الذكور والإناث وبين متوسطات أسباب الاعتماد:

جدول (٢٩)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسط المقيمين بالقاهرة بشكل دائم والمقيمين بشكل مؤقت تبعًا لأسباب الاعتماد

المحاور	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	الدلالة
أسباب الاعتماد	ذكر	٣.٧٣	٠.٧٥	٢.٥٣٤	٠.٠١٢ *	دالة
	أنثى	٣.٣٠	٠.٤١			

* دالة عند مستوى أقل من ٠.٠٥

** دالة عند مستوى أقل من ٠.٠١

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الذكور (٣.٥٣٤) وانحراف معياري (٠.٧٥) والإناث (٣.٣٠) وانحراف معياري (٠.٤١) ومتوسط اعتمادهم على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية؛ من أجل التواصل مع سفارة المملكة بالقاهرة، وذلك لصالح الذكور وهذا المتوسط يقابل أنهم يعتمدون غالبًا على تلك الشبكات.

مناقشة النتائج والتوصيات:

- أظهرت النتائج بأن عينة الدراسة كانت تعتمد دائمًا على شبكة تويتر والواتساب في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، وبشكل عام يستخدم الدبلوماسيون تويتر ليتم التواصل مع الجالية

السعودية وتزويدهم بجميع الأخبار والأحداث الجديدة، ليبقوا على اتصال وثيق معهم، فيقومون بوضع نص على تويتر يشير إلى حدث معين والتفاعل في موضوع معين على سبيل المثال، واستحدثت السفارة السعودية الثورة الرقمية بعدًا جديدًا للتواصل والتفاعل مع جاليته المقيمين في القاهرة، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (كمال، مها، ٢٠٢١م) والتي توصلت إلى ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات، وكذلك دراسة (كمال، مها، ٢٠٢١)، واتفقت مع دراسة (الحمدي، ٢٠٢١م) أن تطبيق الواتساب هما الأكثر استخدامًا، وكذلك دراسة العلي (٢٠٢٠م)، ودراسة (العساف ٢٠٢٠م) أن عينة الدراسة من السعوديين يستخدمون شبكة تويتر بكثافة لاستقاء المعلومات، وكذلك دراسة (الحربي، ٢٠١٨م) تصدر موقع تويتر المرتبة الأولى كأكثر وسائل الإعلام الجديدة المستخدمة لمتابعة الأخبار.

- وخلصت الدراسة إلى أن الحساب الرسمي للسفير السعودي محل الدراسة يحظى بأهمية كبيرة، ليس فقط لكونه المنبر الإعلامي الرسمي للمملكة على موقع تويتر بالقاهرة، وبالتالي توجه الأنظار إليه عند نشر أي خبر أو حدث، ولكن أيضًا لما استطاع أن يحققه من تفاعلية من جانب المتابعين وحجم تفاعلهم مع التغريدات المنشورة عليه.
- وأظهرت النتائج بأن أكثر الأشكال الاتصالية التي يعتمد عليها أفراد الجالية السعودية في القاهرة في التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بوزارة الخارجية السعودية، كانت عينة الدراسة تضع غالبًا إشارة إعجاب للمنشورات التي قد تعجبني عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- وعلى صعيد أسباب اعتماد أفراد الجالية السعودية في القاهرة على شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التواصل مع السفارة السعودية بالقاهرة، كانت عينة الدراسة غالبًا ما تريد الاطلاع على ما هو جديد فيما يتعلق بالتعليمات الخاصة بالمقيمين خارج المملكة، وعلى ما يستجد من أحداث في المملكة العربية السعودية، إنجاز ما يحتاجونه من معاملات ووثائق، طلب المساعدة في حال تعرضهم لمشكلة ما، والمشاركة بالفعاليات الوطنية والرسمية.
- أما عن مدى رضى عينة الدراسة، فأتضح من بيانات الدراسة أنهم راضون عن جميع الخدمات التي تقدمها سفارة المملكة في القاهرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بمتوسط عام (٣.٦٨)، وهذه النتيجة عائدة لأن وزارة الخارجية السعودية تحاول الوصول لدرجة رضا مواطنيها عن خدماتها بدرجة مرتفعة.
- وأشارت الدراسة الحالية بوجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، وكذلك متوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة، ومتوسط

أسباب اعتماد عينة الدراسة على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية من أجل التواصل مع سفارة المملكة بالقاهرة.

○ وتم التحقق من فرضية الدراسة بوجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط أعمار عينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة، ومتوسط أسباب اعتماد عينة الدراسة على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية من أجل التواصل مع سفارة المملكة بالقاهرة، ومتوسط درجة الرضا عن الخدمات التي تقدمها سفارة المملكة في القاهرة عبر تطبيقاتها الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي.

○ وأشارت الدراسة الحالية بوجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط المؤهلات العلمية لعينة الدراسة ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة، وذلك لصالح الحاصلين على الدراسات العليا.

○ كما تم التحقق من الفرضية بوجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط وظائف عينة الدراسة ومتوسط شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التواصل مع سفارة المملكة في القاهرة، ومتوسط الأشكال الاتصالية التي تعتمد عليها عينة الدراسة في التفاعل مع حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بسفارة المملكة في القاهرة، ومتوسط درجة الرضا عن الخدمات التي تقدمها سفارة المملكة في القاهرة عبر تطبيقاتها الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي.

○ أظهرت النتائج بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث ومتوسط اعتمادهم على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالسفارة السعودية من أجل التواصل مع سفارة المملكة بالقاهرة وذلك لصالح الذكور.

مواضع الدراسة:

^١ السيد، طارق، (٢٠١٢م)، "المجتمع السعودي والإعلام الجديد دراسات وتقارير"، ص ٥٤

^٢ مكاي، حسن؛ السيد، ليلي، (٢٠٠٩م)، "الاتصال ونظرياته"

^٣ هوارى، حمزة، (٢٠١٥)، "مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي"، كلية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.

^٤ مكاي، حسن؛ السيد، ليلي، (٢٠٠٩م)، "الاتصال ونظرياته"

^٥ كمال، مها مدحت محمد (٢٠١٤م)، "استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم نحو فيروس كورونا"، العدد (٣٤) الجزء الأول، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

- ^٦ الحمدي، عبدالله بن عبده بن جردى، (٢٠٢١م)، "تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد (٢٧)، الصفحات ١٤٧-١٩٨.
- ^٧ الحمدي، عبدالله بن عبده بن جردى، و بخيت، السيد، آل علي، فوزية عبدالله، (٢٠٢١م)، "اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات أثناء الأزمات واتجاهاتهم إزاء الاجتماعي لاكتساب المعلومات أثناء الأزمات واتجاهاتهم إزاء" المصدر: المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد (٢٧)، الصفحات ١٩٩-٢٥٠.
- ^٨ فؤاد علي حسين سعدان، (٢٠٢٠م)، "تبني ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي"، العدد (٣٦) - مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جامعة صنعاء
- ^٩ فؤاد علي حسين سعدان، (٢٠٢٠م)، "تبني ممارسي العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي"، العدد (٣٦) - مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، جامعة صنعاء
- ^{١٠} خليل، إنجي؛ أبو سريع، محمد، (٢٠٢١م)، "توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الاتصالات المؤسسية الرقمية: دراسة تحليلية في المستوى الثاني، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد (٢٥)، ص. ص. (١١٣-١٥٢)
- ^{١١} الحمدي، عبدالله بن عبده بن جردى، (٢٠٢١م)، "تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية"، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ص. ص. (١٩٨-١٤٧)، العدد ٢٧
- ^{١٢} العلي، فهد (٢٠٢٠م) "اتجاهات العاملين نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية". مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية: (٤)، (١). ص ٣٢-٦١
- ^{١٣} العساف، عبد الله عبد المحسن، (٢٠٢٠م)، "اتجاهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد (١٩)، العدد (٢).
- ^{١٤} الحربي، سوسن بنت عبدالله بن سعود؛ سلامة، سحر مصطفى عبدالغني (٢٠١٨م)، "دور الإعلام الجديد في تشكيل المعارف السياسية للشباب الجامعي السعودي تجاه العلاقات العربية" - العربية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد (١٩)، ص (٢٣٣-٢٧٧)
- ^{١٥} ميرفت عبدالحميد، (٢٠١٧م)، "اتجاهات الجمهور المصري نحو صفحات مؤسسات الدولة على مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تطبيقية"، ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام..
- ^{١٦} السكران، عبد الرحمن، (٢٠١٥م)، "اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون..
- ¹⁷ Pablo, Kevin (2016). "Social Media Effects in Virtual Brand Communities: The case of Facebook and Twitter" International Journal of system and Service- oriented Engineering 6 (2)
- ^(١٨) Kamal Sedra, (2023), The Role of Social Media & Networking in Postconflict Settings "Lessons-Learned from Egypt ", Paper presented at the World Bank/TDRP – African Development Bank Conference :History and Experience of Post-conflict Reintegration and Stabilization: Reflections from DDR in Africa, (Tunis)
- ¹⁸ Thomas J. Johnson, and Brarbara K. Kaye, (2015), "Reasons to believe: influence of credibility on motivations for using social networks .Computers in Human Behavior". Vol. 50 , pp. 544-555.
- ¹⁹ Ruohan Li, and Ayoung Suh, (2015) "Factors influencing information credibility on social media platforms: evidence from facebook pages", Procedia Computer Science . 72: pp. 314-328.
- ²⁰ David Westerman., Partic Speence., R. Van Der Heide., (2004), "Social Media as Information source recency of updates and credibility of information", Journal of Computer – mediated Communication. Vol. 9 , pp. 171-183.

Using Social Media Networks in Diplomatic Missions to Communicate with Saudi Citizens Abroad: An Applied Study on the Saudi Embassy in Cairo

Dr. Mutlaq Saud Almutiri
mualmutiri@ksu.edu.sa

*Associate Professor of Media,
Mass Communication Department,
College of Humanities & Social Sciences,
King Saud University*

Abstract

The problem of the study is the question: Has the Saudi Embassy in Cairo succeeded in relying on social media networks to communicate with its citizens who reside there? The researcher was interested in identifying the most important social networks on which they rely. The study relied on the survey method in order to obtain the required data, which is one of the studies. Descriptive, using the questionnaire as a tool for the study, and due to the difficulty of reaching the entire research community, the sampling method was utilized, and an available random sample was taken using the snowball method. The sample consisted of 168 Saudis residing in Cairo. The study concluded several results, including that the largest percentage of the study sample members of the Saudi Community in Cairo often uses social media networks. It appeared that Twitter was the most common form of communication between the embassy and the Saudi Community, to the highest degree.

The study showed that the most common form of communication relied upon by members of the Saudi Community in Cairo to interact with the social media networks of the Saudi Ministry of Foreign Affairs was by placing a “like” on posts that they might like on social media networks that they might often like.

It turns out that the most reason for the adoption of the Saudi Community in Cairo is that they are often informed of what is new regarding the instructions for those residing outside the Kingdom.

Keywords: Effectiveness, Saudi Ministry of Foreign Affairs, Social Media Networks, Saudi Community in Cairo.

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 - Shibeen 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: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

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 one week 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 15 days.
- 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, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@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 2022 = 0.5833 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2022 = 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.

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 & Television 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.

**English Researches:**

- **Dr. Abdulsamad Hadi M. Sahly** - *Jazan University*
Identity in the Light of Modernity: Toward a New Model for Analyzing Media Framing of National Identity 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Alaa B. Alshaikh** - *King Abdulaziz University*
The Role of the Platforms of Saudi Institutions in Supporting Saudi National Identity 36
- **Associate Prof. Dr. Mutlaq Saud Almutiri** - *King Saud University*
Using Social Media Networks in Diplomatic Missions to Communicate with Saudi Citizens Abroad: An Applied Study on the Saudi Embassy in Cairo 37
- **Associate Prof. Dr. Noha Al-Sayed Ahmed Naser** - *King Abdulaziz University*
King Abdulaziz University Public Relations Students' Receptiveness of Artificial Intelligence Applications and their Impact on their Future Careers: A Study within the Framework of the Technology Acceptance Model 38
- **Dr. Noha Anwar Soliman** - *Menofia University*
Reflections of Organizational Communications on Commitment to Organizational Change in Egyptian Educational Institutions: A Study within the Context of Changing the Pre-university Education System in Egypt 40
- **Dr. Hatim Ali Hyder Al-Salhi** - *Sanaa University*
Dr. Omar Ahmed Daeer AlBukhaiti - *Sanaa University*
Modeling the Impact of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction and loyalty: A Case of Yemen Mobile Telecom 42
- **Dr. Ibnaouf Hassan Ahmed** - *Liwa College - Abu Dhabi*
Utilizing Social Media and its Impact on the Ethical Values of University Students: A Field Study on a Sample of Students from Al-Khawarizmi International College in the United Arab Emirates 43
- **Dr. Enas Mansour Kamel Sharaf** - *Kafer El Sheikh University*
The Future of Using the Artificial Intelligence Application Chat GPT in Journalistic Work and its Impact on Journalistic Art: A Prospective Study During the Coming Decade 2023-2033 44
- **Dr. Aram Ibrahim Abuabat** - *Imam Muhammad Bin Saud Islamic University*
Attitudes of Public Relations Practitioners towards Employing Artificial Intelligence Applications in the Saudi Telecom Company 45