

شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس
دراسة في جغرافية الاتصالات

إعداد

د/ شريف عبد السلام شريف عبد الخالق

أستاذ مساعد بقسم الجغرافيا والخرائط، كلية الآداب، جامعة بورسعيد

DOI: 10.21608/jfpsu.2021.67608.1053

الملخص

أصبحت شبكات الاتصال الركيزة الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية لما تتضمنه من توفير بعدين مهمين في الحياة: هما البعد المكاني والزمني، وأثرهما الواضح في التنمية. وجغرافية الاتصالات من المجالات الحديثة نسبيا في مجال الجغرافيا، حيث تهتم بدراسة الأفكار والمعلومات سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، في حين تهتم جغرافية النقل بدراسة السلع والمواد والأشخاص.

وهذه الدراسة التطبيقية تستهدف دراسة أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في محافظة السويس مع دراسة التقويم الجغرافي القائم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء العوامل الجغرافية المؤثرة، ومستويات رضا السكان عن شبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية وصولا إلى تخطيط مستقبلي أفضل لشبكات التواصل الاجتماعي.

وتتناول الدراسة تطور شبكات التواصل الاجتماعي بالمحافظة، مع دراسة العوامل الجغرافية المؤثرة في شبكات التواصل الاجتماعي، ودراسة تطور الشبكة وأهم المواقع المستخدمة بالمحافظة ودرجة التفاعل المكاني للشبكة، وكثافة الشبكة وسرعتها، ودراسة المستهلكين من حيث أهمية الشبكة، ووقت الذروة والركود للمستهلك، وتكلفة الإنترنت المستخدمة في شبكات التواصل الاجتماعي مع الإشارة إلى خصائص مستخدمي الشبكة الاجتماعية والاقتصادية مع دراسة حجم حركة الاتصالات بشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس، وخلصت الدراسة إلى التخطيط المستقبلي لشبكات التواصل الاجتماعي لأهميتها بمحافظة السويس. وأخيرا خلصت الدراسة إلى أهم التوصيات ومن أهمها تبنى الدولة لدراسات ومشاريع بحثية لمعرفة الآثار الاقتصادية والصحية والاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي للتقليل من أخطاره، والعمل على ترشيد استخدامه حتى لا يؤثر في ميزانية الأسرة مع تشجيع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجالات التجارية والعلمية والسياحية بالمحافظة.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، محافظة السويس، جغرافية الاتصالات.

Social Media Networks in Suez Governorate: A Study in the Communications Geography

By

Dr. Sherif Abdel Salam Sherif Abdel Khalek

Assistant Professor of Economic Geography

Faculty of Arts - Port Said University

Abstract

Communication networks have become the basic pillar of economic and social development, as they provide two important dimensions in life: the spatial and temporal dimension, and their clear impact on development. And the geography of communications is one of the relatively modern fields in the field of geography, as it is concerned with studying ideas and information, whether written, audio or visual, while the geography of transport is concerned with the study of goods, materials and people. This applied study aims to study the importance of social media networks in the Suez Governorate, while studying the existing geographic evaluation of social networks in light of the influencing geographical factors, and the levels of population satisfaction with social networks, and identifying the positive and negative aspects, in order to reach better future planning for social networks.

The study deals with the development of social networks in the governorate, with a study of geographical factors affecting social networks, a study of network development and the most important sites used in the governorate, the degree of spatial interaction of the network, network density and speed, consumers study in terms of network importance, consumer peak and recession time, and the cost of the Internet used in Social networks, with reference to the characteristics of social and economic network users, with a study of the volume of communication traffic in social networks in Suez Governorate. The study concluded with the future planning of social networks for their importance in Suez Governorate. Finally, the study concluded with the most important recommendations.

Keywords: Social media networks, Suez governorate, communications geography.

شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس دراسة في جغرافية الاتصالات

الشبكة مصطلح هندسي يعني وجود ترابط بين مجموعة من العقد أو النقاط أو المحطات سواء كانت مواقعها مركزية أم طرفية عبر مجموعة من الوصلات التي تيسر حدوث التدفق والتنقل بين تلك العقد أو المحطات. (شريف، ٢٠١٣، ص ٥).

وتصل نسبة الاستخدام لوسائط التواصل الاجتماعي نحو ٩٠% بين جيل الشباب المولود في القرن ٢١، بينما نقل بين كبار السن إلى نسبة ٤٨%. ويمتلك الجيل الجديد أيضاً أكبر نسبة من الهواتف الجواله الذكية التي تتيح استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي. (<https://aawsat.com/home/article/2048096>). ويقضي مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي نحو ساعتين و ٢٢ دقيقة يومياً في تصفح المواقع أو المشاركة الفعلية فيها. وتشير الإحصاءات إلى أن نسبة ٩١% يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي عبر الأدوات الجواله مثل الهاتف والأجهزة اللوحية. لذلك يمكن القول إن وسائل الاتصالات الجديدة من خلال منصاتها المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي لها دور مؤثر في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب حيث أصبحت منصة رئيسة للشعوب تتفاعل معها مما يسهم في استغلالها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية إذا ما أحسن استغلالها الاستغلال الأمثل، حيث يركز الجغرافيون على دور الاتصالات في الثورة الاقتصادية والسياسية للدولة. (Adams& Jansson,2012: p 229)

وظهرت جغرافية الاتصالات على المسرح الجغرافي في العقد الأخيرين من القرن العشرين نتيجة لثورة الاتصالات والمعلومات التي طوت حاجزي الزمان والمكان، وجعلت العالم قرية واحدة (عبده، ٢٠٠٨: ٥). حيث حررت الاتصالات الإنسان من سيطرة المكان وهيمنته، أي من سيطرة الجغرافيا وهيمنتها (الديب، ٢٠٠٦: ١٢٥). وجغرافية الاتصالات هي التي تركز على نقل الأفكار والمعلومات سواء المكتوبة أم المسموعة أم المرئية في حين تركز جغرافية النقل على السلع والأشخاص (شريف، ٢٠١٠: ٢٦٤).

وتشير إحصاءات عام ٢٠١٩ إلى أن نحو ٣,٢ مليار إنسان حول العالم، أي ما يقرب من نصف التعداد العالمي، يستخدمون وسائط التواصل الاجتماعي. وهم يمثلون أغلبية من يستخدمون الإنترنت، بوجه عام، والبالغ عددهم ٣,٨ مليار إنسان حول العالم. حيث غيرت هذه الوسائط أسلوب معيشة الكثيرين، بداية من الحصول على الأخبار، ونهاية بالعلاقات الاجتماعية بين المواقع الجغرافية المختلفة (<https://aawsat.com/home/article/2048096>.)

وتقع محافظة السويس بين دائرتي عرض ٥٨ ٥٧ ٢٨، ١٣ ١٦ ٣٠ وخطي طول ٨ ٥٣ ٣١، ٢٥ ٥١ ٣٢ شرقاً، حيث يحدها شمالاً محافظة الاسماعيلية، وجنوباً محافظة البحر الأحمر وخليج السويس ومحافظة جنوب سيناء، ويحدها شرقاً محافظتي شمال وجنوب سيناء، وغرباً محافظات القاهرة والجيزة والشرقية خريطة (١).

وزاد من أهمية المحافظة وقوعها عند رأس خليج السويس عند المدخل الجنوبي لقناة السويس والتي تمثل أهم الطرق العالمية للملاحة والتي افتتحت عام ١٨٦٩م. وتبلغ مساحة المحافظة ٩٤٤٨,٩ كم٢، بعدد سكان ٧٢٨١٨٠ نسمة عام ٢٠١٧، حيث تعد المحافظة ثاني أقل المحافظات كثافة سكانية بعد محافظة جنوب سيناء، وبدراسة مؤشر هاجيت تبين من خلال تطبيقه على محافظة السويس أن نتيجته بلغت ٠,٥، وهذا يعنى أن المحافظة تأخذ شكلا غير مندمجا (Haggett.P.,1985:227-229).

ويركز الجغرافيون على دور الاتصالات في الثورة الاقتصادية والسياسية للدولة. (Adams& Jansson,2012: p 229)، وظهرت جغرافية الاتصالات على المسرح الجغرافي في العقدين الأخيرين من القرن العشرين نتيجة لثورة الاتصالات والمعلومات التي طوت حاجزي الزمان والمكان، وجعلت العالم قرية واحدة (عبده، ٢٠٠٨: ٥). حيث حررت الاتصالات الإنسان من سيطرة المكان وهيمنتها، أي من سيطرة الجغرافيا وهيمنتها (الديب، ٢٠٠٦: ١٢٥).

ومحافظة السويس محافظة حضرية حيث تزداد أهمية الأنشطة التجارية والخدمية نظراً لموقع المحافظة واشتمالها على أهم الموانئ المصرية لتضم:

- ميناء الأدبية: يقع على الشاطئ الغربي لخليج السويس وهو الميناء الأقرب لمدينة السويس الجديدة حيث يقع على بعد ٣ كم فقط منها، يخدم الميناء سفن البضائع العامة والصب الجاف والسائل، تبلغ مساحة الميناء حوالي ٠,٨٥ كم، وطاقة تصميمية واستيعابية حوالي ٧,٩٣ مليون طن / السنة.

❖ ميناء السويس (بورتوفيق): وهو من أكبر الموانئ على البحر الأحمر، وتبلغ مساحته ٢,٣ كم، وبطاقة تصميمية واستيعابية تصل إلى ٦,٦ مليون طن / السنة و ١,٥ مليون راكب / السنة

❖ ميناء العين السخنة: يقع على الساحل الغربي لخليج السويس ويبعد مسافة ٥١,٧ كم من مدينة السويس، وهو من الموانئ المهمة على ساحل البحر الأحمر وذلك لقربه من المناطق الصناعية بمنطقة القاهرة الكبرى والإسماعيلية حيث تبلغ مساحته ٢٢,٣ كم بطاقته تصميمية واستيعابية ٣٥٠ ألف حاوية سنوية.

❖ كما يوجد موانئ متخصصة بالنطاق الإقليمي للمدينة مثل: ميناء حوض البترول والتي تبلغ مساحته ١,١٩ كم وتبلغ طاقته التصميمية والاستيعابية ٤,١٤ مليون طن صب سائل / السنة، وميناء الأتكة للصيد تبلغ مساحته ٠,١٧ كم وطاقته التصميمية والاستيعابية تبلغ ١٥٠ سفينة صيد و ٢١٧ طن سنويا . (وزارة النقل البحري، ٢٠٢٠)



المصدر : الهيئة المصرية العامة للمساحة ، الخرائط الرقمية لجمهورية مصر العربية ، مقياس ١ : ٥٠,٠٠٠ ، عام

٢٠٠٨ .

شكل (١) الموقع الجغرافي لمحافظة السويس

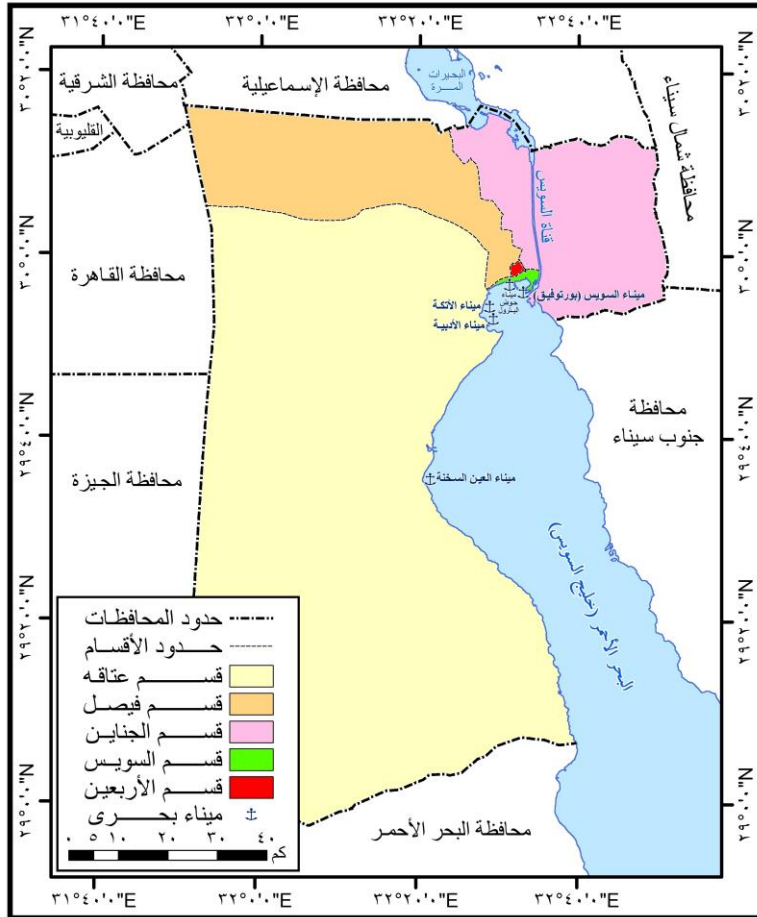
وتتكون المحافظة من خمسة أقسام هي: السويس - الأربعين - عتاقة - فيصل - الجنابن - حيث يستأثر قسم عتاقة بنحو ٨٧,٢ % من مساحة المحافظة يليه قسم فيصل ١٠,٩ % ثم قسم الجنابن ١٠,١ % ثم قسم السويس ٠,٦ % وأخيراً قسم الأربعين ٠,٥ % (عبد الغني، ٢٠١٩ ص س).

أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار الموضوع لعدة أسباب أهمها:

▪ حداثة موضوع التواصل الاجتماعي على المستوى الجغرافي المصري والعربي.

- رغبة الباحث الشخصية في دراسة موضوع جديد في جغرافية الاتصالات في إطار اهتماماته البحثية.
- افتقار المكتبة الجغرافية والمصرية لهذا الموضوع ويرجوا الباحث أن تكون الدراسة إضافة جديدة للمكتبة الجغرافية المصرية والعربية.



المصدر :

- الهيئة المصرية العامة للمساحة ، الخرائط الرقمية لجمهورية مصر العربية ، مقياس ١ : ٥٠,٠٠٠ ، عام ٢٠٠٨ .
- محافظة السويس ، مركز نظم المعلومات الجغرافية ، الخرائط الرقمية لمحافظة السويس ، مقياس ١ : ٥٠,٠٠٠ ، عام ٢٠٢٠ .

شكل (٢) التقسيم الإداري لمحافظة السويس عام ٢٠٢٠م

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة التطبيقية إلى التعرف على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس وتطورها مع دراسة التقويم الجغرافي لشبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس، ومعرفة خصائص مستخدمي الشبكة التواصل الاجتماعي، وقياس كفاءة الاتصال ومستويات رضا المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي وصولاً إلى تخطيط مستقبلي أفضل لشبكات التواصل الاجتماعي.

مناهج الدراسة وأساليبها:

تعددت المناهج التي استخدمت في هذه الدراسة حيث تم استخدام المنهج الوصفي لتحليل مفردات البحث المتعلقة باستخدام السكان لمواقع التواصل الاجتماعي، كما تم استخدام المنهج السلوكي في فهم وإدراك الجوانب المختلفة في شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة مستويات رضا السكان عن مواقع التواصل الاجتماعي علاوة على منهج التحليل المكاني وعلاقة الترابط بين العناصر والعوامل المؤثرة.

وفرضت طبيعة الدراسة المتعلقة بجمع المادة العلمية وعرضها وتحليلها استخدام الأسلوب الإحصائي والكارتوجرافي والميداني ، وقد بدت أهمية استخدام الأخير في جمع المادة العلمية، والتحري عن الأوضاع الفعلية لخدمات التواصل الاجتماعي، وذلك لندرة البيانات حول معظم نقاط البحث، لذلك فقد تم تصميم استبانة ملحق رقم (١) تم توزيعها على ١٥٥٠ مستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي فوق سن ١٨ سنة وهو ما يمثل ٣,٧% من عدد الأسر المستخدمة لوسائل التواصل الاجتماعي بالمحافظة منها ١٤٤٢ ، منها ١٤٤٢ استمارة صحيحة، تم توزيعها على أقسام المحافظة باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة على طلاب الجامعات وأعضاء هيئة التدريس وموظفي الحكومة وعلى المنازل ومقاهي الانترنت بأقسام محافظة السويس ، واستعان الباحث بأحد زملائه بكلية الآداب جامعة السويس حيث تمت الدراسة الميدانية في شهر يوليو عام ٢٠٢٠.

الدراسات السابقة:

هناك عدة دراسات جغرافية سابقة تناولت جغرافية الاتصالات بعض هذه الدراسات تناولت الاتصالات الأرضية مثل دراسة شريف (٢٠١٠) ودراسة موسى (٢٠١٢) وبعضها تناول الهاتف المحمول مثل دراسة نعينع (٢٠٠٧) وشنيشن (٢٠٠٨) ودراسة المغاوري (٢٠٠٨) ودراسة شريف (٢٠١١)، وبعضها تناول الانترنت مثل دراسة عبد الستار (٢٠١٢)، ودراسة شريف (٢٠١٣) ودراسة شنيشن وقمح (٢٠١٨) علاوة على دراسات أخرى سترد في نهاية البحث. ولم نجد دراسة جغرافية على قدر علم الباحث تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي من المنظور الجغرافي في المكتبة العربية مما يعظم من القيمة العلمية لهذا البحث، ونتناول هذا الموضوع من خلال معالجة النقاط الآتية: -

أولاً : تطور شبكات التواصل

خدمات الشبكات الاجتماعية هي خدمات تديرها وتبرمجها شركات كبرى لجميع المستخدمين والأصدقاء والمشاركة في الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين صداقات وأنشطة أخرى.

ومعظم شبكات التواصل الاجتماعية عبارته عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والتدوين ومشاركة الملفات حيث أحدثت الشبكات الاجتماعية عن تجميع الملايين من الأشخاص في الوقت الحالي.

وبدأت مجموعة الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل class mates.com عام ١٩٩٥ بين زملاء الدراسة، وموقع six Degrees.com عام ١٩٩٧ وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة إرسال الرسائل لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير المواقع خدمات متشابهة لما يوجد في الشبكات الاجتماعية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها.

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين ١٩٩٩- ٢٠٠١ ومع بداية عام ٢٠٠٥ ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من Google وهو موقع My space الأمريكي الشهير حيث يعد من أكثر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ في الانتشار السريع والمتوازي مع (ماي سبيس) حتى قام فيس بوك عام ٢٠٠٧ بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين مما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير حتى وصل إلى ٨٠٠ مليون مستخدم على مستوى العالم (القضاة، ٢٠١٣: ص ١١٨). ثم ما لبث أن ظهرت الشبكات الاجتماعية تبعاً فظهر يوتيوب: وهو منصة مشاركة فيديو تأسست في مدينة سان برونو، بكاليفورنيا من ثلاثة موظفين في «باي بال»، وذلك في عام ٢٠٠٥، واشترت «غوغل» الشركة في عام ٢٠٠٦ بمبلغ ١,٦٥ مليار دولار. ويعمل «يوتيوب» الآن كشركة تابعة لـ«غوغل». ويتيح التطبيق مشاهدة حلقات تلفزيونية وأفلام عربية ومقاطع فيديو أجنبية ومقاطع يرفعها المشتركون في كافة المجالات.

وكذلك رفع التسجيلات الصوتية والتعليق على مقاطع الفيديو. ويمكن رفع تسجيلات الفيديو فقط من المشتركين المسجلين، أما غير المسجلين فيمكنهم المشاهدة فقط. وتبذل إدارة «يوتيوب» جهودها لإزالة المقاطع غير المناسبة، خصوصاً في مجالات التطرف والإباحية.

كما ظهر تويتر وهو موقع للتغريدات القصيرة التي لا يتعدى عدد حروفها ٢٨٠ حرفاً حيث يصل عدد المستخدمين حالياً نحو ٣٢٠ مليون شخص. وبدأت الخدمة في عام ٢٠٠٦ بعدد ١٤٠ حرفاً لكل تغريدة، وزادت في عام ٢٠١٧ إلى الضعف في معظم اللغات. ويعتبر التطبيق الآن من أكثر المواقع شهرة في التعليقات السياسية. ثم ظهر واتس أب تطبيق «واتساب» كمنصة تبادل رسائل وصور ورسوم مستقلة ملحق بها إمكانية الاتصال الهاتفي. واقتنت «فيسبوك» منصة «واتساب» في عام ٢٠١٤، وهي تعمل بصفة مستقلة. وعلى الرغم من تأخر وصول «واتساب» إلى مسرح التواصل الاجتماعي، إلا أنه نجح في جذب الملايين حول العالم. وهو يمنح الأشخاص والمجموعات فرص

التواصل النصي وتبادل الصور والمعلومات. وعلاوة على ذلك يوفر التطبيق أيضاً فرص التواصل عبر المكالمات الهاتفية المجانية. ويستخدم «واتساب» حالياً نحو ١,٦ مليار شخص حول العالم ثم توالى ظهور الشبكات الأخرى. (<https://aawsat.com/home>) (</article/2048096>)

أما عن مصر فبدأ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بعد استخدام الهاتف المحمول والذي تولت أمره الهيئة القومية للاتصالات وبعد أن باعت حوالي ٨٣ الف خط ألت الخدمة إلى الشركة المصرية لخدمات المحمول موبينيل (أورانج حالياً) حتى عام ١٩٩٧، ثم كليك سابقاً فودافون حالياً ثم اتصالات عام ٢٠٠٧ ثم we في السنوات الأخيرة (محمد، ٢٠١٩: ١٦٢)، ووصل عدد مستخدمي المحمول ٩٢,٧ مليون مستخدم ، وعدد مستخدمي الانترنت ٥٤,٧ مليون مستخدم بمعدل انتشار يصل الى ٥٤% ، ووصل عدد مستخدمي شبكات التواصل نحو ٤٢ مليون مستخدم عام ٢٠٢٠ ، حيث جاء فيسبوك في المقدمة ليمثل نحو ٦٦,٦٢% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يليه يوتيوب بما يعادل ٢٠,٦٤ من مستخدمي شبكات التواصل في مصر يليه تويتر ليمثل ٥,٦٣ ثم انوسترجم ليمثل ٢,٤٥ من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ثم تأتي بعد ذلك شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى في الرتب الأقل .

(<https://www.alrab7on.com/arabic-countries-social-media-statistics>)

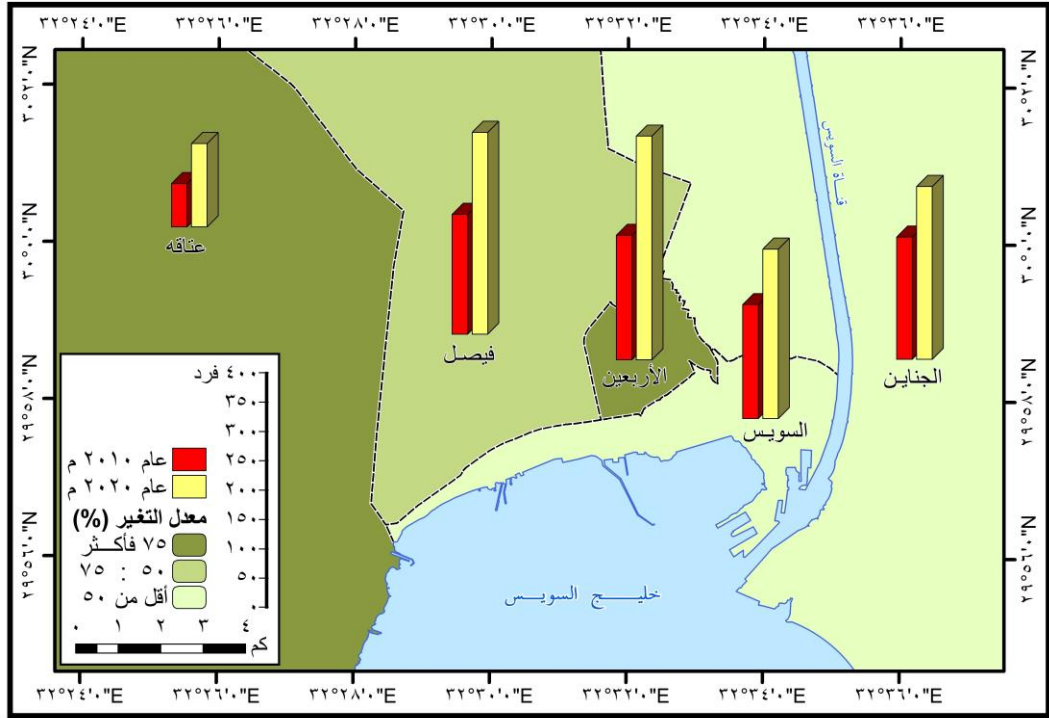
أما عن محافظة السويس فيوضح الجدول التالي والشكل تطور أعداد عينة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعية بين ٢٠١٠ - ٢٠٢٠.

جدول (١) تطور أعداد عينة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعية
بمحافظة السويس ٢٠١٠ - ٢٠٢٠.

معدل التغير %	الفترة الزمنية		القسم
	٢٠٢٠	٢٠١٠	
٧٩,٦	٣٧٩	٢١١	الأربعين
٦٨,٥	٣٤٢	٢٠٣	فيصل
٤٨,٨	٢٨٧	١٩٣	السويس
٤١,٥	٢٩٣	٢٠٧	الجنابين
٩٣,٢	١٤١	٧٣	عتاقة
٦٢,٦	١٤٤٢	٨٨٧	الجملة

المصدر: الدراسة الميدانية

يلاحظ من الجدول السابق تطور نسبة وسائل التواصل الاجتماعي لجملة سكان محافظة السويس ونسبة الزيادة في استخدام وسائل التواصل بالنسبة لعينة الدراسة، حيث يلاحظ تطور عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من ٨٨٧ مستخدم عام ٢٠١٠ م إلى ١٤٤٢ مستخدم عام ٢٠٢٠م، بمعدل زيادة بلغت ٦٢,٦ % في الفترة نفسها، وبمعدل نمو سنوي ٦,٣ %، حيث يلاحظ أن وسائل التواصل الاجتماعي بدأ استخدامها ضعيفاً وهو أمر طبيعي ونتيجة حتمية بسبب ارتفاع القيمة النقدية لأجهزة الحاسب الآلي وارتفاع القيمة النقدية للهاتف المحمول مع ارتفاع القيمة النقدية لخطوط الهاتف والانترنت ثم ما لبث أن انخفضت القيمة النقدية للخطوط وأسعار الحواسيب الآلية وتعددت شركات الانترنت في محافظة السويس.



شكل (٣) تطور أعداد وعينة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعية بمحافظة السويس خلال المدة (٢٠٢٠ - ٢٠١٠) .

كما يلاحظ زيادة معدل التغير بشكل واضح في قسم عتاقه ليمثل ٩١,٣ % وقسم الأربعين يمثل ٧٩,٦ % ومتوسطة في قسم فيصل وانخفاضه في قسمي السويس والجنائين. نستقرئ من الجدول السابق تميز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس بالانتشار المكاني على أقسام محافظة السويس مع التباين الملحوظ بين الأقسام وإن تركز في قسم عتاقه والأربعين بدرجة كبيرة. مما سبق يتضح ان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد زادت في جميع أقسام محافظة السويس بنسب مرتفعة مع زيادة الاعتماد على شبكات التواصل في الحياة اليومية للسكان.

ثانيا : مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك
وينتظم هذا الجزء من الدراسة من خلال معالجة المحاور الآتية:

(١) مواقع التواصل الاجتماعي بالمحافظة:

التوزيع هو نقطة البداية الضرورية لأية دراسة جغرافية، وخطوة لأزمة لفهم سلوك أي ظاهرة جغرافية، والتوزيع يعنى الترتيب أو التنظيم الناتج عن توزيع الظواهر في المكان وفق نمط خاص، وهذا يعنى أن التوزيع يمثل الصورة الحالية أو المحصلة النهائية لمجموعة من العلاقات يترتب عليها موقع الظاهرة، وحجمها، وبعدها عن غيرها من الظواهر. (خير، ٢٠٠٠: ٢٤٠)، ويوضح الجدول التالي توزيع مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس حسب عينة الدراسة عام ٢٠٢٠.

جدول (٢) التوزيع الجغرافي لمواقع التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة

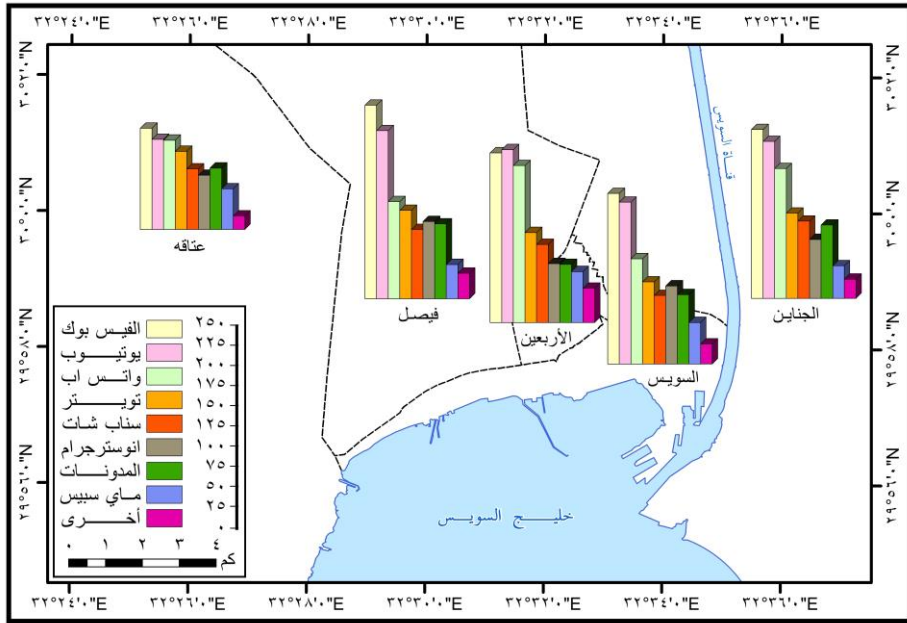
السويس عام ٢٠٢٠

القسم	الأربعين	فصل	السويس	الجنابن	عتاقه	الجملة
الفييس بوك	٢١٣	٢٤٣	٢١٤	٢١٢	١٢٧	١٠٠٩
يوتيوب	٢١٧	٢١١	٢٠٣	١٩٧	١١٣	٩٤١
واتس اب	١٩٧	١٢٢	١٣٢	١٦٣	١١٢	٧٢٦
تويتر	١١٣	١١١	١٠٣	١٠٧	٩٨	٥٣٢
سناپ شات	٩٨	٨٧	٨٦	٩٧	٧٦	٤٤٤
انوسترجرام	٧٤	٩٧	٩٨	٧٤	٦٨	٤١١
المدونات	٧٣	٩٤	٨٧	٩٢	٧٧	٤٢٣
ماي سبيس	٦٤	٤٣	٥٢	٤١	٥١	٢٥١
أخرى	٤٣	٣٢	٢٥	٢٤	١٧	١٤١
الجملة	١٠٩٢	١٠٤٠	١٠٠٠	١٠٠٧	٧٣٩	٤٨٧٨
%	٢٢,٤	٢١,٣	٢٠,٥	٢٠,٦	١٥,٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- احتل موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك المرتبة الأولى من عينة الدراسة المستخدمة لوسائل التواصل الاجتماعي بما يعادل ٢٠,٧% من جملة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي حيث يلاحظ تقارب النسب إلى حد كبير على أقسام محافظة السويس وإن انخفضت نسبياً في حي عتاقه ويرجع استحواذ الفيس بوك على المرتبة الأولى في الاستخدام لسهولة استخدامه وجودة الاتصالات به حسب رأي عينة الدراسة.
- تصدر موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب المرتبة الثانية ليمثل ١٩,٣% من عينة الدراسة، وإن زاد في قسم الأربعين وفصل وتوسط في قسم السويس والجنابين وانخفض في قسم عتاقه ويرجع ذلك الى استخدامه في متابعة البرامج ووسائل التسلية والترفيه بالنسبة لعينة الدراسة.



شكل (٤) التوزيع الجغرافي لمواقع التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة السويس

عام ٢٠٢٠

- احتل موقع واتس آب المرتبة الثالثة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليمثل ١٤,٩% من جملة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حيث زادت في قسم الأربعين والجنابين، وتوسط في قسم السويس وفيصل وعتاقة حيث يناسب هذا الاستخدام بعض فئات المجتمع خاصة المتابعين للأحداث السياسية والاتصال لسرعته الفائقة.
- جاء موقع التواصل الاجتماعي تويتر ليمثل المرتبة الرابعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة حيث يلاحظ تقارب النسب إلى حد كبير في أقسام المحافظة المختلفة وإن انخفض في قسم عتاقة ويناسب هذا الاستخدام طائفة معينة من سكان المحافظة خصوصا المؤهلات العليا.
- مثل موقع سناب شات المرتبة الخامسة في مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس ليمثل ٩,١% من جملة المستخدمين حيث يلاحظ تقارب النسب إلى حد كبير على مستوى أقسام المحافظة المختلفة ويرجع شيوع استخدام سناب شات بالمحافظة ليتناسب مع فئات السن الشابة والصغيرة خصوصا النساء حسب رأى عينة الدراسة.
- جاء موقع انوسترجرام ليحتل المرتبة السادسة في أهم المواقع المستخدمة للتواصل الاجتماعي بعينة الدراسة ليمثل ٨,٤% من عينة الدراسة ويرجع شيوع استخدامه إلى مميزاته للفئات الشابة والصغيرة خصوصا من النساء وأيضاً مع أهمية التصوير والحفاظ على سرية وخصوصية المجتمع.
- جاءت المدونات لتمثل المرتبة السابعة في أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة في محافظة السويس لتمثل ٨,٧% من عينة الدراسة حيث زادت في قسم فيصل والجنابين وتوسطت في قسم السويس وانخفضت في قسم الأربعين وعتاقة ويرجع استخدام المدونات لبعض سكان المحافظة في أنها تعبر عن شخصية المستخدم واهتماماته سواء العلمية أو الرياضية أم السياسية حيث رأى عينة الدراسة.

- احتل موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير في المرتبة الثامنة لعينة الدراسة ليمثل ٥,١% من جملة عينة الدراسة وإن تركز في قسم الأربعة حيث يستخدم في الاعلانات والبرامج حسب رأي عينة الدراسة. وأخيراً جاءت الشبكات الأخرى لتمثل ٢,٩% من جملة استخدامات عينة الدراسة مثل (ايمو، ديو، وفبير).

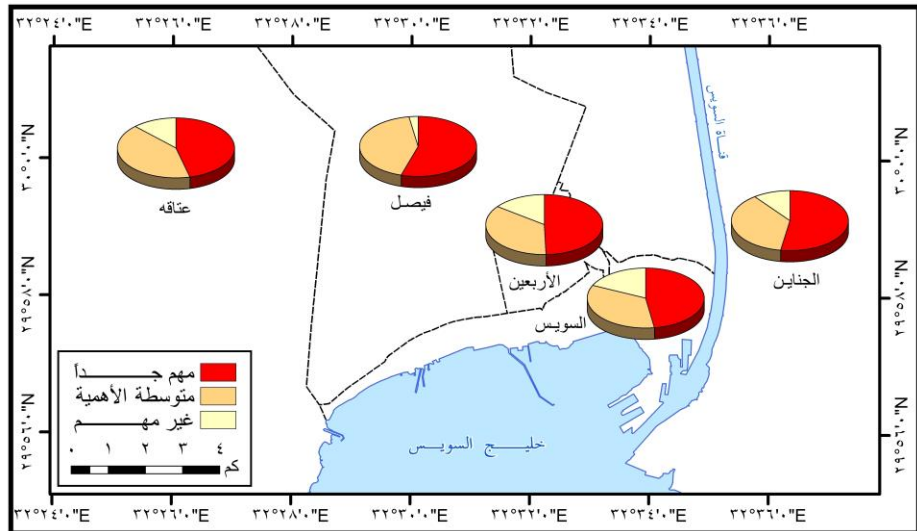
٢) درجة أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

زادت أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في شتى مجالات الحياة فقد أصبحت من الضروريات لدى عينة الدراسة بما يظهر في الجدول التالي.

جدول (٣) أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة السويس ٢٠٢٠

الجملة	%	عناقه	%	الجنابين	%	السويس	%	فيصل	%	الأربعين	القسم الأهمية
٧٣٤	٤٤,٧	٦٣	٥٣,٦	١٥٧	٤٦,٧	١٣٤	٥٦,٤	١٩٣	٤٩,٣	١٨٧	مهم جداً
٥١٥	٤٠,٤	٥٧	٣٣,٤	٩٨	٣٣,٤	٩٦	٤٠,١	١٣٧	٣٣,٩	١٢٧	متوسطة الأهمية
١٩٣	١٤,٩	٢١	١٣	٣٨	١٩,٩	٥٧	٣,٥	١٢	١٧,٢	٦٥	غير مهم
١٤٤٢	١٠٠	١٤١	١٠٠	٢٩٣	١٠٠	٣٨٧	١٠٠	٣٤٢	١٠٠	٣٧٩	الجملة

المصدر: الدراسة الميدانية



شكل (٥) أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة

السويس ٢٠٢٠

ويلاحظ من الجدول الأهمية المرتفعة لشبكات التواصل الاجتماعي على جميع أقسام محافظة السويس فقد أكد نحو ٨٦,٦ % من جملة عينة الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت مهمة ومتوسطة الأهمية، حيث يلاحظ تقارب النسب على أن أقسام محافظة السويس وإن زادت بدرجة كبيرة جداً في قسم فيصل ليمثل ٩٧% من عينة الدراسة ويرجع ذلك بالطبع إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت ضرورة من ضرورات الحياة في المجتمع ووسيلة للتواصل والتقارب علاوة على أنها أصبحت في أحياناً كبيرة للترفيه عن النفس مع رخصها بالمقارنة بوسائل الاتصال الأخرى.

٣) درجة الاعتماد:

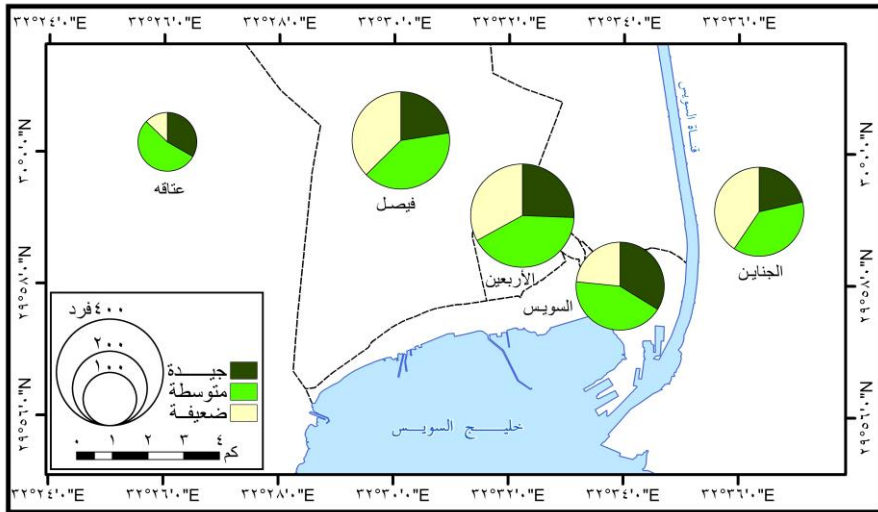
كذلك تختلف شبكات التواصل الاجتماعي على أقسام محافظة السويس حسب درجة الاعتماد والصدق بما يظهر في الجدول التالي

جدول (٤) درجة الاعتماد والصدق بشبكات التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة

السويس عام ٢٠٢٠

القسم	جيدة	%	متوسطة	%	ضعيفة	%	الجملة
الأربعين	٩٧	٢٥,٦	١٥٧	٤١,٤	١٢٥	٣٣,٠	٣٧٩
فيصل	٧٧	٢٢,٥	١٣٧	٤٠,١	١٢٨	٣٧,٤	٣٤٢
السويس	٩٧	٣٣,٨	١٢٣	٤٢,٩	٦٧	٢٣,٣	٢٨٧
الجنائين	٦٣	٢١,٥	١١١	٣٧,٩	١١٩	٤٠,٦	٢٩٣
عتاقة	٤٧	٣٣,٣	٧٦	٥٣,٩	١٨	١٢,٨	١٤١
الجملة	٣٨١	٢٦,٤	٦٠٤	٤١,٩	٤٥٧	٣١,٧	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية



شكل (٦) درجة الاعتماد والصدق بشبكات التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة

السويس عام ٢٠٢٠

ويظهر من الجدول السابق مستويات درجة الوثوق والاعتماد بشبكات التواصل

الاجتماعي بمحافظة السويس كالتالي:

- جاءت مستويات ودرجة الاعتماد والصدق بشبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة لتحل المرتبة الأولى في كل أقسام المحافظة لتمثل ٤١,٩ % باستثناء قسم الجنانين الذي انخفضت فيه درجة الثقة حيث ارتفاعها عن المتوسط بقسم عناقه والسويس وتوسطها بقسم فيصل والأربعين وانخفاضها بقسم الجنانين.
- جاءت مستويات ودرجة الاعتماد والصدق بشبكات التواصل الاجتماعي بدرجة ضعيفة لتحل المرتبة الثانية لتمثل ٣١,٧ % من عينة الدراسة حيث ارتفع في أقسام الجنانين وفيصل والأربعين وانخفض إلى أدنى حد لها في قسم عناقه.
- جاءت مستويات ودرجة الاعتماد والصدق بشبكات التواصل الاجتماعي بدرجة جيدة لتحل المرتبة الثالثة لتمثل ٢٦,٤ % من جملة عينة الدراسة حيث زادت في قسم السويس وعناقه وتوسطت في قسم الأربعين وانخفضت عن المتوسط في قسم فيصل والجنانين.

والخلاصة: أن وسائل التواصل الاجتماعي ما زالت في حاجة إلى ارتفاع درجات الوعي لكي ترتفع درجة الأهمية والاعتماد مع زيادة الاتجاه نحو التجارة الإلكترونية.

٤) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

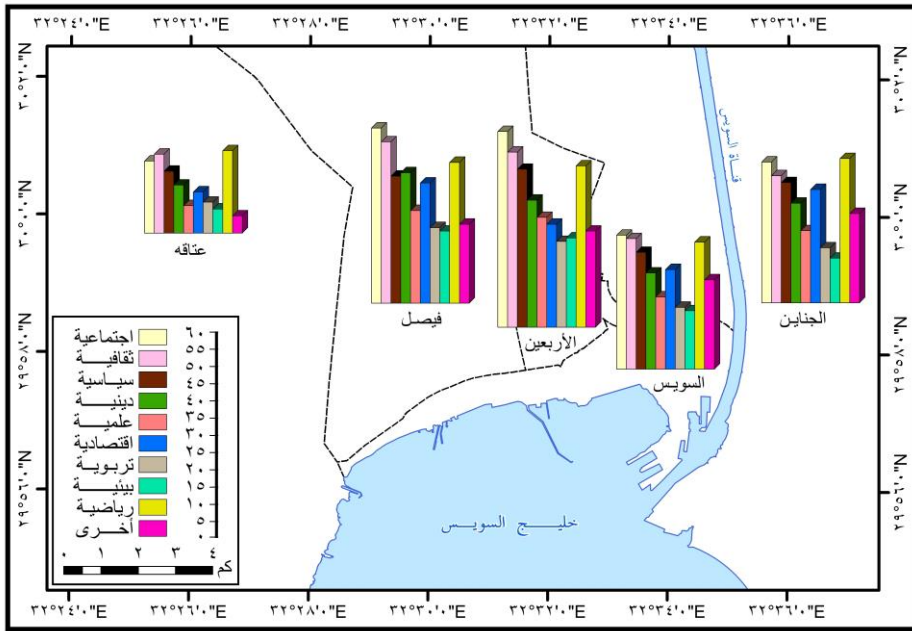
ترجع أهمية شبكات التواصل الاجتماعي إلى الغاء المفهوم المكاني فالوحدة المكانية لهذا المجال هي العالم كله، وتولى دول العالم في الوقت الحاضر أهمية خاصة في دراسة وسائل التواصل الاجتماعي تمشياً مع الثورة التكنولوجية الهائلة في وسائل الاتصالات. والجدول التالي يوضح استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠

جدول (٥) استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس غير الاتصال

الضوئي والمرئي حسب عينة الدراسة عام ٢٠٢٠

القسم	الأربعين	%	فيصل	%	السويس	%	الجنين	%	عتاقه	%	الجملة
اجتماعية	٥٧	١٥,٥	٥١	١٥	٣٩	١٣,٦	٤١	١٤	٢١	١٤,٩	٢٠٩
ثقافية	٥١	١٣,٥	٤٧	١٣,٧	٣٨	١٣,٣	٣٧	١٢,٦	٢٣	١٦,٣	١٩٦
سياسية	٤٦	١٢,١	٣٧	١٠,٨	٣٤	١١,٨	٣٥	١١,٩	١٨	١٢,٨	١٧٠
دينية	٣٧	٩,٨	٣٨	١١,١	٢٨	٩,٧	٢٩	٩,٩	١٤	٩,٩	١٤٦
علمية	٣٢	٨,٤	٢٧	٨	٢١	٧,٤	٢١	٧,٢	٨	٥,٧	١٠٩
اقتصاد ية	٣٠	٧,٩	٣٥	١٠,٢	٢٩	١٠,١	٣٣	١١,٣	١٢	٨,٥	١٣٩
تربوية	٢٥	٦,٦	٢٢	٦,٤	١٨	٦,٢	١٦	٥,٥	٩	٦,٤	٩٠
بيئية	٢٦	٦,٩	٢١	٦,١	١٧	٥,٩	١٣	٤,٤	٧	٥	٨٤
رياضية	٤٧	١٢,٤	٤١	١٢	٣٧	١٢,٩	٤٢	١٤,٣	٢٤	١٧	١٩١
أخرى	٢٨	٧,٤	٢٣	٦,٧	٢٦	٩,١	٢٦	٨,٩	٥	٣,٥	١٠٨
جملة	٣٧٩	١٠٠	٣٤٢	١٠٠	٢٨٧	١٠٠	٢٩٣	١٠٠	١٤١	١٠٠	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية.



شكل (٧) استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس غير الاتصال
الضوئي والمرئي حسب عينة الدراسة عام ٢٠٢٠

ويستخلص من الجدول السابق:

- تصدر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة العلاقات الاجتماعية المرتبة الأولى ليمثل ١٤,٥% من جملة عينة الدراسة حيث تقاربت النسب على مستوى أقسام محافظة السويس، وإن زادت في قسم الأربعين وفيصل وذلك لزيادة الروابط والعلاقات بين الأهل والمعارف علاوة عن المشاركة في حل المشكلات الاجتماعية المختلفة.
- جاء الاستخدام الثقافي لشبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية ليمثل ١٣,٦% من جملة عينة الدراسة حيث تقاربت النسب في كل أقسام محافظة السويس وإن زادت في قسم عتاقة.
- احتل الاستخدام الرياضي لشبكات التواصل الاجتماعي المرتبة الثالثة من عينة الدراسة ليمثل ١٣,٣% من جملة عينة الدراسة حيث تقاربت النسب في كل أقسام

- محافظة السويس وإن زادت في قسم عتاقة، حيث أظهرت الدراسة الميدانية اهتمام سكان محافظة السويس بكرة القدم اهتمام كبير مما أدى الى شيوع هذا الاستخدام..
- احتل استخدام مواقع التواصل الاجتماعية في النواحي السياسية ومتابعة الأخبار السياسية المرتبة الرابعة ليمثل ١١,٨ % من جملة عينة الدراسة حيث تساوت النسب إلى حد كبير على مستوى أقسام المحافظة وزاد هذا الاستخدام في السنوات الأخيرة حيث أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منصات سياسية شاركت في زيادة الوعي السياسي للمصريين خصوصاً المحافظات ذات التاريخ السياسي كمحافظة السويس.
 - مثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا الدينية المرتبة الخامسة بما يعادل ١٠,١ % من جملة عينة الدراسة حيث تساوت النسب في أقسام فيصل والجنان وانخفضت في أقسام الأربعين والسويس وعتاقة وحسب عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمعالجة القضايا الدينية وزيادة الوعي الديني وأحياناً المشاركة في الدعوة حسب رأي عينة الدراسة.
 - احتل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للاستخدام الاقتصادي المرتبة السادسة بما يعادل ٩,٦ % من جملة عينة الدراسة حيث أشارت عينة الدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عمليات البيع والشراء خصوصاً العقارات والسيارات ومتطلبات التجميل حيث زات في أقسام فيصل والسويس والجنان وانخفضت في قسم الأربعين وعتاقة عن متوسط المحافظة.
 - مثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للاستخدام العلمي المرتبة السابعة بما يعادل ٧,٦ % من جملة عينة الدراسة حيث جاء هذا الاستخدام ليناسب الفئات الشابة خصوصاً تعلم البرامج الجديدة للمساعدة في العمل، والملاحظ تساوي النسب على مستوى أقسام المحافظة باستثناء قسم عتاقة.
 - احتل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة القضايا التربوية خصوصاً للأطفال في المرتبة الثامنة ليمثل ٦,٢ % من جملة عينة الدراسة حيث تقاربت النسب

إلى حد كبير على مستوى أقسام المحافظة وإن انخفضت بنسبة بسيطة في قسم الجنانين.

- جاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمعالجة القضايا البيئية في المرتبة التاسعة ليمثل ٥,٨% من جملة عينة الدراسة حيث زادت في قسم الأربعين وفيصل والسويس وانخفض في قسم الجنانين وعتاقه.
- جاء استعمال مواقع التواصل الاجتماعي للاستخدامات الأخرى ليمثل ٧,٥% من جملة عينة الدراسة حيث أكد بعض عينة الدراسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاستخدامات الفنية والمهنية لبعض فئات المجتمع.

(٥) نمط التفاعل :

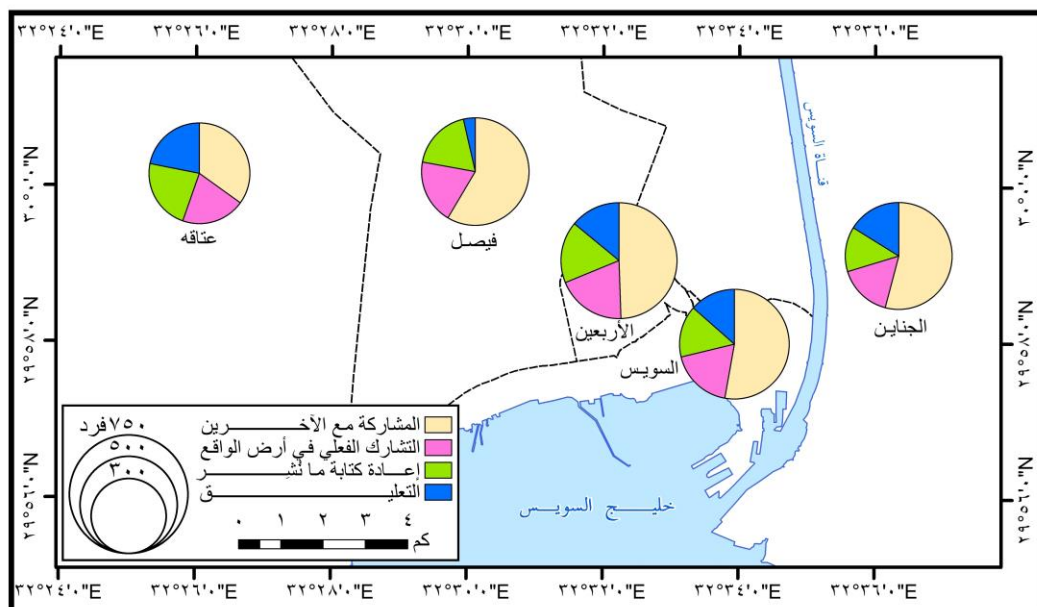
يعد نمط التفاعل من المحاور الرئيسية في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي حيث تقيس قوة التفاعل ودرجات التأثير والتأثر بين المحلات العمرانية بما يظهر في الجدول التالي:

جدول (٦) نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة

السويس عام ٢٠٢٠

الجملة	المتوسط	عتاقه	الجنانين	السويس	فيصل	الأربعين	القسم
١١٦١	٢٣٢	١٣١	٢٤٠	٢٥٣	٢٦٧	٢٧٠	الإعجاب
١٠٠١	٢٠٠	١٢٣	٢١١	٢١٥	٢٣٠	٢٢٢	المشاركة مع الآخرين
٣٧٣	٧٥	٧٢	٦٣	٧٥	٧٦	٨٧	التشارك الفعلي في أرض الواقع
٣٤٥	٦٩	٨٠	٥٣	٦٢	٧٣	٧٧	إعادة كتابة ما نشر
٢٧٢	٦٠	٧٧	٦٣	٥٥	١٤	٦٣	التعليق
٣١٥٢	٦٣٩	٤٨٣	٦٣٠	٦٦٠	٦٦٠	٧١٩	جملة

المصدر : الدراسة الميدانية.



شكل (٨) نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة

السويس عام ٢٠٢٠

وينضح من الجدول السابق ما يلي:

- تصدر نمط تفاعل الإعجاب المرتبة الأولى من نمط التفاعل حسب عينة الدراسة ليمثل ٣٦,٨% من جملة عينة الدراسة حيث زادت النسبة في أقسام الأربعةين وفيصل والسويس وتوسطت في قسم الجنائين وانخفضت في قسم عتاقة.
- احتل نمط تفاعل المشاركة مع الآخرين المرتبة الثانية ليمثل ٣١,٨% من جملة عينة الدراسة حيث تساوت النسب إلى حد كبير على أقسام المحافظة وإن انخفضت في قسم عتاقة.
- جاء نمط تفاعل المشاركة على أرض الواقع في المرتبة الثالثة حسب عينة الدراسة ليمثل ١١,٩% من جملة عينة الدراسة حيث زاد عن المتوسط في قسم الأربعةين وتوسطت في أقسام فيصل والسويس وعتاقة وانخفض في قسم الجنائين.

- جاء نمط إعادة كتابة ما نشر في المرتبة الرابعة من أنماط التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ليمثل ١٠,٩ % من جملة عينة الدراسة حيث زادت في قسم عتاقة وتوسط في قسم الأربعين والجنابن وانخفض في قسم فيصل والسويس.
- وأخيرا جاء نمط تفاعل التعليق في المرتبة الأخيرة من أنماط التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي عينة الدراسة حيث زاد عن المتوسط في قسم عتاقة، وتوسط في قسم الجنابن والأربعين وانخفض في قسم فيصل والسويس.

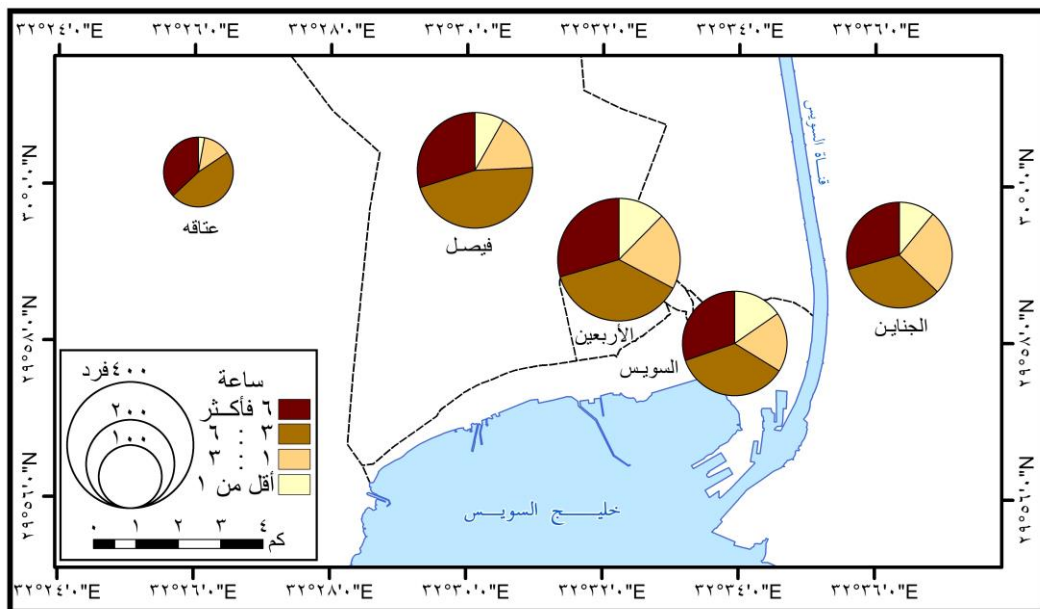
٦) معدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

تختلف عينة الدراسة حسب عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما يظهر في الجدول التالي.

جدول (٧) عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠ حسب عينة الدراسة.

القسم	أقل من ساعة	%	٣ : ١ ساعات	%	٦ : ٣	%	من ٦ فأكثر ساعات	%	الجملة
الأربعين	٤٧	١٢,٤	٧٧	٢٠,٣	١٤٣	٣٧,٧	١١٢	٢٩,٦	٣٧٩
فيصل	٢٨	٨,٢	٥٥	١٦	١٥٧	٤٥,٩	١٠٢	٢٩,٨	٣٤٢
السويس	٤٤	١٥,٣	٥٣	١٨,٥	١٠٣	٢٥,٩	٨٧	٣٠,٣	٢٨٧
الجنابن	٣٢	١٠,٩	٧٧	٣٣,٤	٩٨	٣٣,٤	٨٦	٢٩,٤	٢٩٣
عتاقة	٤	٢,٨	١٨	١٢,٨	٦٧	٤٧,٥	٥٢	٣٦,٩	١٤١
الجملة	١٥٥	١٠,٧	٢٨٠	١٩,٤	٥٦٨	٣٩,٤	٤٣٩	٣٠,٥	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية



شكل (٩) عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠ حسب عينة الدراسة.

ويتضح من الجدول السابق أن :

- معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (٦ - ٣) ساعات هو السائد في محافظة السويس ويمثل المرتبة الأولى في عدد ساعات الاستخدام ليصل إلى ٣٩,٤ % من عينة الدراسة حيث زادت في قسم فيصل وعتاقة وتوسطت في قسم الأربعين وانخفضت عن المتوسط العام في قسم السويس والجنابين.
 - جاءت فئة استخدام (٦ ساعات فأكثر) لتمثل المرتبة الثانية بما يعال ٣٠,٥ % من عينة الدراسة حيث يتركز الاستخدام في قسم عتاقة والسويس وانخفض في أقسام الأربعين وفيصل والجنابين.
- ويتضح مما سبق أن نمط الاستخدام ٣ ساعات فأكثر تمثل ٧٠ % من عينة الدراسة وهو ما يعطي مؤشراً على استحواد شبكات التواصل الاجتماعي على أوقات وتواصل عينة الدراسة.

▪ وأخيراً جاء استخدام الأقل من ساعة لشبكات التواصل الاجتماعي كمعدل استخدام ليمثل ١٠,٧% من عينة الدراسة حيث زادت في قسم السويس وانخفضت في بقية أقسام المحافظة.

والخلاصة أن شبكات التواصل الاجتماعي استحوذت على أوقات كبيرة من عينة الدراسة خصوصاً الفئات الشبابية التي تتمتع بوقت فراغ مرتفع بينما انخفضت إلى حد كبير في الفئات المرتفعة السن.

(٧) وقت الذروة والركود:

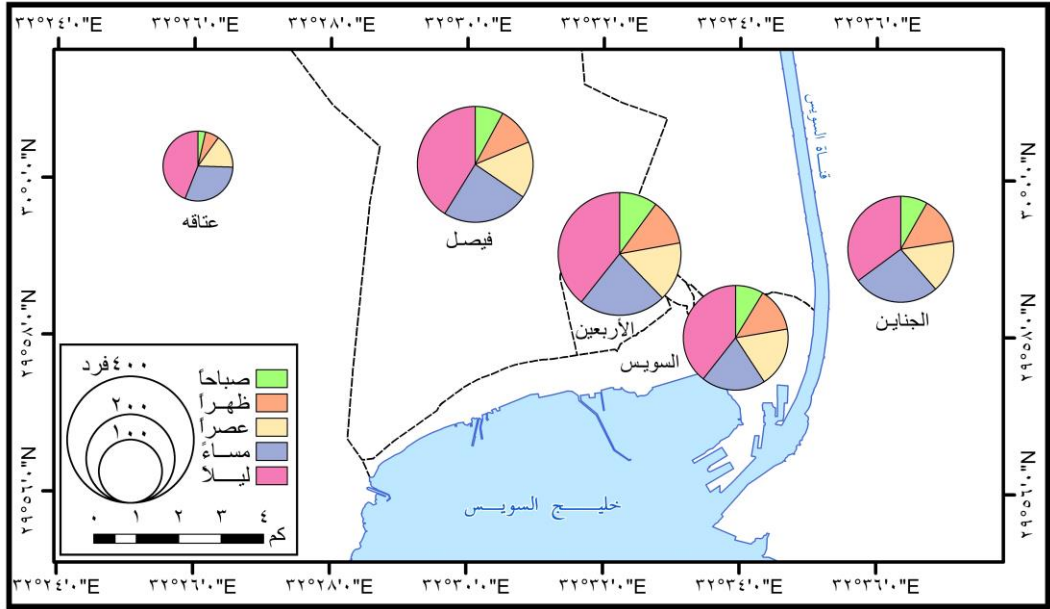
من الموضوعات المهمة في جغرافية الاتصالات معرفة أوقات الذروة والركود لمواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة الدراسة والتي تختلف تبعاً لمعدل الاستخدام من فرد إلى آخر حسب النوع، ونوع العمل ووقت الفراغ، وجودة الاتصال، ويوضح الجدول التالي أوقات الذروة والركود لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٨) أوقات الذروة والركود لمستخدمي شبكات مواقع التواصل الاجتماعي بعينة

الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	صباحاً	%	ظهراً	%	عصراً	%	مساءً	%	ليلاً	%	الجملة
الأربعين	٣٨	١٠,٠	٤٦	١٢,١	٥٩	١٥,٦	٨٧	٢٣	١٤٩	٣٩,٣	٣٧٩
فيصل	٢٧	٧,٩	٣٧	١٠,٨	٥٤	١٥,٨	٨٣	٢٤,٣	١٤١	٤١,٢	٣٤٢
السويس	٢٥	٨,٧	٣٩	١٣,٤	٥٣	١٨,٥	٥٧	١٩,٩	١١٣	٣٩,٤	٢٨٧
الجنابين	٢٤	٨,٢	٤٢	١٤,٣	٤٧	١٦,١	٧٧	٢٦,٢	١٠٣	٣٥,٢	٢٩٣
عتاقة	٥	٣,٥	٩	٦,٣	٢٢	١٥,٦	٤٣	٣,٣	٦٢	٤٠,٤	١٤١
الجملة	١١٩	٨,٣	١٧٣	١٢,٠	٢٣٥	١٦,٣	٣٤٧	٢٤,١	٥٦٨	٣٩,٣	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية



شكل (١٠) أوقات الذروة والركود لمستخدمي شبكات مواقع التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

ويستخلص من الجدول السابق ما يلي:

- يمثل الليل فترة الذروة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس حيث بلغت النسبة ٣٩,٣% من عينة الدراسة بينما يمثل المساء ٢٤,١% من جملة عينة الدراسة والنسبتان تمثلان بما يعادل ثلثي عينة الدراسة ويرجع ذلك بسبب وجود وقت الفراغ لجميع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وعودة المستخدمين من وظائفهم مع زيادة سرعة الانترنت على الأخص في الساعات المتأخرة من الليل حيث يلاحظ تقارب النسب على مستوى أقسام المحافظة وإن زادت في قسمي فيصل وعتاقة عن متوسط المحافظة.
- جاءت فترة العصر لتمثل المرتبة الثالثة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لتمثل ١٦,٣% من جملة عينة الدراسة حيث عودة الموظفين من وظائفهم أيضاً وأن تركزت في قسم السويس بشكل واضح وانخفضت في أقسام المحافظة المختلفة.

- جاءت فترة الظهيرة في المرتبة الرابعة حسب عينة الدراسة لتمثل ١٢% من جملة عينة الدراسة حيث تركزت في قسم السويس والجناين وتوسطت في قسم الأربعين وانخفضت في قسم فيصل ووصلت إلى أدنى مستوياتها في قسم عتاقة قد يكون بسبب طبيعة العمل.
- أخيراً جاءت الفترة الصباحية لتمثل فترة الركود لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لتمثل ٨,٣% من عينة الدراسة وقد يكون بسبب العمل أو النوم في أغلب الأحيان حسب عينة الدراسة حيث تساوت النسب إلى حد كبير في جميع أقسام محافظة السويس باستثناء قسم عتاقة وانخفضت النسب لتصل إلى ٣,٥% من جملة عينة الدراسة.

٨) موسمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

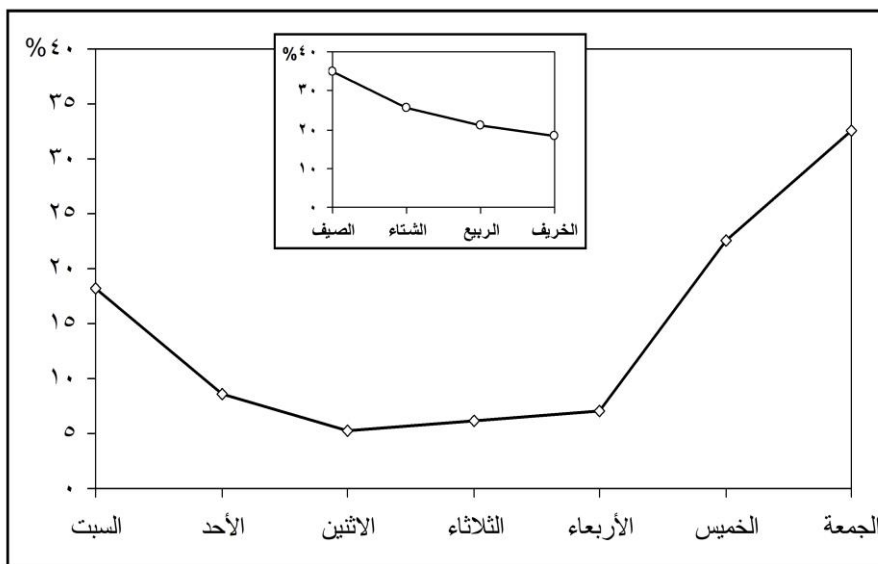
كذلك يختلف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب أيام الأسبوع وموسمية الاتصال بما يظهر في الجدول التالي:

جدول (٩) يوضح الاستخدام اليومي والموسمي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

بعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

اليوم	العدد	%	الفصول	العدد	%
السبت	٢٦٣	١٨,٢	الصيف	٥٠٤	٣٥
الأحد	١٢٤	٨,٦	الشتاء	٣٧١	٢٥,٧
الاثنين	٧٥	٥,٢	الربيع	٣٠٣	٢١,١
الثلاثاء	٨٧	٦,١	الخريف	٢٦٤	١٨,٣
الأربعاء	١,٣	٧,١	الجملة	١٤٤٢	١٠٠
الخميس	٣٢٠	٢٢,٦			
الجمعة	٤٧٠	٣٢,٦			
الجملة	١٤٤٢	١٠٠			

المصدر: الدراسة الميدانية:



شكل (١١) الاستخدام اليومي والموسمي لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

ويتضح من الجدول أن أيام العطلات هي أكثر أيام الأسبوع استخداماً لوسائل التواصل الاجتماعي هي أيام الجمعة والسبت إلى جانب يوم الخميس على أساس أنه يأتي قبل يوم الجمعة مما يؤدي إلى سهر السكان نوعاً ما حيث تمثل نسبة هذه الأيام من عينة الدراسة، ثم بعد ذلك تأتي أيام الأسبوع الأخرى ليتمثل أيام الأحد والأربعاء ثم الثلاثاء والاثنين بمعدل (٨,٦ - ٧,١ - ٦,١ - ٥,٢ %) على الترتيب حيث يؤثر العمل وأوقات النوم إلى حداً ما مبكراً للعاملين والطلبة في أنماط الاستخدام في هذه الأيام.

أما بالنسبة لفصول السنة فيتمثل فصل الصيف أكثر الفصول استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بسبب طول الليل علاوة على الإجازة السنوية للطلبة مما أدى إلى احتلال فصل الصيف المركز الأول بما يعادل ٣٥ % من الجملة ثم يأتي فصل الشتاء ليتمثل المرتبة الثانية بما يمثل ٢٥,٧ % ثم الربيع ليتمثل ٢١ % ثم الخريف ليتمثل ١٨,٣ % من جملة عينة الدراسة.

٩) طريقة الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي:

يختلف نمط الاتصال بشبكات التواصل الاجتماعي حسب نوع الاتصال سواء

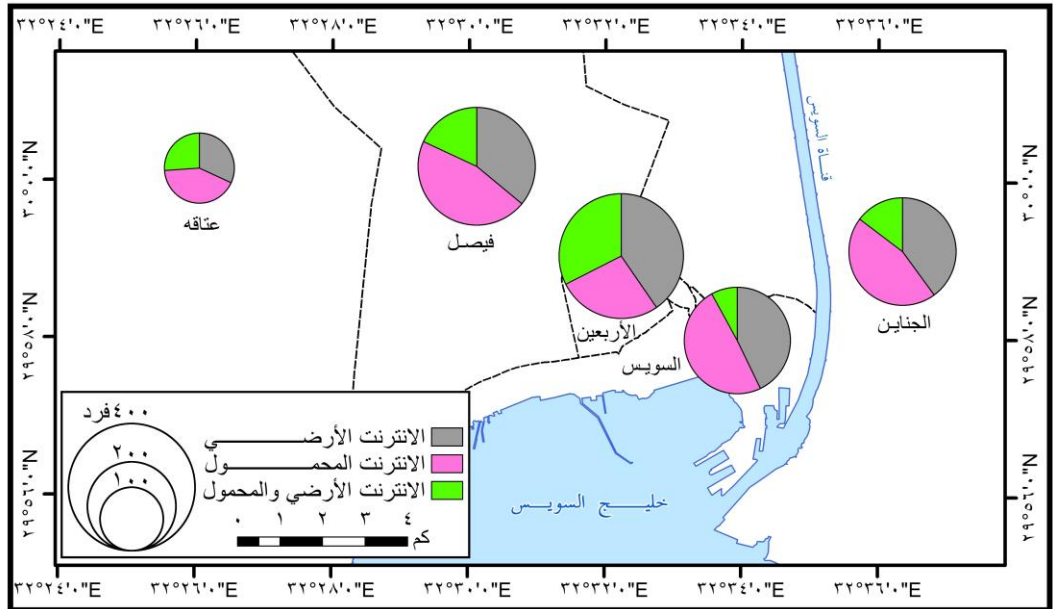
الاتصال الأرضي أم المحمول بما يظهر في الجدول التالي:

جدول (١٠) توزيع عينة الدراسة حسب نمط الاتصال بشبكات التواصل الاجتماعي

بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	الاترنت الأرضي	%	الاترنت المحمول	%	الاترنت الأرضي والمحمول	%	الجملة
الأربعين	١٥٣	٤٠,٣	١٠٣	٢٧,٢	١٢٣	٣٢,٥	٣٧٩
فيصل	١٢٣	٣٦,٠	١٥٧	٤٥,٩	٦٢	٢٨,١	٣٢٤
السويس	١٢٣	٤٢,٨	١٤١	٤٩,٢	٢٣	٨,٠	٢٧٨
الجنائين	١١٧	٣٩,٩	١٣٣	٤٥,٤	٤٣	١٤,٧	٢٩٣
عتاقة	٤٤	٣٣,٣	٥٨	٤١,٣	٣٦	٢٥,٥	١٤١
الجملة	٥٦٣	٣٩,٠	٥٩٢	٤١,١	٢٨٧	١٩,٩	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية والنسب من حساب الباحث.



شكل (١٢) نمط الاتصال بشبكات التواصل الاجتماعي حسب عينة الدراسة بمحافظة

السويس عام ٢٠٢٠.

ويتضح من الجدول السابق أن:

- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الهاتف المحمول يحتل المركز الأول حسب رأي عينة الدراسة ليمثل ٤١,١% من جملة عينة الدراسة حيث ارتفعت في أقسام فيصل والسويس والجنابن وتوسطت في قسم عتاقة وانخفضت إلى أدنى مستوى لها في قسم الأربعين ليمثل ٢٧% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في قسم الأربعين.
- احتل الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الانترنت الأرضي المرتبة الثانية عن طريق الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي ليمثل ٣٩% من عينة الدراسة حيث زادت في قسم الأربعين والسويس وتوسطت في قسم الجنابن وفيصل وانخفضت في قسم عتاقة.
- جاء الاتصال بشبكات التواصل الاجتماعي عن طريق الانترنت الأرضي والمحمول في المرتبة الثانية بما يعادل ١٩,٩ من جملة عينة الدراسة حيث ارتفعت في قسم عتاقة والأربعين وانخفضت في قسم فيصل والسويس والجنابن.

ثالثاً : تصنيف شركات المحمول والأرضى حسب أنماطها

كذلك يرتبط معرفة نمط الاتصالات سواء الأرضية أم المحمولة معرفة نوع الشركات المرتبطة بها وتناولها كالتالي:

أ- شركات الهاتف المحمول:

ويوضح الجدول التالي التوزيع الجغرافي لشركات الاتصال المحمولة المستخدمة لوسائل التواصل الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

جدول (١١) التوزيع الجغرافي لشركات الاتصال المحمولة المستخدمة بوسائل التواصل

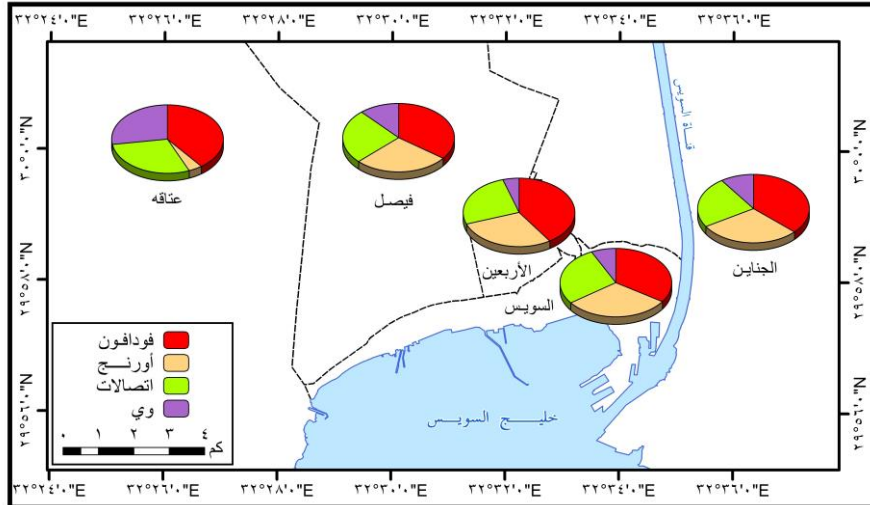
الاجتماعي بعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	فودافون	%	أورنج	%	اتصالات	%	وي	%	الجملة
الأربعين	٨٧	٣٨,٥	٧٣	٣٢,٣	٥٢	٢٣	١٤	٦,٢	٢٢٦
فيصل	٩٣	٣٣,٢	٨٩	٣١,٨	٥٩	٢١,١	٣٩	١٣,٩	٢٨٠
السويس	٥٣	٣٢,٣	٥٧	٣٤,٧	٣٩	٢٣,٨	١٥	٩,٢	١٦٤
الجنابين	٦١	٣٤,٦	٥٩	٣٣,٦	٣٥	١٩,٩	٢١	١١,٩	١٧٦
عتاقة	٢٥	٢٦,٦	٣,	٣١,٩	٢١	٢٢,٣	١٨	١٩,٢	٩٤
الجملة	٣١٩	٣٣,٩	٣٠٨	٣٢,٨	٢٠٦	٢١,٩	١٠٧	١١,٤	٩٤٠

المصدر: الدراسة الميدانية والنسب من حساب الباحث.

يتضح من الجدول ما يلي:

- تأتي شركة فودافون في المرتبة الأولى في استخدام الإنترنت المحمول لشبكات التواصل الاجتماعي في محافظة السويس ، ويرجع ذلك لارتفاع درجات الرضى عن خدمات شركة فودافون بالسويس حيث مثلت ٣٣,٩% من عينة الدراسة حيث تركزت في قسم الأربعين وتوسطت في قسم فيصل والسويس والجنابين وانخفضت في قسم عتاقة إلى حد كبير .



شكل (١٣) توزيع شركات الاتصال المحمولة المستخدمة بوسائل التواصل

الاجتماعي وفقا لعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

- جاءت شركة أورانج موبينيل سابقاً لتحتل المرتبة الثانية في استخدام الانترنت المحمول ليمثل ٣٢,٨% من عينة الدراسة ويرجع ذلك إلى جودة الانترنت في الشبكة بالنسبة لعينة الدراسة وتساوت النسب إلى حد كبير على أقسام المحافظة المختلفة.
 - جاءت شركة الاتصالات لتحتل المرتبة الثالثة في استخدام الانترنت المحمول بما يعادل ٢١,٩% من عينة الدراسة حيث زادت عن المتوسط في قسم الأربعة وعشرون والسويس وانخفضت عن المتوسط العام في قسم الجنين وفيصل.
 - أخيراً جاءت شركة (وي) لتحتل المرتبة الأخيرة في استخدام الانترنت المحمول بما يعادل ١١,٤% من عينة الدراسة حيث تركزت في قسم عتاقة وفيصل وتوسطت في قسم الجنين وانخفضت في قسم الأربعة والسويس.
- ب- شركات الاتصال الأرضي: -

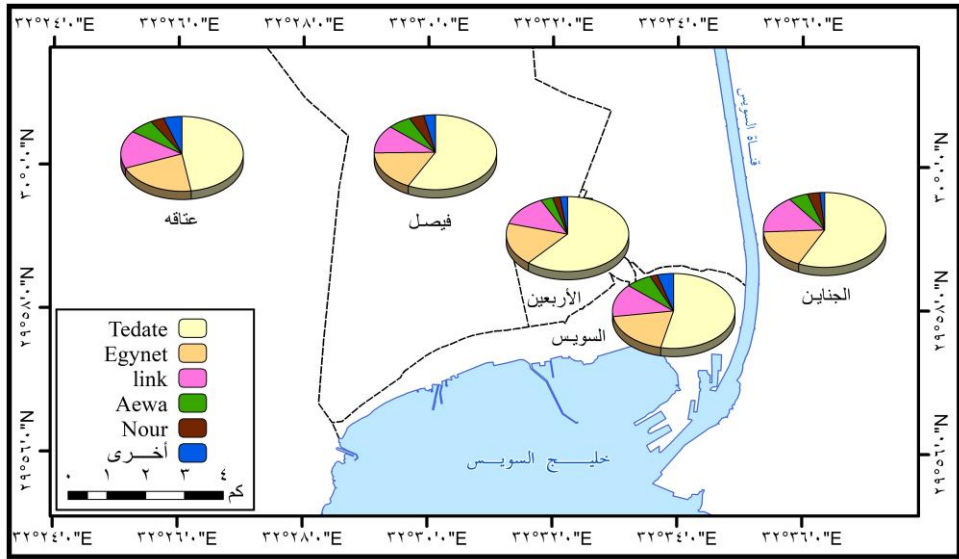
كذلك يختلف الاتصال بوسائل التواصل الاجتماعي عن طريق الشبكة الأرضية حسب الشركة بما يظهر في الجدول الآتي:

جدول (١٢) يوضح التوزيع العددي والنسبي لشركات الانترنت بمحافظة السويس

.٢٠٢٠

القسم	Tedate	%	Egyptnet	%	link	%	Aewa	%	Nour	%	أخرى	%	الجملة
الأربعين	٩٧	٦٣,٤	٢٣	١٥,١	١٩	١٢,٤	٦	٣,٩	٤	٢,٦	٤	٢,٦	١٥٣
فيصل	٧٣	٥٩,٣	١٩	١٥,٤	١٢	٩,٨	٨	٦,٥	٦	٤,٩	٥	٤,١	١٢٣
السويس	٦٧	٥٤,٥	٢٣	١٨,٧	١٤	١١,٤	٩	٧,٣	٣	٢,٤	٧	٥,٧	١٢٣
الجنين	٦٩	٥٩	١٨	١٥,٣	١٦	١٣,٧	٧	٦	٥	٤,٣	٢	١,٧	١١٧
عتاقة	٢٢	٤٦,٧	١١	٢٣,٤	٦	١٢,٧	٣	٦,٤	٢	٤,٣	٣	٦,٤	٤٧
الجملة	٣٢٨	٥٨,٣	٩٤	١٦,٧	٦٧	١١,٩	٣٣	٥,٨	٢٠	٣,٦	٢١	٣,٧	٥٦٣

المصدر: الدراسة الميدانية



شكل (١٤) التوزيع النسبي لشركات الانترنت بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

ويتضح من الجدول ما يلي:

- أكثر الشركات العاملة في مجال الانترنت المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً في محافظ السويس هي شركة Tedate بنسبة ٥٨,٣% من عينة الدراسة ويرجع ذلك إلى قدم العمر الزمني للشركة، وجودة المنتج من الانترنت مع سرعة وكفاءة الخدمة وتلبية رغبات المشتركين حسب رأي عينة الدراسة، ويلاحظ التقارب النسبي على أقسام محافظة السويس حيث ارتفعت في قسم الأربعين وفيصل والجنائين وانخفضت في قسم السويس وعتاقة.
- جاءت شركة Egynet لتمثل المرتبة الثانية بما يعادل ١٦,٧% من جملة عينة الدراسة وإن تركزت في قسم عتاقة وتوسطت في قسم السويس وانخفضت في قسم الأربعين وفيصل والجنائين إلى حد كبير.
- احتلت شركة Link المرتبة الثالثة بما يعادل ١١,٩% من عينة الدراسة في قسم الجنائين والأربعين وعتاقة وانخفضت في قسم السويس وفيصل.
- مثلت شركة Aewa المرتبة الرابعة بما يعادل ٥,٨% من عينة الدراسة، وشركة Nour في المرتبة الخامسة لتمثل ٣,٦% من عينة الدراسة.

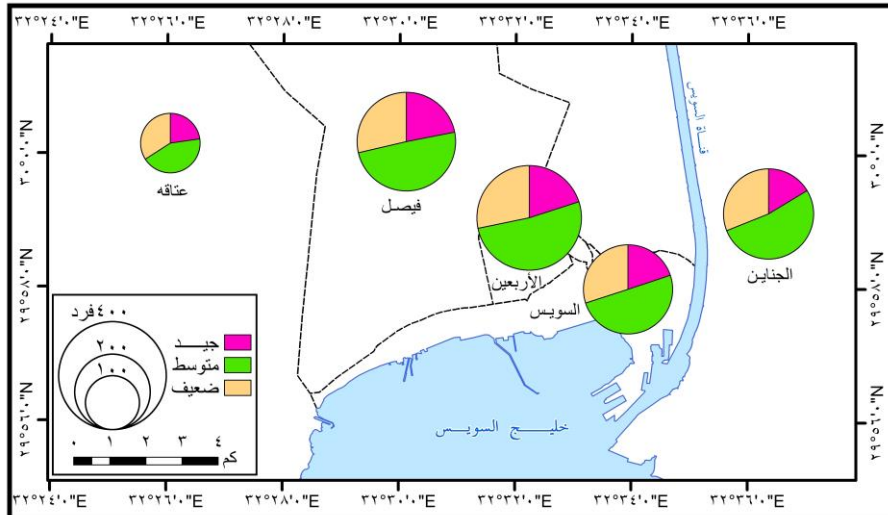
■ جاءت شركات أخرى مثل شركتي Nile online و Yaliamisr كشركات أخرى في سوق الانترنت بمحافظة السويس.

رابعا: درجات الرضا عن شبكات التواصل بمحافظة السويس تعد معرفة مستويات رضا السكان عن شبكات التواصل الاجتماعي من الأدار المهمة في جغرافية الاتصالات وذلك للمشاركة في معرفة مشكلات شبكات التواصل الاجتماعي بما يظهر في الجدول التالي:

جدول (١٣) درجات الرضى عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب رأي عينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	جيد	%	متوسط	%	ضعيف	%	الجملة
الأربعين	٧٦	٢٠,١	١٩٦	٥١,٧	١٠٧	٢٨,٢	٣٧٩
فيصل	٧٥	٢١,٩	١٦٩	٤٩,٤	٩٨	٢٨,٧	٣٤٢
السويس	٥٧	١٩,٨	١٤٤	٥٠,٢	٨٦	٣٠	٢٨٧
الجنابين	٤٨	١٦,٤	١٥٤	٥٢,٦	٩١	٣١,١	٢٩٣
عتاقة	٣٢	٢٢,٧	٦١	٤٣,٣	٤٨	٣٤	١٤١
الجملة	٢٨٨	٢٠,٠	٧٢٤	٥٠,٢	٤٣٠	٢٩,٨	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية.



شكل (١٥) درجات الرضى عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب

رأي عينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

ويتضح من الجدول السابق ما يلي: -

- تباين كفاءة ومستويات الرضا عن شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس حسب رأي عينة الدراسة حيث يظهر الجدول ارتفاع حالات الرضا بدرجة متوسطة عن شبكات التواصل الاجتماعي لتمثل ٥٠,٢ % من عينة الدراسة حيث زادت في قسم الجنائين والأربعين وتوسّطت في قسم السويس وانخفضت في قسم فيصل وعتاقة.
 - جاءت مستويات الرضا الضعيفة لتمثل المرتبة الثانية حسب رأي عينة الدراسة لتمثل ٢٩,٨ % من عينة الدراسة حيث ارتفعت بدرجة كبيرة في قسم عتاقة والجنائين والسويس وانخفضت في قسم الأربعين وفیصل.
 - جاءت درجة الرضا الجيدة عن شبكات التواصل الاجتماعي لتمثل المرتبة الثالثة بما يعادل ٢٠ % من عينة الدراسة، حيث زادت بين أقسام عتاقة وفیصل والأربعين وانخفضت في قسم الجنائين وقسم السويس.
- ويلاحظ مما سبق أن مستويات رضا السكان عن شبكات التواصل الاجتماعي تتباين داخل محافظة السويس مما يستدعي معه المشاركة في علاج مشكلاتها نظراً لأنها أصبحت ضرورة من ضرورات الحياة ولا يمكن الاستغناء عنها.

خامساً: استخدام التحليل العاُملي في دراسة مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك

التحليل الإحصائي هو نوع من أنواع التحليل الذي يستخدم في الدراسة بهدف جمع المعلومات وترتيبها وتحليلها ؛ للوصول إلى النتائج الكمية ، أي أن التحليل الإحصائي ؛ هدفه الوصول إلى نتائج كمية حول ظاهرة ما ، أو مشكلة بحثية ما ، وتعتمد الدراسة في جمع المعلومات التي يريد أن يحللها تحليلاً إحصائياً على طرق مختلفة ، كالاستبيان، والمقابلة الشخصية ، والبيانات المختلفة ، كما أن للتحليل الإحصائي طرق تقليدية ، كالوسط الحسابي، والوسيط، والمنوال ، وطرق أخرى حديثة مثل التحليل العاُملي و مصفوفات الارتباط و التباين الكلي واستخراج مصفوفة المكونات ، وتوجد برامج حديثة

تقوم بالتحليل الإحصائي بشكل أسرع وأدق وأوفر من الطرق التقليدية ومنها برنامج (Spss) بإصداراته المختلفة .

وقد تم استخدام برنامج Spss إصدار ٢٥ لتحليل بيانات الدراسة عن طريق إدخال الخصائص العامة لمنطقة الدراسة ، وتصنيف البيانات وعرضها ، ثم إستخراج النتائج والأشكال البيانية ، وقد اعتمد فى ذلك على أسلوب التحليل العاملى لبيانات محافظة السويس .

والتحليل العاملي هو أسلوب إحصائي يستخدم في دراسة الظواهر بهدف إرجاعها إلى العوامل المؤثرة فيها ، وهو عملية رياضية تستهدف تفسير معاملات الارتباط الموجبة التي لها دلالة إحصائية بين مختلف المتغيرات (باهى ، ٢٠٠٢ ، ص ١٧). وقد نتج عنه الآتى :

تم اختيار ١١ معيار رئيسى (مواقع التواصل الاجتماعي - أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي - استخدامات مواقع التواصل - درجة الاعتماد والصدق - نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل - عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - أوقات الذروة والركود لمستخدمي شبكات مواقع التواصل - نمط الاتصال بشبكات التواصل الاجتماعي - لشركات الاتصال المحمولة المستخدمة بوسائل التواصل الاجتماعي - شركات الانترنت - درجات الرضى عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي)، تشمل ٥٥ متغير . كما يوضحها الجدول رقم (١٤) .

جدول (١٤) العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل

التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

المؤشرات	المعيار	المؤشرات	المعيار
الإعجاب	نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل	الفيس بوك	مواقع التواصل الاجتماعي
المشاركة مع الآخرين		يوتيوب	
التشارك الفعلي في أرض الواقع		واتس أب	
إعادة كتابة ما نشر		تويتر	
التعليق		سناب شات	
أقل من ساعة	عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	انستجرام	
3 : 1 ساعات		المدونات	
من ٣ : ٦		ماي سبيس	
أكثر من ٦ ساعات		مواقع أخرى	
صباحاً	أوقات الذروة والركود لمستخدمي شبكات مواقع التواصل	مهم جداً	
ظهراً		متوسطة الأهمية	
عصراً		غير مهم	
مساءً		اجتماعية	استخدامات مواقع التواصل
ليلاً		ثقافية	
الانترنت الأرضي	نمط الاتصال بشبكات التواصل الاجتماعي	سياسية	
الانترنت المحمول		دينية	
الانترنت الأرضي والمحمول		علمية	
فودافون	لشركات الاتصال المحمولة المستخدمة بوسائل التواصل الاجتماعي	اقتصادية	درجة الاعتماد والصدق
أورنج		تربوية	
اتصالات		بيئية	
وي		رياضية	
Tedate	شركات الانترنت	استخدامات أخرى	
Egyptnet		جيدة	
link		متوسطة	
Aewa		ضعيفة	
Nour			
شركات اتصال أخرى	درجات الرضى عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي		
جيد			
متوسط			
ضعيف			

وقبل الشروع في اجراء التحليل العاملى للبيانات يتم التحقق من صدق وثبات البيانات ، وذلك عن طريق استخدام تحليل الصدق والثبات لبيانات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعى ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م .

ومن خلال برنامج spss25 أمكن استخراج قيمة ألفا كرنباخ الكلية لقياس صدق وثبات الأسئلة التى جاءت فى استمارة الاستبيان ، وبلغ المعامل (٠,٩٧٩) ، وهذا يدل على ارتفاع صدق أسئلة الاستبانة مما يؤكد كفاءة الاستبانة وقدرتها على الإيفاء بما هو مطلوب من نتائج ثابتة وصادقة ؛ ويعزى ذلك أيضاً إلى نوعية مفردات العينة (فرج ، خليل ، ٢٠١٤ ، ص ٧٧).

ومن خلال استخدام برنامج *spss25* أمكن استخراج الآتى :-

أ- الإحصاءات الوصفية (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وعدد أفراد العينة)
يوضح الجدول رقم (١٥) الإحصاءات الوصفية (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وعدد مجتمعات العينة) ، حيث يتضح ما يلى :

-بلغت أعداد مجتمع الدراسة ٥ أقسام ، كما تنوع المتوسط الحسابى للمتغيرات فبلغ أقصاه فى نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل "الاعجاب" (٢,٢٣٢)، وأدناه فى مستخدمى شركة Nour (٤,٠) .

-أما الانحراف المعيارى فبلغ أقصاه فى نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل "الاعجاب" (57.825) ، وأدناه فى مستخدمى شركة Nour (1.581) . كما هو الحال بالنسبة للمتوسط الحسابى.

جدول (١٥) الاحصاءات الوصفية (Descriptive Statistics) لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

Analysis N	عدد الأقسام (Analysis N)	الانحراف المعياري (Deviation .Std)	المتغير	Analysis N	عدد الأقسام (Analysis N)	الانحراف المعياري (Deviation .Std)	المتغير	Analysis N	عدد الأقسام (Analysis N)	الانحراف المعياري (Deviation .Std)	المتغير
5	40.534	112.00	الانترنت الأرضي	5	21.753	76.20	جيدة	5	43.792	201.80	الفيس بوك
5	39.049	118.40	الانترنت المحمول	5	30.335	120.80	متوسطة	5	42.722	188.20	يوتيوب
5	39.285	57.40	الانترنت الأرضي والمحمول	5	47.993	91.40	ضعيفة	5	34.694	145.20	واتس آب
5	27.481	63.80	فودافون	5	57.825	232.20	الإعجاب	5	6.066	106.40	تويتر
5	32.391	56.20	أورنج	5	43.757	200.20	المشاركة مع الآخرين	5	9.039	88.80	سناپ شات
5	14.873	41.20	اتصالات	5	8.620	74.60	التشارك الفعلي في أرض الواقع	5	14.184	82.20	انوسترجرام
5	10.213	21.40	وي	5	11.247	69.00	إعادة كتابة ما نشر	5	9.236	84.60	المدونات
5	27.181	65.60	Tedate	5	23.933	54.40	التعليق	5	9.094	50.20	ماي سبيس
5	4.919	18.80	Egynet	5	17.059	31.00	أقل من ساعة	5	9.834	28.20	مواقع أخرى
5	4.879	13.40	link	5	24.166	56.00	3 : 1ساعات	5	13.755	41.80	مهم جداً
5	2.302	6.60	Aewa	5	36.315	113.60	من ٣ : ٦ ساعات	5	10.826	39.20	متوسطة الأهمية
5	1.581	4.00	Nour	5	22.764	87.80	من ٦ ساعات	5	10.124	34.00	غير مهم
5	1.924	4.20	شركات اتصال أخرى	5	11.904	23.80	صباحاً	5	9.628	29.20	اجتماعية
5	18.636	57.60	جيد	5	14.707	34.60	ظهراً	5	8.983	21.80	ثقافية
5	50.781	144.80	متوسط	5	14.612	47.00	عصراً	5	9.149	27.80	سياسية
5	22.661	86.00	ضعيف	5	18.730	69.40	مساءً	5	6.124	18.00	دينية
				5	34.566	113.60	ليلاً	5	7.294	16.80	علمية
								5	8.701	38.20	اقتصادية
								5	9.450	21.60	تربوية
								5	52.538	146.80	بيئية
								5	31.313	103.00	رياضية
								5	22.656	38.60	استخدامات أخرى

ب- مصفوفة معاملات الارتباطات البينية Correlation Matrixa

يوضح الجدول (١٦) مصفوفة معاملات الارتباطات البينية لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م . والتي هي تعد الحل الأولي للعلاقات بين المتغيرات الداخلة في التحليل العاملي (أمين ، ٢٠٠٨ ، ص ٦٢) .

- بلغت أعداد معاملات الارتباط بين العناصر المختلفة ١٤٨٥ معامل ارتباط . جاءت ٧٤٧ علاقة طردية بنسبة ٥٠,٣ % من جملة معاملات الارتباط ، و ٧٣٨ علاقة ارتباطية عكسية بنسبة ٤٩,٧ % .

- تباينت قيم الارتباط بين المتغيرات ، حيث مثلت معاملات الارتباط التي تقل عن (+٠,٥٠) نحو ٣٣٨ معامل ارتباط بنسبة ٢٢,٧٦ % من جملة معاملات الارتباط ، وهى نسبة أقل من النصف ، وهذا يدل على تحقق أهم شروط التحليل العاملي ، المتمثلة فى زيادة عدد الارتباطات بين المتغيرات الذي يجب أن يكون قويا بالموجب .

- تحقق الارتباط الطردى التام فى علاقتين بنسبة ٠,١٣ % من جملة معاملات الارتباط ، بينما جاء الارتباط الطردى القوى جدا فى ٢٣٥ علاقة بنسبة ١٥,٨٢ % ، والارتباط الطردى القوى فى ١٧٢ علاقة بنسبة ١١,٥٨ % ، والارتباط الطردى الضعيف فى ٢٧١ علاقة بنسبة ١٨,٢٥ % ، والارتباط الطردى الضعيف جدًا فى ٦٧ علاقة بنسبة ٤,٥١ % من جملة معاملات الارتباط .

- بينما تحقق الارتباط العكسى التام فى علاقة ارتباطية واحدة بنسبة ٠,٠٧ % ، والارتباط العكسى القوى جدًا فى ٢٥٤ علاقة ارتباطية بنسبة ١٧,١ % ، والارتباط العكسى القوى فى ١٤٦ علاقة بنسبة ٩,٨٣ % ، والعكسى الضعيف ٢٧٥ علاقة بنسبة ١٨,٥٢ % ، وأخيرًا الارتباط العكسى الضعيف جدًا فى ٦٢ علاقة ارتباطية بنسبة ٤,١٨ % من جملة معاملات الارتباط .

ج- القيم المميزة لمصفوفة الارتباط (Total variance explained):

يوضح الجدول (١٧) القيم المميزة لمصفوفة الارتباط

جدول (١٧) القيم المميزة لمصفوفة الارتباط Total Variance Explained

لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

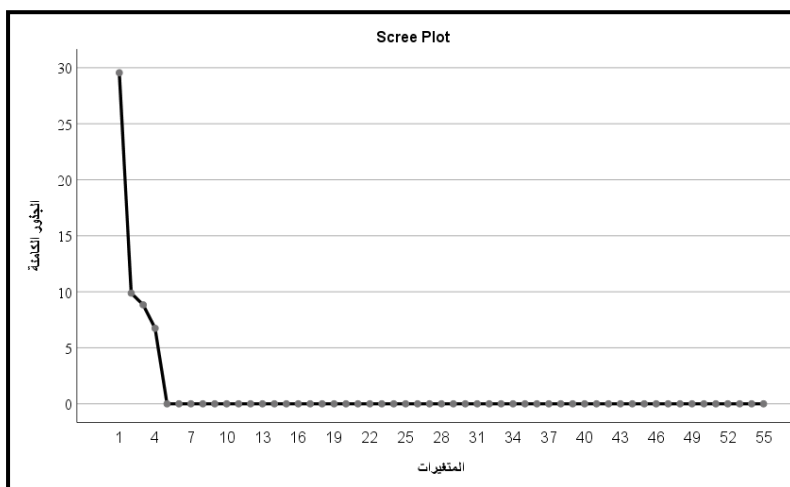
مجموع مربعات التبعيات المستخلصة بعد التدوير Rotation Sums of Squared Loadings			مجموع مربعات التبعيات المستخلصة Extraction Sums of Squared Loadings			القيم الذاتية الأولية Initial Eigenvalues			المتغير (Component)
التراكمي Cumulative %	نسبة التباين % of Variance	المجموع Total	التراكمي Cumulative %	نسبة التباين % of Variance	المجموع Total	التراكمي Cumulative %	نسبة التباين % of Variance	المجموع Total	
٤٠,٥٣٢	٤٠,٥٣٢	٢٢,٢٩٢	٥٣,٧٣٠	٥٣,٧٣٠	٢٩,٥٥٢	٥٣,٧٣٠	٥٣,٧٣٠	٢٩,٥٥٢	١
٦٧,٦٠٢	٢٧,٠٧١	١٤,٨٨٩	٧١,٦٨٦	١٧,٩٥٥	٩,٨٧٦	٧١,٦٨٦	١٧,٩٥٥	٩,٨٧٦	٢
٨٤,٧٩٤	١٧,١٩١	٩,٤٥٥	٨٧,٧٤٥	١٦,٠٥٩	٨,٨٣٣	٨٧,٧٤٥	١٦,٠٥٩	٨,٨٣٣	٣
١٠٠,٠٠٠	١٥,٢٠٦	٨,٣٦٤	١٠٠,٠٠٠	١٢,٢٥٥	٦,٧٤٠	١٠٠,٠٠٠	١٢,٢٥٥	٦,٧٤٠	٤
							١,١٨١E-١٤	٦,٤٩٧E-٥	٥
							٧,٣١٠E-١٥	٤,٠٢١E-٦	٦
							٢,٤٥٧E-١٥	١,٣٥١E-٧	٧
							١,٩٩٩E-١٥	١,٠٩٤E-٨	٨
							١,٥٧٢E-١٥	٨,٦٤٦E-٩	٩
							١,٤٥٧E-١٥	٨,٠١٤E-١٠	١٠
							١,٣٣١E-١٥	٧,٣٢١E-١١	١١
							١,٢٥٥E-١٥	٦,٩٠٤E-١٢	١٢
							١,٢٠٩E-١٥	٦,٦٥١E-١٣	١٣
							١,٠٠٠E-١٥	٥,٨٨٢E-١٤	١٤
							١,٠٠٠E-١٥	٥,٥١٥E-١٥	١٥
							٨,٨٥٦E-١٦	٤,٨٧١E-١٦	١٦
							٨,٣٥٥E-١٦	٤,٥٩٥E-١٧	١٧
							٧,٩٣٢E-١٦	٤,٣٣٢E-١٨	١٨
							٧,٢٩٦E-١٦	٤,٠١٣E-١٩	١٩
							٦,١٠٩E-١٦	٣,٣٦٠E-٢٠	٢٠
							٥,٨٥٩E-١٦	٣,٢٢٣E-٢١	٢١
							٥,٣٥١E-١٦	٢,٩٤٣E-٢٢	٢٢
							٤,٥١٦E-١٦	٢,٤٨٤E-٢٣	٢٣
							٤,١٤٣E-١٦	٢,٢٧٩E-٢٤	٢٤
							٣,٦٢٤E-١٦	١,٩٩٣E-٢٥	٢٥
							٣,١١٨E-١٦	١,٧١٥E-٢٦	٢٦
							٢,١٨٧E-١٦	١,٢٠٣E-٢٧	٢٧
							١,٤١٠E-١٦	٧,٧٥٧E-٢٨	٢٨
							٩,٢٠٠E-١٧	٥,٠٦٠E-٢٩	٢٩
							٢,٢١٨E-١٧	١,٢٢٠E-٣٠	٣٠
							٤,٠٥٧E-١٧	٢,٢٣١E-٣١	٣١
							٧,١٠٥E-١٧	٢,٩٠٨E-٣٢	٣٢
							١,٠٨٤E-١٦	٥,٩٦٢E-٣٣	٣٣
							١,٥٩٨E-١٦	٨,٧٨٨E-٣٤	٣٤
							٢,٠٦٧E-١٦	١,١٣٧E-٣٥	٣٥
							٢,٤٤٢E-١٦	١,٥٠٨E-٣٦	٣٦
							٣,٢٤٢E-١٦	١,٧٨٣E-٣٧	٣٧
							٤,٥٣٤E-١٦	٢,٤٩٤E-٣٨	٣٨
							٤,٨٧٨E-١٦	٢,٦٨٣E-٣٩	٣٩
							٥,٥٧٢E-١٦	٣,٠٦٤E-٤٠	٤٠
							٦,٠٩٤E-١٦	٣,٣٥٢E-٤١	٤١
							٦,٥٧٠E-١٦	٣,٦١٤E-٤٢	٤٢
							٨,٣٣٤E-١٦	٤,٥٨٦E-٤٣	٤٣
							٩,٣٨٩E-١٦	٥,١٦٠E-٤٤	٤٤
							٩,٧٣٨E-١٦	٥,٣٥٦E-٤٥	٤٥
							١,٠٢٧E-١٥	٥,٦٤٨E-٤٦	٤٦
							١,١٥٥E-١٥	٦,٣٥٣E-٤٧	٤٧
							١,١٩٠E-١٥	٦,٥٦٦E-٤٨	٤٨
							١,٢٨١E-١٥	٧,٠٤٨E-٤٩	٤٩
							١,٣٧٣E-١٥	٧,٥٥٤E-٥٠	٥٠
							١,٥٢٦E-١٥	٨,٣٩٥E-٥١	٥١
							٢,٥٠٥E-١٥	١,٣٣٧٨E-٥٢	٥٢
							٤,٥٧٥E-١٥	٢,٥١٦E-٥٣	٥٣
							٥,٩٢٢E-١٥	٣,٢٥٧E-٥٤	٥٤
							٩,٩٧٥E-١٥	٥,٤٨٦E-٥٥	٥٥

Extraction Method: Principal Component Analysis

تبين من دراسة الجدول (١٧) الآتى :

- تم اختزال الجدول في أربعة محاور فقط .
- يضم المحور الأول ٢٢ متغير بحجم معلومات قدره ٤٠,٥٣٢ % ، وتم التضحية بما يعادل ٥٩,٤٧ % من جملة المعلومات .
- ويضم المحور الثاني ١٥ متغير بحجم معلومات قدره ٢٧,٠٧١ % ، إجمالاً اختزلاً ما قيمته ٦٧,٦٠٢ % من جملة المعلومات ، وتم التضحية بما يعادل ٣٢,٤٠ % من جملة المعلومات .
- بينما ضم المحور الثالث ٩ متغيرات بحجم معلومات قدره ١٧,١٩١ % ، إجمالاً اختزل المحاور الثلاثة ما قيمته ٨٤,٧٩٤ % من جملة المعلومات ، وتم التضحية بما يعادل ١٥,٢١ % من جملة المعلومات .
- أما المحور الرابع فيضم ٨ متغيرات بحجم معلومات قدره ١٥,٢١ % ، وبذلك تشكل المحاور الأربعة ١٠٠ % من جملة معلومات الدراسة .

ويوضح الشكل (١٦) القيم المميزة لمصفوفة الارتباط لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م



المصدر : من إعداد الباحث باستخدام الحاسب الآلى برنامج (SPSS25).

شكل (١٦) القيم المميزة لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعى ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

ويتضح من الشكل أن أربعة متغيرات جذرها الكامن أكبر من الواحد الصحيح ، حيث تظهر المتغيرات الأربعة فى الجزء شديد الانحدار من المنحنى قبل أن يبدأ المنحنى فى الاعتدال ويسير فى خط مستقيم من المتغير الخامس حتى المتغير ٥٥ ، وباستخدام المعيار المستمد من الشكل السابق يتبين أنه يجب تدوير أربعة عوامل .

د- مصفوفة العناصر الرئيسية قبل وبعد التدوير :

يوضح الجدول (١٨) مصفوفة العناصر الرئيسية لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعى ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م قبل وبعد التدوير .

جدول (١٨) مصفوفة العناصر الرئيسية لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس قبل وبعد التدوير.

المتغيرات بعد التدوير ³ Rotated Component Matrix					المتغيرات قبل التدوير ³ Component Matrix				
المكون (Component)				المتغير	المكون (Component)				المتغير
٤	٣	٢	١		٤	٣	٢	١	
			٠,٩٨٧	رياضية				٠,٩٩٧	أكثر من ٦ ساعات
			٠,٩٦٧	ضعيف				٠,٩٩٢٢	أوراج
			٠,٩٥١	سلب شات				٠,٩٧٩	تويتر
			٠,٩٢٢٠	علمية				٠,٩٧٩	ثقافية
			٠,٩١٨٠	يوتيوب				٠,٩٧٧	متوسطة
			٠,٨٩٩	مساة				٠,٩٧١٠	يوتيوب
		٠,٤٤٩	٠,٨٩١	تويتر				٠,٩٦٥٠	متوسط
		٠,٤٠٤	٠,٨٨٩٠	صباحاً				٠,٩٦٤	إعادة كتابة ما نشر
			٠,٨٨١٠	الإعجاب				٠,٩٦٤٠	الإعجاب
		٠,٤١٣	٠,٨٧٤	وي				٠,٩٦١	التصالات
		٠,٤٩٩	٠,٨٥٨٠	أوراج				٠,٩٤٠	التشارك الفعلي في أرض الواقع
٠,٥٠٦			٠,٨٤٠	التعليق				٠,٩٣١٠	صباحاً
		٠,٥٢٧	٠,٨٣٩	أكثر من ٦ ساعات				٠,٩٢٧٠	ظهراً
		٠,٤١٢	٠,٧٨١٠	Tedate				٠,٩٢٠٠	المشاركة مع الآخرين
	٠,٤٦٩		٠,٧٦٨٠	أقل من ساعة				٠,٩١٩	Egyptnet
٠,٤٦٩		٠,٥٧٢٠	٠,٧٦٥	المدونات				٠,٩١٧	وي
		٠,٤٣٥	٠,٧٥٧٠	المشاركة مع الآخرين				٠,٩١٢٠	استخدامات أخرى
		٠,٥٠٢	٠,٧٥٤	Egyptnet				٠,٨٦٨٠	Tedate
		٠,٥٠٦	٠,٧٥٣٠	بيئية		٠,٤٢٥٠		٠,٨٥٦	رياضية
٠,٤٨٠	٠,٤٥٣٠		٠,٧٢٢٠	الفيس بوك	٠,٤٨٩٠			٠,٨٥٤	ضعيفة
٠,٦٠٧			٠,٧٢١	سياسية		٠,٤٤٤		٠,٨٤٩٠	علمية
		٠,٦٣٧	٠,٧٢٠	متوسطة		٠,٥٠١٠		٠,٨٣٧	ضعيف
		٠,٦٩٩	٠,٧٠٤	ثقافية				٠,٨٢٥٠	أقل من ساعة
		٠,٥١٢	٠,٦٩٦٠	الانترنت الأرضي	٠,٤٦٤			٠,٨١٧٠	الانترنت الأرضي
٠,٤٨٥		٠,٦٢٧	٠,٦٩٦	التصالات			٠,٤٩٩٠	٠,٧٩٨	ماي سبيس
		٠,٩٨٤		جيد			٠,٤٧٤	٠,٧٩٤	ليلاً
		٠,٩٦٠		١ : ٣ ساعات			٠,٥٩١	٠,٧٨٣٠	الفيس بوك
		٠,٩٤٦		ليلاً	٠,٦٥٥٠			٠,٧٥٦	مساة
		٠,٨٩٠		تربوية	٠,٤٥٤٠			٠,٧٤٣	سلب شات
٠,٤٤٧٠		٠,٨٢١		من ٣ : ٦ ساعات		٠,٥٠٧٠	٠,٤٣٥٠	٠,٧٤٠	التعليق
	٠,٤٦٦٠	٠,٧٦٦		شركات الاتصال أخرى	٠,٤٠٥٠	٠,٤٥٥٠		٠,٧٣٧٠	٣ : ٦ ساعات
		٠,٧٥٥	٠,٥٩١	التشارك الفعلي في أرض الواقع		٠,٦٠٦		٠,٧٠٩	من ٦ : ٦ ساعات
		٠,٧٣٥٠	٠,٦٣٥٠	ظهراً	٠,٥٩٧			٠,٧٠٦	شركات الاتصال أخرى
		٠,٧٠٦	٠,٦٨٣	إعادة كتابة ما نشر		٠,٤٢٧٠	٠,٥٩٢٠	٠,٦٨٤	سياسية
		٠,٧٠٥	٠,٧٠١٠	متوسط		٠,٥١٠	٠,٥١٥	٠,٦٦٣	متوسطة الأهمية
٠,٥٨٩٠		٠,٦٨٢	٠,٤٢١	متوسطة الأهمية		٠,٦١٩		٠,٦٥٣	جيد
		٠,٦٧١	٠,٦٦٠٠	استخدامات أخرى			٠,٦٣٢	٠,٦٥١	المدونات
٠,٥٢٤٠		٠,٦٢٧	٠,٥٥٨٠	ضعيفة	٠,٥٤٧٠			٠,٦٥١٠	مهم جداً
		٠,٦١٠	٠,٦٠٢	link				٠,٩٥١٠	والتس أب
٠,٥٤٩		٠,٥٥٢	٠,٥٠٠	ماي سبيس			٠,٤٧٣٠	٠,٨٨٠	الانترنت المحمول
		٠,٩٧٠٠		Aewa			٠,٤٢٣٠	٠,٨٥٦	Aewa
		٠,٩٦٦٠		الانترنت المحمول			٠,٨٢٧٠	٠,٤٢٨	فودافون
		٠,٩٢٩		الانترنت الأرضي والمحمول	٠,٥١٣		٠,٧٧٩	٠,٤٢٨	الوسترجرام
		٠,٩١٢		فودافون		٠,٦٦٨	٠,٦٩٣	٠,٧٧٩	دينية
		٠,٨٠٤		والتس أب		٠,٥٨٤	٠,٦٩٠	٠,٤٩٧٠	الانترنت الأرضي والمحمول
		٠,٨٠١٠	٠,٥٩٢	الوسترجرام		٠,٤٨٥٠	٠,٦٣٥	٠,٤٩٧٠	اقتصادية
		٠,٧٢١	٠,٦٦٦٠	مواقع أخرى	٠,٥٣٤		٠,٥٨٤٠	٠,٦٠٢٠	غير مهم
٠,٦٠٢		٠,٧٢٠٠		عصراً		٠,٨٣٦		٠,٥٣٢٠	اجتماعية
٠,٤٥٤٠		٠,٧٠٤	٠,٥٣٣	اجتماعية		٠,٧٣٣	٠,٥٣٢٠	٠,٤٠٦٠	مواقع أخرى
		٠,٦٨٤٠	٠,٦٣٣٠	اقتصادية	٠,٦٢٤	٠,٦٩٧		٠,٤٠٦٠	تربوية
٠,٩٨٤				غير مهم	٠,٥٨٢	٠,٦٩٥		٠,٤٠٦٠	بيئية
٠,٨٨٩			٠,٤٣٨	Nour	٠,٤٢٥٠	٠,٦٣٨٠		٠,٦٠٨٠	link
٠,٨٦٦٠				دينية	٠,٧٤٨٠	٠,٥٦٦		٠,٥٦٦	Nour
٠,٨٢٠			٠,٤٤٢٠	مهم جداً	٠,٧٤٥	٠,٥٣١٠		٠,٥٦٦	عصراً
٠,٧٢٢		٠,٥٣٥		جيدة	٠,٧٢٥			٠,٦١٣	جيدة

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

يوضح الجدول مصفوفة المكونات (العوامل) قبل التدوير حيث يتبين معامل الارتباط البسيط بين العامل والمتغير للعوامل التي تم استخلاصها قبل التدوير مرتبة لكل عامل من العوامل الأربعة المستخلصة ، كما توجد مربعات فارغة وذلك نسبة لاختيار الارتباطات التي تزيد عن ٠,٥ فقط من البرنامج (Spss25) .

كما يضم الجدول مصفوفة المكونات (العوامل) بعد التدوير أى أنه يضم نفس البيانات قبل التدوير ولكن يعرض التشعبات الخاصة بكل متغير على كل عامل من العوامل المستخلصة بعد التدوير ، والغرض من التدوير هنا الوصول إلى وضع جديد للعوامل يسهل تفسيرها .

هذا وقد تم استخلاص أربعة عوامل يمكن تسميتها كالاتي :-

العامل الأول : ويضم ٣٧ متغير ، وتضم معايير (أنماط مواقع التواصل الاجتماعي - نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل - شركات الاتصال المحمولة المستخدمة بوسائل التواصل الاجتماعي - شركات الانترنت) .

العامل الثاني : ويضم ٣٣ متغير ، وتضم معايير (عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - درجة الاعتماد والصدق - شركات الانترنت)

العامل الثالث : ويضم ١٤ متغير ، وتضم معايير (مواقع التواصل الاجتماعي - نمط الاتصال بشبكات التواصل الاجتماعي - شركات الانترنت)

العامل الرابع : ويضم ١٦ متغير ، وتضم معايير (أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي - درجة الاعتماد والصدق - استخدامات مواقع التواصل) .

ويمكن القول أن أنماط مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى من حيث التأثير على متغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعي ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م ، بينما جاء نمط التفاعل على شبكات مواقع التواصل في المرتبة الثانية ، و شركات الاتصال المحمولة المستخدمة بوسائل التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة و

شركات الانترنت العاملة في محافظة السويس في المرتبة الرابعة ، وجاءت درجات الرضى عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأخيرة ، بينما تباينت درجة أهمية باقى المعايير وفقاً لنتائج الدراسة .

هـ- مقدار وقوة العلاقة ما بين العوامل قبل التدوير وبعده .

يوضح الجدول التالى (١٩) مقدار وقوة العلاقة ما بين العوامل قبل التدوير

وبعده .

يتبين من الجدول:

- توجد علاقة طردية قوية بين المكون الأول والمكون الثانى (٠,٥٦٤) ، بينما توجد علاقة عكسية قوية جداً بين المكون الثانى والمكون الثالث (-٠,٨٣٧).
- توجد علاقة طردية قوية بين المكون الثانى والمكون الثالث (٠,٦٠٨) ، واختلفت العلاقة الارتباطية بين المكونات الباقية ما بين طردية ضعيفة وضعيفة جداً ، وعكسية ضعيفة وضعيفة جداً .

جدول (١٩) مقدار وقوة العلاقة ما بين لمتغيرات العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على مستويات التغطية المكانية لوسائل التواصل الاجتماعى ودراسة المستهلك بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م قبل وبعد التدوير .

Component Transformation Matrix

المكون Component	1	2	3	4
1	٠,٨١٧	٠,٥٦٤	٠,٠٥٨	٠,١٠١
2	-٠,٠٠٧	٠,١٨٩	-٠,٨٣٧	-٠,٥١٣
3	-٠,٣٨٨	٠,٦٠٨	٠,٤٥٩	-٠,٥١٩
4	-٠,٤٢٦	٠,٥٢٦	-٠,٢٩٢	٠,٦٧٦

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

سادساً : خصائص عينة الدراسة

ونشير فيها التركيب العمري والنوعي والتعليمي والمهنة والدخل ونتناولها كالتالي: -

٢- التركيب النوعي :

يقصد به التقسيم إلى ذكور وإناث بما يظهر الجدول التالي رقم (٢٠).

جدول (٢٠) التركيب النوعي لعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	ذكور	إناث	جملة	نسبة النوع
الأربعين	١٩٩	١٨٠	٣٧٩	١١١
فيصل	١٨٥	١٥٧	٣٤٢	١١٨
السويس	١٣٣	١٥٤	٢٨٧	٨٦
الجنابن	١٥٧	١٣٦	٣٢٩٣	١١٥
عتاقة	٦٣	٧٨	١٤١	٨١
الجملة	٧٣٧	٧٠٥	١٤٤٢	١٠٤

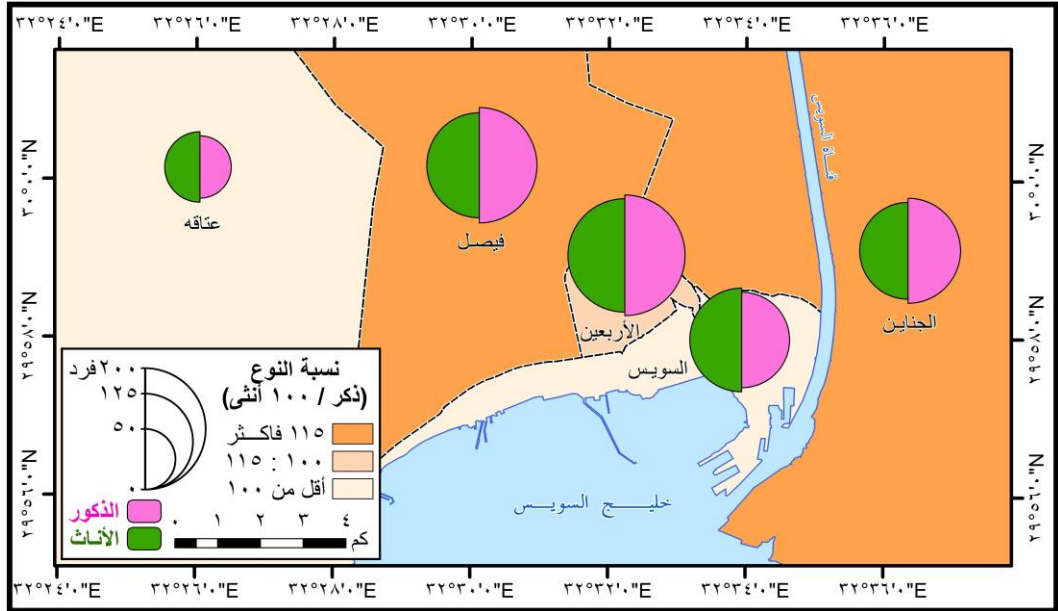
المصدر: الدراسة الميدانية.

نسبة النوع = عدد الذكور على عدد الإناث $\times 100$

ويلاحظ من الجدول السابق:

أن نسبة الذكور عموماً تزيد عن نسبة الإناث حيث تصل النوع (١٠٤) وربما يرجع ذلك إلى شيوع النشاط التجاري لوجود موانئ محافظة السويس مما أدى إلى استقطاب الذكور عموماً. ويلاحظ تباين نسبة النوع من قسم إلى آخر فبينما ارتفعت في أقسام الأربعين وفيصل والجنابن وانخفضت في قسم السويس وعتاقة ويمكن تقسيم المحافظة حسب النوع إلى:

- أقسام تزداد فيها نسبة النوع وتشمل أقسام الأربعين وفصيل والجنابن.
- أقسام تقل فيها نسبة النوع وتشمل أقسام السويس وعتاقة.



شكل (١٧) التركيب النوعي لعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

٣- التركيب العمري:

هو من الدراسات المهمة في جغرافية الاتصالات بما يظهر في الجدول التالي:

جدول (٢١) التركيب العمري على أقسام محافظة السويس حسب رأي عينة الدراسة عام

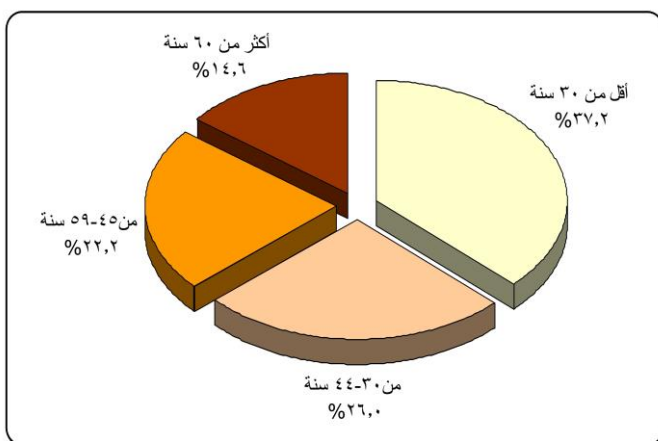
٢٠٢٠.

القسم	أقل من ٣٠	٣٠-٤٤	٤٥-٥٩	%	أكثر من ٦٠	%	الجملة
الأربعين	١٣٧	٩٧	٧٦	٢٥,٦	٦٩	٢٠,١	٣٧٩
فيصل	١٤١	٨٣	٨٨	٢٤,٣	٣٠	٢٥,٧	٣٤٢
السويس	١١٣	٧٤	٥٨	٢٥,٨	٤٢	٢٠,٢	٢٨٧
الجنابين	١٠٣	٨٢	٦٣	٢٧,٩	٤٥	٢١,٥	٢٩٣
عتاقة	٤٣	٣٩	٣٥	٢٧,٧	٢٤	٢٤,٨	١٤١
الجملة	٥٣٧	٣٧٥	٣٢٠	٢٦,٠	٢١٠	٢٢,٢	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية.

ويتضح من الجدول والشكل انتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لجمع فئات السن حسب عينة الدراسة بأقسام محافظة السويس، حيث يلاحظ تأثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالتركيب العمري حيث ترتفع بين الفئات الشابة وهو ما يظهر من تتبع أرقام الجدول السابق حيث استوعبت الفئة العمرية أقل من ٣٠ سنة بما يعادل ٣٧,٢% من عينة الدراسة تليها الفئة من ٣٠-٤٤ سنة لتمثل ٢٦% من عينة الدراسة والفئتان تمثلان حوالي ثلثي عينة الدراسة، وهو أمر طبيعي في هاتين الفئتين حيث تضمنا فئات الطلاب وأصحاب المهن الحرة، ثم جاءت الفئة من ٤٥-٦٠ لتمثل المرتبة الثالثة بما يعادل ٢٢,٢% من عينة الدراسة حيث يلاحظ ارتفاع هذه الفئة في قسم الأربعين و فيصل وتوسطها في قسم الجنابين والسويس وانخفاضها في قسم عتاقة.

وأخيراً جاءت الفئة أكثر من ٦٠ لتمثل ١٤,٦% من عينة الدراسة وهذا أمر طبيعي لأن هذه الفئة تضم في جنباتها أصحاب المعاش الذين يقضون جزء كبير من أوقاتهم في المنازل ومن الملاحظ تشابه النسب إلى حد كبير في أقسام المحافظة المختلفة.



شكل (١٨) التركيب العمري لعينة الدراسة بأقسام محافظة السويس حسب رأي عينة الدراسة

٤- الحالة التعليمية:

يعد التعليم من الأسس المهمة التي تؤثر في مستويات استخدام التواصل الاجتماعي بما يظهر في الجدول التالي:

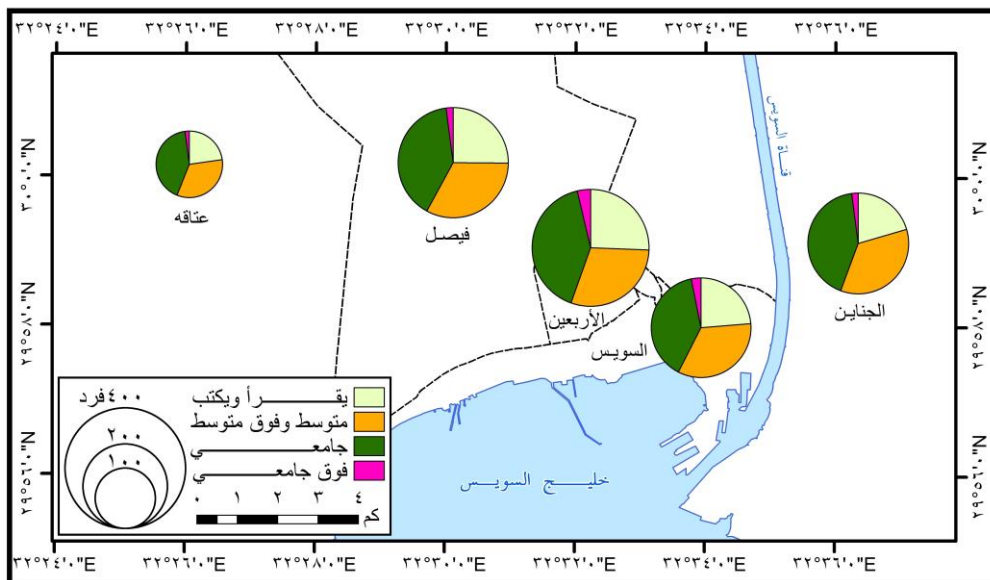
جدول (٢٢) الحالة التعليمية لعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	يقرأ ويكتب %	متوسط وفوق متوسط %	جامعي %	فوق جامعي %	الجملة
الأربعين	٩٧	١١٣	٢٩,٨	٤٠,٩	٣٧٩
فيصل	٨٦	١١٢	٣٢,٧	٤٠,٣	٣٤٢
السويس	٦٨	٩٧	٣٣,٨	٣٩,٤	٢٨٧
الجنابين	٦٠	١٠٣	٣٥,٢	٤٢,٣	٢٩٣
عتاقة	٣٢	٤٧	٣٣,٤	٤١,٨	١٤١
الجملة	٣٤٣	٤٧٢	٣٢,٧	٤٠,٨	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية.

- ويتضح من الجدول السابق شيوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لجميع فئات المجتمع تبعاً للحالة التعليمية ويمكن تسجيل الملاحظات الآتية:
- تصدر الحاصلون على المؤهلات العليا استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس بنسبة تصل إلى ٤٠,٨% من جملة عينة الدراسة حيث ارتفعت في جميع أقسام محافظة السويس وتساوت إلى حد كبير باستثناء قسم السويس.
 - يأتي الحاصلون على مؤهل متوسط في المرتبة الثانية للفئات العمرية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تصل إلى ٣٢,٧% من جملة عينة الدراسة حيث زادت عن متوسط المحافظة في أقسام الجنابين وعتاقة والسويس وتساوت مع المتوسط في قسم فيصل وانخفضت عن المتوسط في قسم الأربعين، ويرجع زيادة هذه الفئة عموماً لارتفاع الدخل وتحسن مستوى المعيشة لهذه الفئة.
 - احتلت فئة من يقرأ ويكتب المرحلة الثالثة في الفئات العمرية المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي بما يعادل ٢٣,٨% من عينة الدراسة حيث زادت عن المتوسط في قسم الأربعين وفيصل وتوسطت في قسم السويس وانخفضت عن المتوسط في قسم الجنابين وعتاقة.

- أما المؤهلات الفوق الجامعي فلا تمثل سوى ٥,٧% من عينة الدراسة وهو أمر طبيعي نظراً لطبيعة هذه الفئة الخاصة في المجتمع بوجه عام.



شكل (١٩) الحالة التعليمية لعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

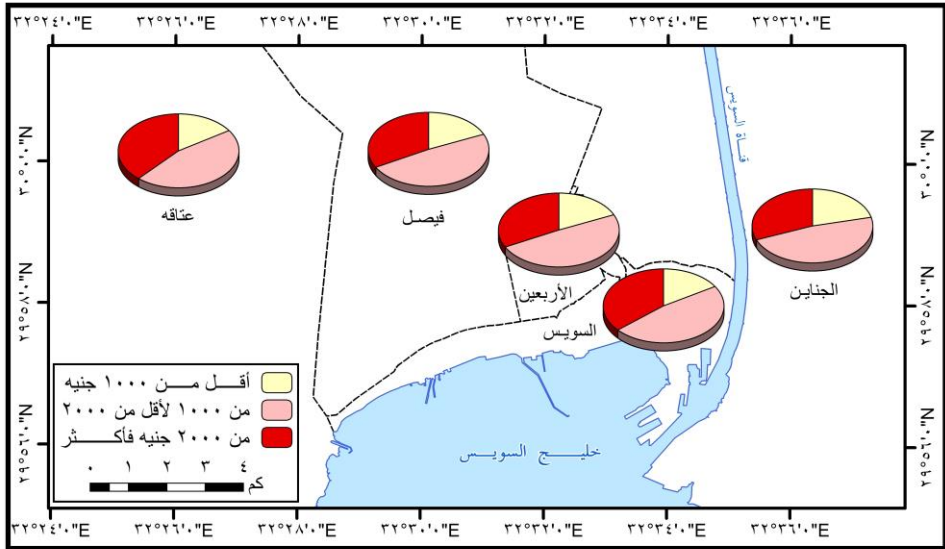
ويلاحظ مما سبق أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتناسب تناسباً طردياً مع المستوى التعليمي، ويؤكد هذه الحقيقة نتائج الاستبانة التي أظهرت ارتفاع نسبة من يمتلكون شبكة الانترنت من الجوال علاوة على الشبكات الأرضية بالمنزل لنتناسب مع المؤهلات العليا والمتوسطة لتمثل أكثر من ثلثي عينة الدراسة، وبدراسة العلاقة الارتباطية بين أصحاب المؤهلات العليا والمتوسطة وبين حياة شبكات الانترنت والمحمول وفي المنازل تبين وجود ارتباط قوي يصل إلى ٠,٩٣، وهو يدل على أثر المستوى التعليمي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٥- الدخل:

يعد الدخل من المحددات الرئيسة في عملية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لارتباطه بما يتطلب ذلك من مصاريف مالية لدفع فاتورة الانترنت سواء الأرضي أم المحمولة، ويوضح الجدول الآتي مستويات الدخل بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.
جدول (٢٣) متوسط الدخل الشهري بالجنية بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	أقل من ١٠٠٠	%	١٠٠٠ - أقل من ٢٠٠٠	%	أكثر من ٢٠٠٠	%	الجملة
الأربعين	٧٥	١٩,٨	١٨٧	٤٩,٣	١١٧	٣٠,٩	٣٧٩
فيصل	٦٨	١٩,٩	١٦٧	٤٨,٨	١٠٧	٣١,٣	٣٤٢
السويس	٥٢	١٨,١	١٣٧	٤٧,٧	٩٨	٣٤,٢	٢٨٧
الجنائين	٦٥	٢٢,٢	١٤١	٤٨,١	٨٧	٢٩,٧	٢٩٣
عتاقة	٢٥	١٧,٧	٦٥	٤٦,١	٥١	٣٦,٢	١٤١
الجملة	٢٨٥	١٩,٨	٦٩٧	٤٨,٣	٤٦٠	٣١,٩	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية والنسب من حساب الباحث.



شكل (٢٠) متوسط الدخل الشهري بالجنية بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠.

ونستقري من الجدول السابق مدى الأثر الواضح والكبير للدخل في استخدام الانترنت وبالتالي استخدامه في مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس لتصل إلى

أكثر من ٨٠% من عينة الدراسة حيث تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بالاتساع المكاني لتمثل كل طبقات المجتمع حيث يلاحظ ما يلي:

- جاءت الفئة المتوسطة في الدخل (١٠٠٠ - ٢٠٠٠ جنيه) لتمثل ٤٨,٣% من جملة عينة الدراسة حيث اختلفت من قسم إلى آخر حيث ارتفعت في قسم السويس وفيصل واقتربت من المتوسط في قسم الجنانين وانخفضت في قسم عتاقة والسويس.
- جاءت فئة الدخل المرتفع في المرتبة الثانية لتمثل ٣١,٩% من جملة عينة الدراسة حيث زادت بقسمي السويس وعتاقة وانخفضت عن المتوسط بأقسام الأربعين وفيصل والجنانين.
- جاءت فئة الدخل المنخفض في المرتبة الثالثة والأخيرة لتمثل ١٩,٨% من جملة عينة الدراسة حيث زادت عن المتوسط بقسم الجنانين وفيصل والأربعين وانخفضت عن المتوسط بقسمي السويس وعتاقة.

وبدراسة معامل الارتباط بين مستويات الدخل وبخاصة في العينة المرتفعة والمتوسطة الدخل وبين عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبين علاقة طردية تصل إلى ٠,٩١، وأغلب هذه الشرائح من التجار والمهن الخاصة.

٦- المهنة:

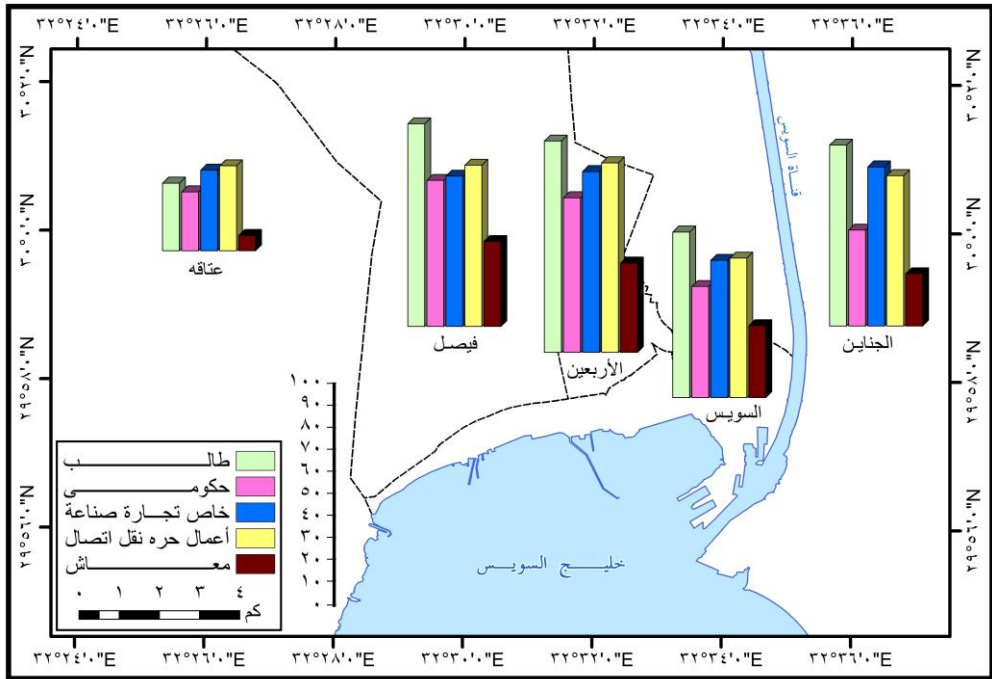
وهي من العوامل المؤثرة في معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس بما يظهر في الجدول التالي.

جدول (٢٤) التوزيع الجغرافي لعينة الدراسة حسب المهن بأقسام محافظة السويس عام

٢٠٢٠.

القسم	طالب	حكومي	خاص تجارة صناعه	أعمال حره نقل اتصال	معاش	الجملة
الأربعين	٩٧	٧١	٨٣	٨٧	٤١	٣٧٩
فيصل	٩٣	٦٧	٦٩	٧٤	٣٩	٣٤٢
السويس	٧٦	٥١	٦٣	٦٤	٣٣	٢٨٧
الجنانين	٨٣	٤٤	٧٣	٦٩	٢٤	٢٩٣
عتاقة	٣١	٢٧	٣٧	٣٩	٧	١٤١
الجملة	٣٨٠	٢٦٠	٣٢٥	٣٣٣	١٤٤	١٤٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية.



شكل (٢١) التوزيع الجغرافي لعينة الدراسة حسب المهن بأقسام محافظة السويس عام

٢٠٢٠.

ويتضح من الجدول السابق:

- شيوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في كل المهنة بمحافظة السويس تقريباً حيث احتلت فئة الطلبة المرتبة الأولى بما يعادل ٢٦,٤% من جملة عينة الدراسة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي سواء الاستخدام العلمي أم السياسي أم البيئي أم الرياضي أم الثقافي حسب رأي عينة الدراسة حيث تركزت بأقسام الأربعين وفيصل وتوسطت بقسم السويس والجنانين وانخفضت بقسم عتاقة.
- جاء العاملون بالقاطع الخاص سواء للنقل والاتصالات أم التجارة والصناعة في المرتبة الثانية والثالثة بنسب ٢٣,١ - ٢٢,٦% على الترتيب حيث تلاحظ تقارب النسب إلى حد كبير على أقسام محافظة السويس للعمل في التسويق والبيع والشراء.

- جاءت فئة العاملون بالقطاع الحكومي ليمثلون المرتبة الرابعة بما يعادل ١٨% من جملة عينة الدراسة حيث تركزت في قسم الأربعين وفيصل وذلك لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال والعمل ومتابعة القضايا الدينية والسياسية.
- جاءت فئة المعاش ليمثلون المرتبة الاخيرة بما يعادل ٩,٩% من جملة عينة الدراسة حيث أفادت عينة الدراسة استخدام وسيلة التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار السياسية والدينية والرياضية حيث ارتفعت النسبة في قسم الأربعين وفيصل وتوسطت في قسم السويس والجنابين وانخفضت في قسم عتاقة.

سابعاً: استخدام التحليل العاملي فى دراسة خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

تم اختيار خمسة معايير رئيسية (النوع - فئات السن - الحالة التعليمية - متوسط الدخل الشهري - المهنة) ، تشمل ١٨ متغير . كما يوضحها الجدول رقم (٢٥) .

وقبل اجراء التحليل العاملي يمكن استخدام تحليل الصدق والثبات لبيانات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م . وذلك من خلال استخدام برنامج spss25 أمكن استخراج قيمة ألفا كرنباخ الكلية لقياس صدق وثبات الأسئلة التي جاءت فى استمارة الاستبيان ، وبلغ المعامل ٠,٩٨٢ ، وهذا يدل على ارتفاع صدق أسئلة الاستبانة مما يؤكد كفاءة الاستبانة وقدرتها على الإيفاء بما هو مطلوب من نتائج ثابتة وصادقة ؛ ويعزى ذلك أيضاً إلى نوعية مفردات العينة .

جدول (٢٥) العوامل المختارة لدراسة تأثيرها على خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

المعيار	المؤشرات
النوع	ذكور
	إناث
فئات السن	أقل من ٣٠ سنة
	من ٣٠-٤٤ سنة
	من ٤٥-٥٩ سنة
	من ٦٠ فأكثر
الحالة التعليمية	يقرا ويكتب
	متوسط وفوق متوسط
	جامعي
	فوق جامعي
متوسط الدخل الشهري	أقل من ١٠٠٠ جنيه
	من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه
	من ٢٠٠٠ جنيه فأكثر
المهنة	طالب
	حكومي
	خاص تجارة صناعة
	أعمال حره نقل اتصال
	معاش

ومن خلال استخدام برنامج *spss25* أمكن استخراج الآتي :-

- أ- الإحصاءات الوصفية (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وعدد أفراد العينة) يوضح الجدول رقم (٢٦) الإحصاءات الوصفية (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وعدد مجتمعات العينة) ، حيث يتضح ما يلي :

جدول (٢٦) الاحصاءات الوصفية (Descriptive Statistics) لمتغيرات خصائص

عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

عدد الأقسام Analysis) (N	الانحراف المعياري .Std) (Deviation	المتوسط الحسابي (Mean)	المتغير	المعيار
5	53.617	147.40	ذكور	النوع
5	38.536	141.00	إناث	
5	39.380	107.40	أقل من ٣٠ سنة	فئات السن
5	21.760	75.00	من ٣٠-٤٤ سنة	
5	19.987	64.00	من ٤٥-٥٩ سنة	
5	17.364	42.00	من ٦٠ فأكثر	
5	25.116	68.60	يقرأ ويكتب	الحالة التعليمية
5	27.309	94.40	متوسط وفوق متوسط	
5	36.302	117.60	جامعي	
5	4.087	7.80	فوق جامعي	
5	19.736	57.00	أقل من ١٠٠٠ جنيه	متوسط الدخل الشهرى
5	46.290	139.40	من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه	
5	25.456	92.00	من ٢٠٠٠ جنيه فأكثر	
5	26.476	76.00	طالب	المهنة
5	17.861	52.00	حكومي	
5	17.263	65.00	خاص تجارة صناعه	
5	17.644	66.60	أعمال حره نقل اتصال	
5	13.864	28.80	معاش	

- بلغت أعداد مجتمع الدراسة ٥ أقسام ، كما تتوزع المتوسط الحسابي للمتغيرات فبلغ

أقصاه فى أعداد الذكور مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعيه عام ٢٠٢٠ (١٤٧,٤) ، وأدناه فى مرحله التعليم فوق الجامعى (٧,٨) .

- أما الانحراف المعيارى فبلغ أقصاه فى أعداد الذكور مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعيه عام ٢٠٢٠ (53.617) ، وأدناه فى مرحله التعليم فوق الجامعى (٤,٠٨٧) . كما هو الحال بالنسبة للمتوسط الحسابى .

ب- مصفوفة معاملات الارتباطات البينية Correlation Matrixa

يوضح الجدول (٢٧) مصفوفة معاملات الارتباطات البينية لمتغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م والتي هي تعد الحل الأولي للعلاقات بين المتغيرات الداخلة في التحليل العاملي .

جدول (٢٧) مصفوفة معاملات الارتباطات البينية Correlation Matrixa لمتغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس

عام ٢٠٢٠ م

المعيار	النوع		فئات السن				الحالة التعليمية			متوسط الدخل الشهري		المهنة					
	تكرار	أثرت	أقل من ٣٠ سنة	من ٣٠-٤٤ سنة	من ٤٤-٥٩ سنة	من ٦٠ سنة فأكثر	يفقرأ ويكتب	متوسط ولفوق متوسط	إجمالي	فوق جامعي	أقل من ١٠٠٠ جنيه	من ١٠٠٠ جنيه فأكثر	طالب	حكومي	خاص تجارة وصناعة	أعمال حرة نقل اتصال	معاش
تكرار	١																
أثرت	٠,١٧	١															
أقل من ٣٠ سنة	٠,٣٧	٠,١٧	١														
من ٣٠-٤٤ سنة	٠,٣٧	٠,٣٧	٠,٨٤	١													
من ٤٤-٥٩ سنة	٠,٦٢	٠,٦٢	٠,٦٢	٠,٦٢	١												
من ٦٠ سنة فأكثر	٠,١٠	٠,١٠	٠,٧٣	٠,٦٢	٠,٥٩	١											
يفقرأ ويكتب	٠,٦٤	٠,٦٤	٠,٦٧	٠,٨٦	٠,٤٤	٠,٢٠	١										
متوسط وفوق متوسط	٠,٦٣	٠,٦٣	٠,٩٠	٠,٥٤	٠,١٧	٠,٢٤	٠,٨٦	١									
جامعي	٠,٠٢	٠,٠٢	٠,٧٥	٠,٧٧	٠,١٨	٠,٤٠	٠,٦٥	٠,٢٦	١								
فوق جامعي	٠,٠٠٤	٠,٠٠٤	٠,١٥	٠,٣١	٠,٧٧	٠,٥١	٠,٥٧	٠,٧٢	٠,٤٦	١							
أقل من ١٠٠٠ جنيه	٠,٤٦	٠,٤٦	٠,١٧	٠,١٤	٠,١٦	٠,١٣	٠,٢٩	٠,٤٩	٠,٢٤	٠,٢٤	١						
من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠	٠,٠٥	٠,٠٥	٠,٦٧	٠,٦٥	٠,٣٤	٠,٢٥	٠,٥٣	٠,٢٨	٠,٤٤	٠,٥٥	٠,٥٥	١					
من ٢٠٠٠ جنيه فأكثر	٠,٣٣	٠,٣٣	٠,٤٢	٠,٢٦	٠,٢٦	٠,٢٠	٠,١٠	٠,٢٠	٠,٢٠	٠,٩٢	٠,٨٣	٠,٨٣	١				
طالب	٠,٧٥	٠,٧٥	٠,٢٦	٠,٦٤	٠,٥٥	٠,٤٣	٠,٧١	٠,٣٨	٠,٥٩	٠,٠٣	٠,٧٤	٠,١٢	٠,٥٦	١			
حكومي	٠,٢٤	٠,٢٤	٠,٨٦	٠,٨٧	٠,٤٣	٠,٩٣	٠,٦١	٠,١٨	٠,٠٣	٠,٤٨	٠,٢٤	٠,٥٧	٠,٥٧	٠,٥٧	١		
خاص تجارة وصناعة	٠,٤٨	٠,٤٨	٠,٤٧	٠,٤٧	٠,٠٩	٠,٠٦	٠,٥٤	٠,٢١	٠,٤٤	٠,٨٩	٠,٥٠	٠,٨٣	٠,٥٠	٠,٣٩	٠,٣٩	١	
أعمال حرة نقل اتصال	٠,٦٤	٠,٦٤	٠,٠٧	٠,١٧	٠,٣٤	٠,١٠	٠,٦٤	٠,٥٤	٠,٤٩	٠,٣٨	٠,٩٥	٠,٣١	٠,٧٨	٠,٠٩	٠,٨٨	٠,٠٨	١
معاش	٠,٤٧	٠,٤٧	٠,١٤	٠,٢٣	٠,١٠	٠,٣٣	٠,٥٧	٠,٥٢	٠,٥١	٠,٥٧	٠,٩٣	٠,٢٩	٠,٧٥	٠,١١	٠,٩٤	٠,٩٦	٠,٩٦

a. Determinant = .000

b. This matrix is not positive definite.

- بلغت أعداد معاملات الارتباط بين العناصر المختلفة ١٥٣ معامل ارتباط . جاءت

٧٢ علاقة طردية بنسبة ٤٧,١ % من جملة معاملات الارتباط ، و ٨١ علاقة

ارتباطية عكسية بنسبة ٥٢,٩ % .

- تباينت قيم الارتباط بين المتغيرات ، حيث مثلت معاملات الارتباط التي تقل عن

(٠,٥+) نحو ٤٤ معامل ارتباط بنسبة ٢٨,٨ % من جملة معاملات الارتباط ، وهي

- نسبة أقل من النصف ، وهذا يدل على تحقق أهم شروط التحليل العاملي ، المتمثلة فى زيادة عدد الارتباطات بين المتغيرات الذي يجب أن يكون قويا بالموجب .
- تحقق الارتباط الطردى القوى جدًا فى ٩ معاملات ارتباط بنسبة ٥,٩ % من جملة معاملات الارتباط ، بلغ أقصاها ٠,٩٥ ، بين كل من متوسط الدخل الشهرى (أقل من ١٠٠٠ جنيه) وبين المهنة (أعمال حره نقل اتصال) .
- تحقق الارتباط الطردى القوى فى ١٩ معامل بنسبة ١٢,٤ % ، بينما تحقق الارتباط الطردى الضعيف فى ٣٥ معامل بنسبة ٢٢,٩ % ، والارتباط الطردى الضعيف جدًا فى ٩ معاملات ارتباط بنسبة ٥,٩ % من جملة معاملات الارتباط .
- أما الارتباط العكسى فتحقق الارتباط العكسى التام فى علاقة واحدة (نسبة النوع) بين الذكور والاناث ، حيث كلما زاد عدد الذكور مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى قل الاناث . كما تحقق الارتباط العكسى القوى جدًا فى ١٨ معاملات ارتباط بنسبة ١١,٨ % من جملة معاملات الارتباط ، بينما الارتباط العكسى القوى تحقق فى ١٧ معامل بنسبة ١١,١ % ، والارتباط العكسى الضعيف فى ٣٧ معامل بنسبة ٢٤,٢ % ، والارتباط العكسى الضعيف جدًا فى ٨ معاملات بنسبة ٥,٢ % من جملة معاملات الارتباط .

ج- القيم المستخلصة لاشتراكات المتغيرات (Communalities):

يوضح الجدول رقم (٢٨) القيم المستخلصة لاشتراكات المتغيرات

Communalities

جدول (٢٨) القيم المستخلصة لاشتراكات المتغيرات Communalities لمتغيرات

خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس

عام ٢٠٢٠ م

القيم المستخلصة (Extraction)	القيم الأولية (Initial)	المتغير	القيم المستخلصة (Extraction)	القيم الأولية (Initial)	المتغير
0.705	1.00	فوق جامعي	0.969	1.00	ذكور
0.945	1.00	أقل من ١٠٠٠ جنيه	0.961	1.00	إناث
0.999	1.00	من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه	0.947	1.00	أقل من ٣٠ سنة
0.973	1.00	من ٢٠٠٠ جنيه فأكثر	0.969	1.00	من ٣٠-٤٤ سنة
0.967	1.00	طالب	0.824	1.00	من ٤٥-٥٩ سنة
0.912	1.00	حكومي	0.532	1.00	من ٦٠ سنة فأكثر
0.925	1.00	خاص تجارة صناعه	0.953	1.00	يقرأ ويكتب
0.983	1.00	أعمال حره نقل اتصال	0.940	1.00	متوسط وفوق متوسط
0.928	1.00	معاش	0.990	1.00	جامعي

Extraction Method: Principal Component Analysis.

يتضح من الجدول وباستخدام طريقة Principal Components على معاملات الشبوع للمتغير وهي مربع معامل الارتباط بين المتغير والعامل كمتغيرات مستقلة، وبالتالي قد حصلنا على قيم التباين المفسر. و يلاحظ من دراسة الجدول (٢٨) أن كل المتغيرات أكبر من 0.4 و بالتالي كل المتغيرات تدخل في الدراسة و لا يتم استبعاد أي متغيرة . وأن أكثر المتغيرات شيوعاً في العوامل متوسط الدخل (من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه) حيث سجلت ٠,٩٩٩ ، تليها الحالة التعليمية (المؤهل الجامعي) ٠,٩٩ ، بينما في المرتبة الأخيرة فئات السن (من ٦٠ سنة فأكثر) ٠,٥٣٢ .

د- القيم المميزة لمصفوفة الارتباط (Total variance explained):

يوضح الجدول (٢٩) القيم المميزة لمصفوفة الارتباط

جدول (٢٩) القيم المميزة لمصفوفة الارتباط Total Variance Explained

لمتغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس

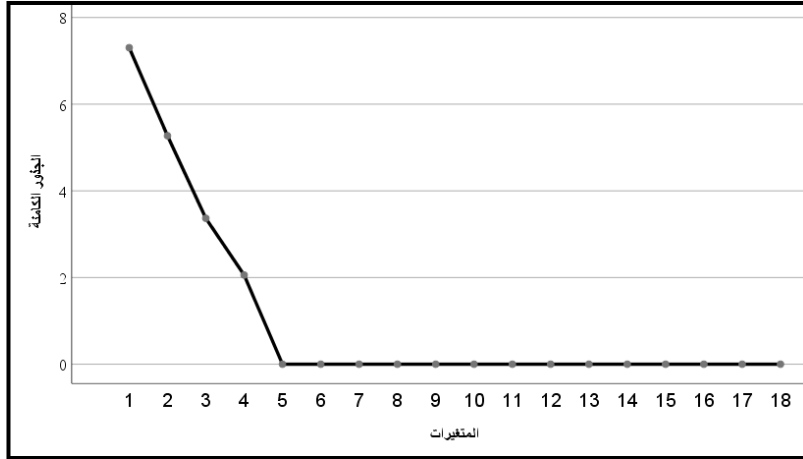
عام ٢٠٢٠ م

مجموع مربعات التشيعات المستخلصة بعد التدوير Rotation Sums of Squared Loadings			مجموع مربعات التشيعات المستخلصة Extraction Sums of Squared Loadings			القيم الذاتية الأولية Initial Eigenvalues			المتغير (Component)
التراكمي % Cumulative	نسبة التباين % of Variance	المجموع Total	التراكمي % Cumulative	نسبة التباين % of Variance	المجموع Total	التراكمي % Cumulative	نسبة التباين % of Variance	المجموع Total	
30.949	30.949	5.571	40.577	40.577	7.304	40.577	40.577	7.304	1
58.798	27.849	5.013	69.861	29.284	5.271	69.861	29.284	5.271	2
80.487	21.688	3.904	88.567	18.706	3.367	88.567	18.706	3.367	3
100.000	19.513	3.512	100.000	11.433	2.058	100.0	11.433	2.058	4
						١٠٠,٠	١٥E-٥,٠٧٣	١٦E-٩,١٣١	5
						١٠٠,٠	١٥E-٣,١٩٢	١٦E-٥,٧٤٥	6
						١٠٠,٠	١٥E-٢,٥٥٩	١٦E-٤,٦٠٦	7
						١٠٠,٠	١٥E-٢,٠٠٣	١٦E-٣,٦٠٦	8
						١٠٠,٠	١٦E-٦,٧٣٩	١٦E-١,٢١٣	9
						١٠٠,٠	١٧E-٣,٠٠٤	١٨E-٥,٤٠٦	10
						١٠٠,٠	١٦E-٣,٠٨٩-	١٧E-٥,٥٦٠-	11
						١٠٠,٠	١٦E-٩,٨١٦-	١٦E-١,٧٦٧-	12
						١٠٠,٠	١٥E-١,٢٣٤-	١٦E-٢,٢٢٠-	13
						١٠٠,٠	١٥E-١,٣٤٧-	١٦E-٢,٤٢٥-	14
						١٠٠,٠	١٥E-١,٧٧٣-	١٦E-٣,١٩١-	15
						١٠٠,٠	١٥E-٢,٨٠٨-	١٦E-٥,٠٥٤-	16
						١٠٠,٠	١٥E-٥,٨٧٧-	١٥E-١,٠٥٨-	17
						١٠٠,٠	١٥E-٩,٧٨٥-	١٥E-١,٧٦١-	18

Extraction Method: Principal Component Analysis.

تبين من دراسة الجدول (٢٩) الآتى :

- تم اختزال الجدول فى أربعة محاور فقط .
 - يضم المحور الأول ٦ متغيرات بحجم معلومات قدره ٣٠,٩ % ، وتم التضحية بما يعادل ٦٩,٠٥١ % من جملة المعلومات .
 - ويضم المحور الثانى ٥ متغيرات بحجم معلومات قدره ٢٧,٨ % ، إجمالاً اختزلاً معاً ما قيمته ٥٨,٧٩ % من جملة المعلومات ، وتم التضحية بما يعادل ٤١,٢١ % من جملة المعلومات .
 - بينما ضم المحور الثالث ٤ متغيرات بحجم معلومات قدره ٢١,٦٨٨ % ، إجمالاً اختزل المحاور الثلاثة معاً ما قيمته 80.487 % من جملة المعلومات ، وتم التضحية بما يعادل ١٩,٥١ % من جملة المعلومات .
 - أما المحور الرابع فيضم ٣ متغيرات بحجم معلومات قدره ٣,٥١ % ، وبذلك تشكل المحاور الأربعة ١٠٠ % من جملة معلومات الدراسة .
- ويوضح الشكل (٢٢) القيم المميزة لمصفوفة ارتباط متغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م .



المصدر : من إعداد الباحث باستخدام الحاسب الآلى برنامج (spss25).

شكل (٢٢) القيم المميزة لمصفوفة ارتباط متغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م

ويتضح من الشكل أن أربعة متغيرات جذرها الكامن أكبر من الواحد الصحيح ، حيث تظهر المتغيرات الأربعة فى الجزء شديد الانحدار من المنحنى قبل أن يبدأ المنحنى فى الاعتدال ، وباستخدام المعيار المستمد من الشكل السابق يتبين أنه يجب تدوير أربعة عوامل .

هـ- مصفوفة العناصر الرئيسية قبل وبعد التدوير :

يوضح الجدول (٣٠) مصفوفة العناصر الرئيسية لمتغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعى بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م قبل وبعد التدوير .

يوضح الجدول مصفوفة المكونات (العوامل) قبل التدوير حيث يتبين معامل الارتباط البسيط بين العامل والمتغير للعوامل التى تم استخلاصها قبل التدوير مرتبة لكل عامل من العوامل الأربعة المستخلصة ، كما توجد مربعات فارغة وذلك نسبة لاختيار الارتباطات التى تزيد عن ٠,٤ فقط من البرنامج (Spss25) .

كما يضم الجدول مصفوفة المكونات (العوامل) بعد التدوير أى أنه يضم نفس البيانات قبل التدوير ولكن يعرض التشعبات الخاصة بكل متغير على كل عامل من العوامل المستخلصة بعد التدوير ، والغرض من التدوير هنا الوصول إلى وضع جديد للعوامل يسهل تفسيرها .

جدول (٣٠) مصفوفة العناصر الرئيسية لمتغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م قبل وبعد التدوير.

المتغيرات بعد التدوير Rotated Component Matrix ^a					المتغيرات قبل التدوير Component Matrix ^a				
المكون (Component)				المتغير	المكون (Component)				المتغير
4	3	2	1		4	3	2	1	
			٠,٩٨٢	أقل من ١٠٠٠ جنيه				٠,٩٥٧	أعمال حره نقل اتصال
			٠,٩٥٢-	من ٢٠٠٠ جنيه فأكثر				٠,٩١٤-	طالب
			٠,٨٨٣-	معاش				٠,٨٧٣-	معاش
	٠,٤١٥		٠,٨٨١	أعمال حره نقل اتصال			٠,٤٢٤-	٠,٨٣٢	أقل من ١٠٠٠ جنيه
			٠,٨٦٢	خاص تجارة صناعه			٠,٤٧٢-	٠,٨١٨-	يقرأ ويكتب
٠,٥٣٠		٠,٥٢٣-	٠,٦٤٠	من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه	٠,٥٧٥			٠,٧٥١-	ذكور
	٠,٥٤٧-	٠,٥١٣-	٠,٦٣٩-	طالب	٠,٥٧٥-			٠,٧٥١	إناث
		٠,٩٦٠-		أقل من ٣٠ سنة			٠,٦٤٣-	٠,٧٤٠	خاص تجارة صناعه
		٠,٩٣٣		حكومي	٠,٥٥١-	٠,٥٠٣-		٠,٦٣٥	متوسط و فوق متوسط
		٠,٩٠٢		من ٣٠-٤٤ سنة			٠,٩١٨-		أقل من ٣٠ سنة
		٠,٨٢٢	٠,٤٥٩	جامعي			٠,٨٧٦		حكومي
٠,٥٦٠		٠,٨٠٧		من ٦٠ سنة فأكثر		٠,٤٧٧	٠,٨٢٢-		من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه
	٠,٩٤٨-			ذكور			٠,٨١٧	٠,٥٧١	من ٣٠-٤٤ سنة
	٠,٩٤٨			إناث		٠,٦١٤	٠,٧٥١		من ٦٠ سنة فأكثر
٠,٦٧٨-	٠,٧٢١			متوسط و فوق متوسط			٠,٦٦٣	٠,٥٨٩-	من ٢٠٠٠ جنيه فأكثر
٠,٤٦١	٠,٦٣٠-	٠,٥٧٩-		يقرأ ويكتب		٠,٩٣٧-			من ٤٥-٥٩ سنة
٠,٩٧٥				فوق جامعي		٠,٩٢١			فوق جامعي
٠,٨٣٩-	٠,٥٢١-			من ٤٥-٥٩ سنة	٠,٥٩٩		٠,٤٨٠	٠,٥٩٧	جامعي

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

هذا وقد تم استخلاص أربعة عوامل يمكن تسميتها كالتالي :-

العامل الأول : ويضم ٨ متغيرات (أقل من ١٠٠٠ جنيه - من ٢٠٠٠ جنيه فأكثر - معاش - أعمال حره نقل اتصال - خاص تجارة صناعه - من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه - طالب - جامعي) ، ويمكن تسميته بالعامل الاقتصادي " متوسط الدخل الشهري " و " المهنة"

العامل الثاني : ويضم ٨ متغيرات (من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه - طالب - أقل من ٣٠ سنة - حكومي - من ٣٠-٤٤ سنة - جامعي - من ٦٠ سنة فأكثر - يقرأ ويكتب) ، ويمكن تسميته بعامل التركيب العمري "فئات السن" و الحالة التعليمية .
العامل الثالث : ويضم ٧ متغيرات (أعمال حره نقل اتصال - طالب - ذكور - أناث - متوسط وفوق متوسط - يقرأ ويكتب - من ٤٥-٥٩ سنة) ، ويمكن تسميته بعامل التركيب النوعي "النوع"

العامل الرابع : ويضم ٦ متغيرات (من ١٠٠٠ لأقل من ٢٠٠٠ جنيه - من ٦٠ سنة فأكثر - متوسط وفوق متوسط - يقرأ ويكتب - فوق جامعي - من ٤٥-٥٩ سنة) ، ويمكن تسميته بعامل التركيب التعليمي .

ويمكن القول أن العامل الاقتصادي " متوسط الدخل الشهري " و " المهنة" جاء في المرتبة الأولى من حيث التأثير على متغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م ، بينما جاء التركيب العمري "فئات السن" و الحالة التعليمية في المرتبة الثانية ، و التركيب النوعي في المرتبة الثالثة .

و- مقدار وقوة العلاقة ما بين العوامل قبل التدوير وبعده.

يوضح الجدول التالي مقدار وقوة العلاقة ما بين العوامل قبل التدوير وبعده .

جدول (٣١) مقدار وقوة العلاقة ما بين متغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م قبل التدوير وبعده .

Component Transformation Matrix

المكون Component	1	2	3	4
1	٠,٧١٧	٠,٣٣٦	٠,٥٧٩	٠,١٩٥-
2	٠,٥٠٣-	٠,٨٥٦	٠,١٠٥	٠,٠٦١-
3	٠,٠٦٦	٠,٠٨٤	٠,١٩٨	٠,٩٧٤
4	٠,٤٧٩	٠,٣٨٤	٠,٧٨٤-	٠,٠٩٤

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

يتبين من الجدول:

- توجد علاقة طردية قوية جداً بين المكون الثالث "التركيب النوعي" والمكون الرابع "التركيب التعليمي" (٠,٩٧٤) ، بينما توجد علاقة عكسية قوية جداً بين المكون الرابع والمكون الثالث (- ٠,٧٨٤).
- توجد علاقة طردية قوية بين المكون الأول "العامل الاقتصادي" والمكون الثالث "التركيب النوعي" (٠,٥٧٩) ، واختلفت العلاقة الارتباطية بين المكونات الباقية ما بين طردية ضعيفة وضعيفة جداً ، وعكسية ضعيفة وضعيفة جداً .

ثامناً: حركة الاتصال ببرامج التواصل الاجتماعي

تبين من الدراسة الميدانية استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي سواء الفيس بوك أو الانستجرام إلى آخره للتواصل مع الآخرين سواء داخل المحافظة أو خارجها وخارج مصر. ويوضح الجدول اقليم الاتصال من موقع التواصل الاجتماعي داخل مصر وخارجها عام ٢٠٢٠ حسب رأي عينة الدراسة.

جدول (٣٢) اقليم الاتصال من مواقع التواصل الاجتماعي داخل مصر وخارجها عام

٢٠٢٠ حسب رأي عينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

المحافظة	العدد	%	الدولة	العدد	%
الاسماعيلية	٦١٢	١٣,١	الصين	٤٥٧	١٠,٧
القاهرة	٥٢٧	١١,٣	الولايات المتحدة	٤١٤	٩,٦
بورسعيد	٥٢١	١١,٢	الهند	٤١١	٩,٦
جنوب سينا	٥٢٠	١١,٢	سنغافورة	٣٩٠	٩,٢
الشرقية	٤٣٠	٩,٢	ماليزيا	٣٨٧	٩,١
الدقهلية	٤١٢	٩,٨	السعودية	٣٦١	٨,٤
المينا	٣٨٧	٨,٣	الإمارات	٣٥٣	٨,٢
الغربية	٣٥٠	٧,٥	الكويت	٣٥٠	٨,١
الاسكندرية	٣٣٠	٧,١	الأردن	٣٤٠	٧,٨
اسيوط	٢٨٠	٦,٠	فرنسا	٣٢١	٧,٤
سوهاج	١٩٩	٤,٣	تركيا	٣٢٠	٧,٤
أخرى	٨٧	١,٩	أخرى	١٨٧	٤,٤
الجملة	٤٦٥٥	١٠٠	الجملة	٤٢٩١	١٠٠

ويتضح من الجدول السابق الذي يبين اقليم الاتصال عن طريق برامج التواصل

بين محافظة السويس ومحافظات الجمهورية.

تبين أن محافظة الاسماعيلية تحتل المركز الأول بما يعادل ١٣,١% من جملة

الاتصال داخل مصر تليها محافظات القاهرة - بورسعيد - جنوب سيناء بنسب ١١,٣% -

١١,٢% - ١١,٢% على الترتيب من حجم الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي

داخل مصر. ويتضح أن المحافظات الأربع تستحوذ على ما يقرب من نصف حجم

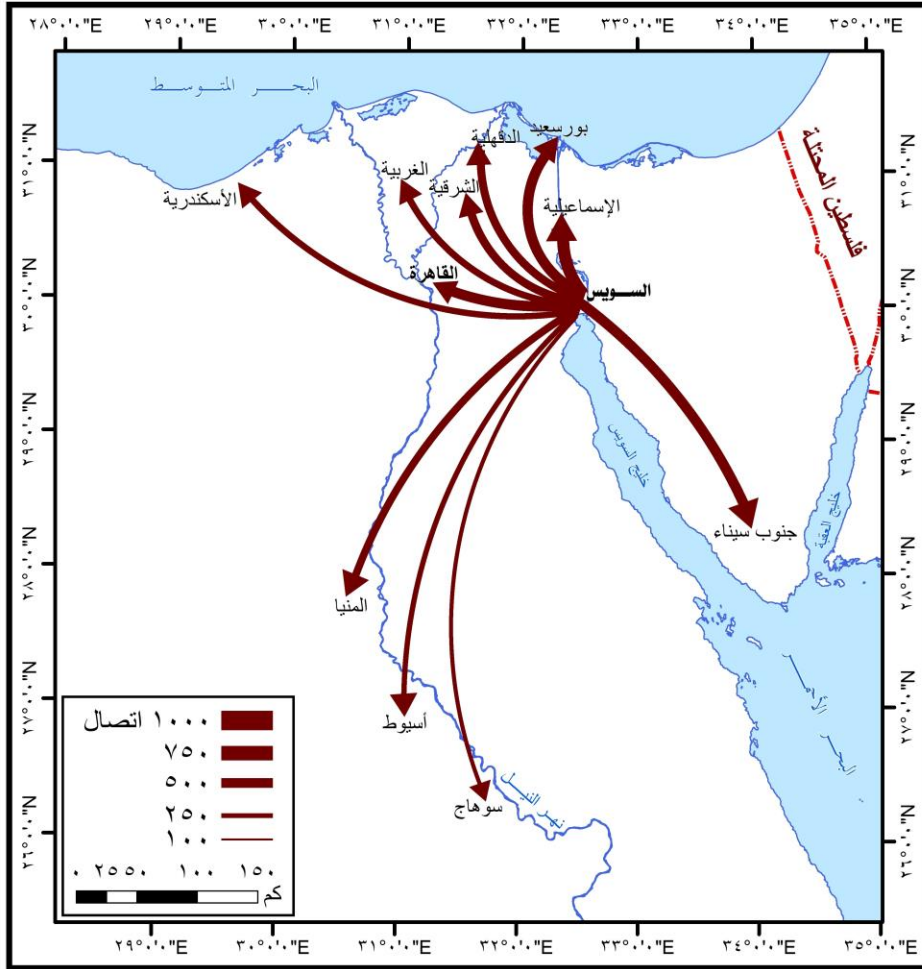
الاتصال من مواقع التواصل داخل مصر، وهو ما يؤكد على قوة العلاقات بين هذه

المحافظات ومحافظة السويس ويرجع ذلك لكون محافظة الاسماعيلية قريبة عن السويس

ومن ثم زيادة العلاقات الاقتصادية الاجتماعية، كذلك محافظة القاهرة حيث القرب

الجغرافي ورحلة العمل اليومي سواء في ميناء السويس أو القاهرة، أما بالنسبة لمحافظة

جنوب سيناء فيرجع ذلك الى زيادة النفوذ التعليمي لمحافظة السويس والقرب الجغرافي.



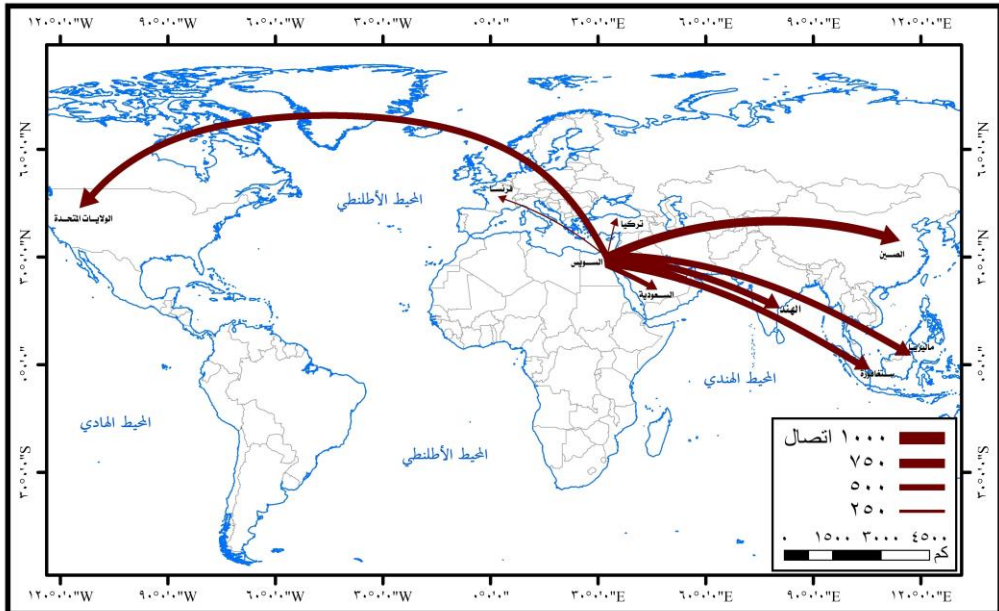
شكل (٢٣) اقليم الاتصال من مواقع التواصل الاجتماعي داخل مصر عام ٢٠٢٠ حسب

رأي عينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

كما يظهر الجدول أن محافظات الشرقية والدقهلية والغربية والاسكندرية احتلوا المراتب الخامسة والسادسة والسابعة والثامنة على الترتيب حيث يمثل أيضاً القرب الجغرافي بمحافظتي الدقهلية والشرقية مع زيادة العلاقات الاجتماعية حسب رأي عينة الدراسة أما عن محافظة الاسكندرية ترجع ذلك إلى العلاقات الاجتماعية والاقتصادية حسب رأي عينة الدراسة.

كما يظهر الجدول أن محافظتي أسيوط وسوهاج تمثل المراتب الأخرى وإذا كانت بنسب أقل، وأظهرت الدراسة أن هناك محافظات أخرى تمثل أقليم الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي مع محافظة السويس مثل محافظتي الجيزة وأسوان وانعدمت العلاقات إلى حد كبير مع بقية المحافظات المصرية الأخرى.

كما يلاحظ من الجدول والشكل (٢٤) أن دولة الصين تحتل المرتبة الأولى من حجم الاتصال الخارجي باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتمثل ١٠,٧ % من عينة الدراسة وهو أمر طبيعي نظراً لوجود ميناء السويس، كذلك تحتل الولايات المتحدة الأمريكية والهند وسنغافورة وماليزيا المرتبة الثانية والثالثة والرابعة والخامسة على التوالي والملاحظ من دراسة حجم الاتصال الخارجي بوسائل التواصل الاجتماعي أن حجم العلاقات العربية جاء ضعيفاً إلى حد ما حيث احتلت المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى ثم الامارات والكويت والأردن ثم جاءت دول أخرى مثل تركيا وفرنسا وإسبانيا وجنوب أفريقيا ليمثلان المراتب الأقل في حجم الاتصال الخارجي.



شكل (٢٤) اقليم الاتصال من مواقع التواصل الاجتماعي من خارج مصر عام

٢٠٢٠م حسب رأي عينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠م.

عاشرا: مشكلات التواصل الاجتماعي

تتعدد المشكلات المرتبطة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بما يظهر من

الجدول التالي:

(١) مشكلات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي:

ويوضح الجدول التالي مشكلات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بمحافظة

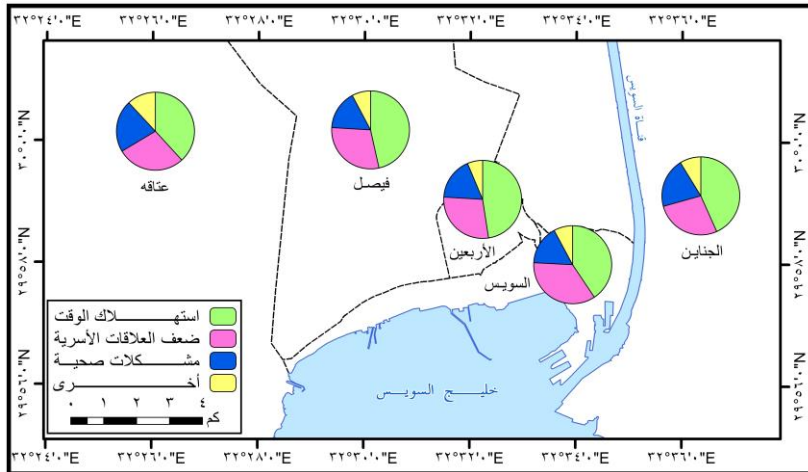
السويس حسب عينة الدراسة.

جدول (٣٣) مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي عينة الدراسة

بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	استهلاك الوقت	%	ضعف العلاقات الأسرية	%	مشكلات صحية	%	أخرى	%	المتوسط
الأربعين	٣٣٠	٤٧,٦	١٩٧	٢٨,٤	١٢٣	١٧,٧	٤٤	٦,٣	٦٩٤
فيصل	٣١٧	٤٦,٤	٢٠١	٢٩,٥	١١١	١٦,٣	٥٣	٧,٨	٦٨٢
السويس	٢٤٣	٤٠,٦	٢١١	٣٥,٢	٩٨	١٦,٤	٤٧	٧,٨	٥٩٩
الجنابين	٢١٧	٤٣,٤	١٣٧	٢٧,٣	١٠٣	٢٠,٦	٤٤	٨,٧	٥٠١
عتاقة	١٣١	٣٨,٢	٩٧	٢٨,٣	٧٤	٢١,٦	٤١	١١,٩	٣٤٣
المتوسط	١٢٣٨	٤٣,٩	٨٤٣	٢٩,٩	٥٩	١٨,١	٢٢٩	٨,١	٢٨١٩

المصدر: الدراسة الميدانية.



شكل (٢٥) مشكلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي

عينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت مشكلة استهلاك الوقت لتمثل المرتبة الأولى من مشكلات استخدام التواصل الاجتماعي بما يعادل ٤٣,٩% من جملة عينة الدراسة حيث تركزت في أقسام الأربعين وفيصل وتوسطت في قسم الجنائين وانخفضت في قسم عتاقة والسويس.
- جاءت مشكلة ضعف العلاقات الأسرية لتمثل المرتبة الثانية من المشكلات المترتبة على استخدام التواصل الاجتماعي بما يعادل ٢٩,٩% من جملة عينة الدراسة حيث تركزت في قسم السويس وتوسطت في بقية أقسام المحافظة.
- جاءت المشاكل الصحية لتمثل المرتبة الثالثة من المشكلات المترتبة على استخدام التواصل الاجتماعي بما يعادل ١٨,١% من جملة عينة الدراسة حيث تركزت في قسم الجنائين وعتاقة وانخفضت في قسم الأربعين وفيصل والسويس حيث أشار بعض عينة الدراسة بضعف الإبصار وأمراض العمود الفقري على وجه الخصوص نظراً لكثرة الجلوس والنظر لمواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي العينة علاوة على تأثر البعض بطنين في الأذن.
- جاءت مشكلات أخرى لتمثل المرتبة الرابعة من المشكلات المترتبة على استخدام التواصل الاجتماعي بما يعادل ٨,١% من جملة عينة الدراسة حيث تركزت في قسم الجنائين وعتاقة واقتربت من المتوسط بقسم السويس وفيصل وانخفضت بقسم الأربعين حيث أشار بعض عينة الدراسة بوجود مشكلات تتعلق بالجرائم الأخلاقية والاجتماعية.

٢) مشكلات خاصة بشبكة الانترنت المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي.

أظهرت الدراسة الميدانية وجود مشكلات خاصة بشبكة الانترنت المستخدمة بوسائل

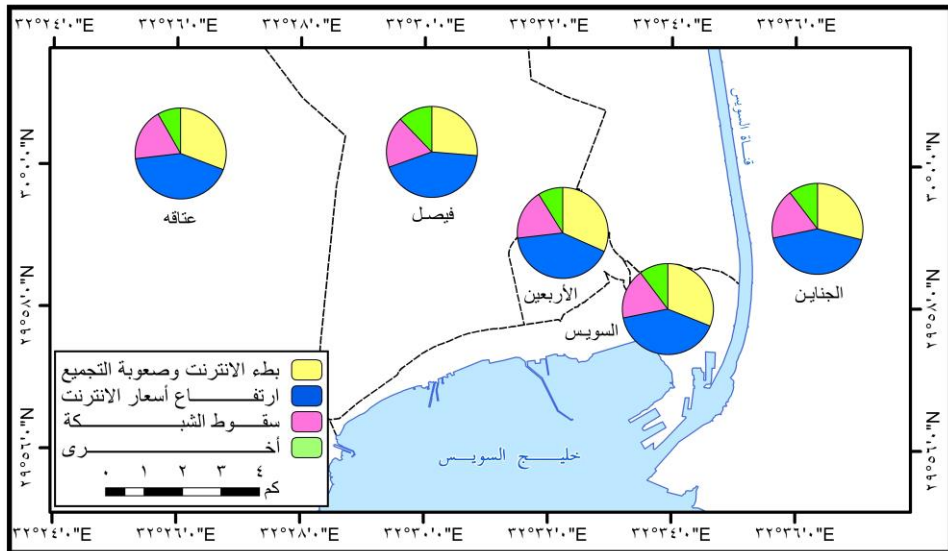
التواصل الاجتماعي بما يظهر في الجدول التالي:

جدول (٣٤) مشكلات الانترنت المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي حسب رأي العينة

بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

القسم	بطء الانترنت وصعوبة التجميع	%	ارتفاع أسعار الانترنت	%	سقوط الشبكة	%	أخرى	%	الجملة
الأربعين	١٥٣	٣١,٦	٢٠١	٤١,٥	٨٧	١٨,٠	٤٣	٨,٩	٤٨٤
فيصل	١١٤	٢٦,٣	١٨٧	٤٣,٢	٧٩	١٨,٣	٥٣	١٢,٢	٤٣٣
السويس	١٢٧	٣١,١	١٦٧	٤٠,٨	٧٣	١٧,٩	٤٢	١٠,٢	٤٠٩
الجنائين	١٠٣	٢٨,٩	١٥٣	٤٢,٩	٦٤	١٧,٩	٣٧	١٠,٤	٣٥٧
عتاقة	٦٣	٣٠,٧	٨٧	٤٢,٤	٣٨	١٨,٥	١٧	٨,٤	٢٠٥
الجملة	٥٦٠	٢٩,٦	٧٩٥	٤٢,١	٣٤١	١٨,١	١٩٢	١٠,٢	١٨٨٨

المصدر: الدراسة الميدانية



جدول (٢٦) مشكلات الانترنت المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي حسب رأي العينة

بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

ويتضح من الجدول السابق أن أهم المشكلات المرتبطة باستخدام التواصل الاجتماعي من خلال شبكة الانترنت تتمثل في:

- جاءت مشكلة ارتفاع الأسعار لتمثل المرتبة الأولى في مشكلات الانترنت بما يعادل ٤٢,١ % من جملة عينة الدراسة حيث تقاربت النسب على أقسام محافظة السويس المختلفة مما يدل على أن المشكلة ترتبط بالمحافظة ولا يوجد فروق جوهريّة بين أقسام المحافظة المختلفة.
- جاءت مشكلة بطء الانترنت وصعوبة التجميع لتمثل المرتبة الثانية في مشكلات الانترنت بما يعادل ٢٩,٦ % من جملة عينة الدراسة حيث زادت في أقسام الأربعين والسويس وعناقة وانخفضت في قسيمي فيصل والجناين.
- جاءت مشكلة سقوط الشبكة بسبب ضعف التغطية المكانية لتمثل المرتبة الثالثة في مشكلات الانترنت المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي بما يعادل ١٨,٢ % من جملة عينة الدراسة حيث تقاربت النسب على أقسام محافظة السويس المختلفة.
- جاءت مشكلات أخرى لتمثل ١٠,٢ % من جملة عينة الدراسة وتمثلت في استنزاف الرصيد لمستخدمي الانترنت من الأجهزة المحمولة كما أشارت بعض عينة الدراسة بسرقة الرصيد من الشركة نفسها مع عدم وضوح الصوت والصورة لبعض مستخدمي شبكات التواصل بالمحافظة.

(٣) الآثار الاقتصادية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- التأثير في حجم الإنفاق: -

حيث يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشبكة الانترنت سواء الأرضية أم المحمولة مما أثر بالسلب على ميزانية الأسرة نتيجة لاستقطاع جزء من ميزانية الأسرة سواء في شراء المحمول أو الحاسب الآلي أو الاشتراك بالإنترنت وما يترتب على ذلك من دفع الفاتورة الشهرية بما أثر بالسلب على اشباع حاجات الأسرة الأساسية بما يظهر من الجدول التالي.

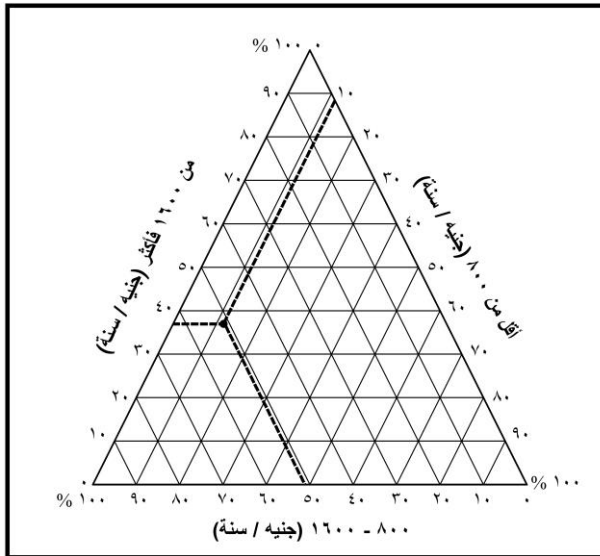
جدول (٣٥) القيمة النقدية لتكلفة الانترنت المحمول والأرضي السنوي لعينة الدراسة

بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

الجملة	%	أكثر من ١٦٠٠	%	١٦٠٠-٨٠٠	%	أقل من ٨٠٠	القسم
٣٧٩	٤٢	١٥٩	٤٨,٣	١٩٣	٩,٧	٣٧	الأربعين
٣٤٢	٣٥,٧	١٢٢	٥٢,٣	١٧٩	١٢,٠	٤١	فيصل
٢٨٧	٣٥,٩	١٠٣	٥٣,٣	١٥٣	١٠,٨	٣١	السويس
٢٩٣	٣٨,٦	١١٣	٤٨,٥	١٤٢	١٢,٩	٣٨	الجنابين
١٤١	٤٤,٧	٦٣	٤٨,٢	٦٨	٧,١	١٠	عتاقة
١٤٤٢	٣٨,٨	٥٦٠	٥٠,٣	٧٢٥	١٠,٩	١٥٧	الجملة

المصدر: الدراسة الميدانية

ويتضح من الجدول السابق أن معدل الانفاق المتوسط (٨٠٠ - ١٦٠٠) والمرتفع (أكثر من ١٦٠٠) يمثلان ٧٩% من عينة الدراسة حيث يتركزان بنسب متساوية إلى حد كبير على أقسام محافظة السويس بينما لا يمثل الانفاق المتوسط سوى ١٠,٩% من جملة عينة الدراسة ويتركز في أقسام فيصل والجنابين.



شكل (٢٧) القيمة النقدية لتكلفة الانترنت المحمول والأرضي السنوي

لعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠.

ب- التأثير على حركة التسويق الالكترونية:

حيث أشار بعض عينة الدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عمليات البيع والشراء خصوصاً الملابس وأدوات التجميل والسيارات والعلطور والأجهزة المنزلية بما يظهر في الجدول التالي.

جدول (٣٦) السلع المشتراة من وسائل التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة بمحافظة

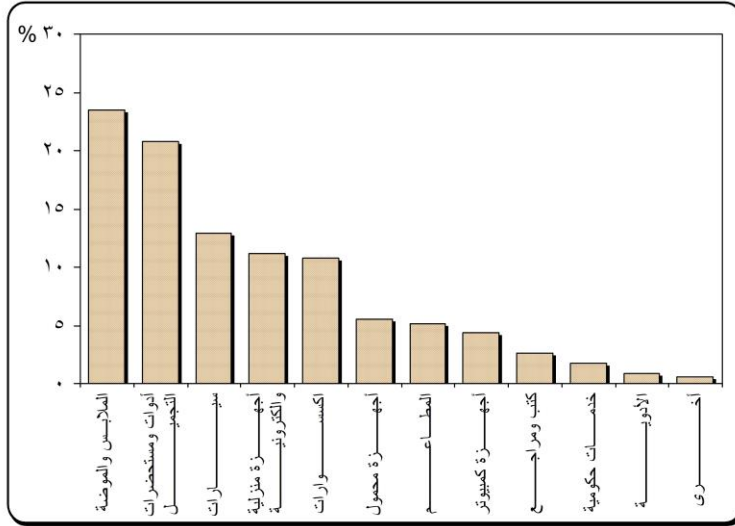
السويس

أنواع السلع	العدد	%
الملابس والموضة	٨٨٦	٢٣,٥
ادوات ومستحضرات التجميل	٧٨٥	٢٠,٨
سيارات	٤٨٧	٩,١٢
أجهزة منزلية والكترونية	٤٢٣	٢,١١
اكسسوارات	٤٠٩	٨,١٠
أجهزة محمول	٢٠٩	٥,٥
المطاعم	١٨٩	٥,١
أجهزة كمبيوتر	١٦٧	٤,٤
كتب ومراجع	٩٩	٢,٦
خدمات حكومية	٦٤	١,٧
الادوية	٣٢	٠,٩
أخرى	٢٢	٠,٦
الإجمالي	٣٧٧٢	١٠٠

المصدر: الدراسة الميدانية

ويتضح من الجدول التنوع السلعي الكبير لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس حيث احتلت الملابس وأدوات التجميل والزينة وشراء السيارات المستعملة والأجهزة المنزلية والإكسسوارات المراتب الأولى لميثلون ما يقرب من ٨٠% من المركب السلعي لشبكات التواصل الاجتماعي ويرجع ذلك لتناسب هذه السلع مجتمع الدراسة، ثم جاءت سلع المحمول والكمبيوتر وقطع غيارها الى جانب الطلبات الجاهزة من المطاعم ليمثلا ١٥% من السلع المشتراة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي، ثم جاء استخدام

وسائل التواصل في الحصول على الكتب ليمثل ٢,٦% من عينة الدراسة ثم جاءت الخدمات الحكومية والأدوية من الصيدليات في المراتب الأخرى.



شكل (٢٨) السلع المشتراة من وسائل التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة بمحافظة السويس عام ٢٠٢٠

٤) مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي:

بالرغم من السلبيات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فان عينة الدراسة أكدوا بلا استثناء بالتماذي في استخدامه وأنه اصبح ضرورة من ضرورات الحياة خصوصاً مع التغيرات السياسية والاقتصادية التي ظهرت في المجتمع المصري وذلك لا سبيل سوى المشاركة في التقليل من نتائج استخداماته السلبية الاجتماعية والاقتصادية بما يتناسب مع التنمية بالدولة المصرية من خلال زيادة التوعية بأضراره مع إخضاع المواقع الاجتماعية لرقابة الدولة للمحافظة على عادات وتقاليده المجتمع وزيادة التوعية بالاستخدام الايجابي لشبكات التواصل الاجتماعي.

الخاتمة

- تعد جغرافية الاتصالات من المجالات الحديثة نسبياً في مجال الجغرافيا حيث تهتم بدراسة الأفكار والمعلومات سواء المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، في حين تهتم جغرافية النقل بدراسة السلع والمواد والأشخاص. وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:
- بدأت مجموعة الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل class mates.com عام ١٩٩٥ بين زملاء الدراسة، وموقع six Degrees.com عام ١٩٩٧ ثم ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين ١٩٩٩- ٢٠٠١ ومع بداية عام ٢٠٠٥ ظهر موقع يبلغ عدد مشاهداته أكثر من Google وهو موقع My space الأمريكي الشهير حيث يعد من أكثر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ في الانتشار السريع والمتوازي مع (ماي سبيس) حتى قام فيس بوك عام ٢٠٠٧ بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين مما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير حتى وصل إلى ٨٠٠ مليون مستخدم على مستوى ثم ما لبث أن ظهرت الشبكات الاجتماعية تبعاً فظهر تويتر عام ٢٠٠٦.
- جاء موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ليمثل المرتبة الأولى بما يعادل ٢٠,٧% من عينة الدراسة في أهم المواقع المستخدمة للتواصل الاجتماعي ثم موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب ليحتل المرتبة الثانية ليمثل ١٩,٣ % من عينة الدراسة، ثم موقع واتس آب في المرتبة الثالثة ليمثل ١٤,٩% من جملة مستخدمي شبكات التواصل ثم ي تويتر ليمثل المرتبة الرابعة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة ثم موقع سناب شات ليمثل المرتبة الخامسة ليمثل ٩,١ % من جملة المستخدمين جاء موقع انوسترجرام ليحتل المرتبة السادسة ليمثل ٨,٤ % من عينة الدراسة ثم جاءت المدونات لتمثل المرتبة السابعة في أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة في محافظة السويس لتمثل ٨,٧ % من عينة الدراسة جاء موقع ماي سبيس الأمريكي

- الشهير في المرتبة الثامنة لعينة الدراسة ليمثل ٥,١% من جملة عينة. وأخيراً جاءت الشبكات الأخرى لتمثل ٢,٩% من جملة استخدامات عينة الدراسة مثل (ايمو، ديو).
- ترتفع أهمية شبكات التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس لتصل إلى ٨٦,٦% من عينة الدراسة سواء في الفئة المرتفعة والمتوسطة بينما تمثل الفئة التي أجابت بعدم أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لتصل إلى ١٣,٤% من عينة الدراسة.
 - تتباين مجالات استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي في محافظة السويس حسب عينة الدراسة بين الاتصال للعلاقات الاجتماعية ليمثل ١٤,٥% والثقافي لتمثل ١٣,٦% والاستخدام السياسي ليمثل ١١,٨% ثم الاستخدام الديني ليمثل ١٠,١% من عينة الدراسة مثل ٩,٦% ثم الاستخدام الاقتصادي ثم الاستخدام العلمي بما يعادل ٦,٢% من عينة الدراسة ثم البيئي والاستخدامات الأخرى.
 - أما عن نمط التفاعل فاختلفت بين سكان محافظة السويس ما بين الأعجاب ثم المشاركة ثم التشارك الفعلي على أرض الواقع ثم إعادة كتابة ما نشر ثم التعليق في المرتبة الأخيرة من أنماط التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي.
 - يرتفع عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ليصل إلى أكثر من ثلاث إلى ٦ ساعات للفرد في اليوم ثم أكثر من ساعتين في اليوم ثم ساعة واحدة للفرد / اليوم حسب عينة الدراسة.
 - يتمثل وقت الذروة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس في المساء والليل لجودة الخدمة وزيادة السرعة بينما فترة الركود تمثلت في الصباح بسبب النوم والعمل حسب رأي عينة الدراسة. وجاءت أيام العطلات الجمعة والسبت أكثر الأيام استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، بينما انخفضت في أيام الأحد والاثنين والثلاثاء والأربعاء.
 - اختلفت عينة الدراسة حسب طريقة الاتصال بشبكة التواصل الاجتماعي، حيث جاء الاتصال بشبكات التواصل عن طريق الاتصالات المحمولة في المرتبة الأولى بما يعادل ٤١,١% من عينة الدراسة يليها الانترنت الأرضي أما عن نوع الشركات

- المحمولة المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي فجاءت شركة فودافون في المقدمة يليها شركة موبينيل ثم اتصالات ثم شركة وي.
- تختلف عينة الدراسة حسب الشركات التي تزود المستهلكين بالإنترنت لتضم على الترتيب شركات (- Link - Aewa - Nour - Nile Online - Yaliamisr - Egynet - Tedate) وإن كانت شركات link - Egynet - Tedate أكثر الشركات توزيعاً لخدمات الإنترنت.
 - تتباين مستويات الرضا عن شبكات التواصل الاجتماعي داخل محافظة السويس حيث ترتفع نسبة الراضين عن الخدمة بدرجة متوسطة لتصل إلى أكثر من ٥٠ % من عينة الدراسة بينما تصل نسبة الرضى الضعيف عن الخدمة إلى ٢٩,٨ % من عينة الدراسة وانخفضت نسبة الرضى الجيد ليمثل ٢٠ % من عينة الدراسة.
 - يتمثل إقليم الاتصال باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل مصر هي محافظات الاسماعيلية- القاهرة - بورسعيد- جنوب سيناء - الشرقية - الدقهلية - اثم المحافظات الأخرى.
 - اتضح من دراسة التحليل العاملي أن العامل الاقتصادي " متوسط الدخل الشهري " و " المهنة" جاء في المرتبة الأولى من حيث التأثير على متغيرات خصائص عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي بأقسام محافظة السويس عام ٢٠٢٠ م ، بينما جاء التركيب العمري "فئات السن" و الحالة التعليمية فى المرتبة الثانية ، و التركيب النوعي فى المرتبة الثالثة .
 - يتمثل إقليم الاتصال الخارجي مع محافظة السويس والدول الأخرى في دولة الصين بما يعادل ١٠,٧ % ثم دول الهند سنغافورة ماليزيا والولايات المتحدة، وانخفض حجم التعامل مع الدول العربية باستثناء (السعودية - الإمارات - الأردن - الكويت - قطر).
 - تعد استهلاك الوقت والتأثير السلبي على العلاقات الاجتماعية والمشكلات الصحية أهم مشكلات مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، كذلك كانت مشكلة ارتفاع الأسعار، ومشكلة الشبكة وارتفاع معدلات انقطاعها مع تباين سرعة خطوط الإنترنت أهم

المشكلات التي تواجه شبكة الإنترنت المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس.

■ تتمثل أهم الآثار المترتبة على شبكة الإنترنت بمحافظة بور سعيد في التأثير على مستويات الانفاق، والتأثير على حركة التسوق الإلكتروني.

أظهرت الدراسة التنوع السلعي الكبير لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بمحافظة السويس حيث احتلت الملابس وأدوات التجميل والزينة وشراء السيارات المستعملة والأجهزة المنزلية والإكسسوارات المراتب الأولى لميثلون ما يقرب من ٨٠% من المركب السلعي لشبكات التواصل الاجتماعي ثم جاءت السلع الأخرى مثل المحمول والكمبيوتر وقطع غيارها والطلبات الجاهزة من المطاعم في المراتب الأقل الأخرى. وفي النهاية خلصت الدراسة إلى أهم التوصيات نذكر منها:

■ تبني الدولة لدراسات ومشاريع بحثية لمعرفة الآثار الاقتصادية والصحية والاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي لتقليل أخطارها ودرأ مفسدها.

■ إثراء الدراسات المتعلقة بإقامة الحكومة الإلكترونية لمواكبة التطور التقني لخدمات الاتصال بهدف المنفعة العامة لمصر.

■ دعم أنشطة التجارة الإلكترونية في محافظة السويس، وإزالة العوائق أمام المنافسة بين شبكات الهاتف والإنترنت، بهدف إمداد الفرد بخدمة أكثر كفاءة وبتكلفة رخيصة.

■ العمل على زيادة خطوط الإنترنت، بما يتناسب مع سكان محافظة السويس.

■ زيادة التوعية بأضرار شبكات التواصل الاجتماعي والعمل على تجنبها في كل وسائل الإعلام، والمساجد، والكنائس، والجمعيات الأهلية.

■ تشجيع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجالات العلمية والتجارية والسياحية خصوصاً لما تتميز به محافظة السويس من موقع متميز ومنطقة تجارية حرة.

ملحق رقم (١)

جامعة بورسعيد

كلية الآداب-قسم الجغرافيا

ملحق (١)

استمارة استبانة شبكات التواصل الاجتماعي في محافظة السويس

- ١- محل الإقامة: شارع قسم
- ٢- النوع: ذكر أنثى
- ٣- السن:سنة
- ٤- الحالة التعليمية: يقرأ يكتب مؤهل متوسط مؤهل فوق متوسط
- ٥- الوظيفة: جامعي فوق جامعي طالب حكومي قطاع خاص أعمال حرة بالمعاش بدون عمل
- ٦- مكان العمل:
- ٧- دخل الأسرة: أقل من ٥٠٠ جنيه من ٥٠٠: ١٠٠٠ من ١٠٠٠: ١٥٠٠
- ٨- الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج مطلق أرمل
- ٩- كم عدد أفراد الأسرة: فرد اثنان ثلاثة أربعة خمسة فأكثر
- ١٠- كم فرد في الأسرة يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي: فرد اثنان ثلاثة الجميع
- ١١- في أي سنة استخدمت وسائل التواصل الاجتماعي.....
- ١٢- ما هي مواقع التواصل التي تستخدمها؟ الفيس بوك يوتيوب واتس أب تويتر سناب شات انوستر جرام المدونات تويتر ماي سبيس أخرى
- ١٣- لماذا تستخدم هذا الموقع الاجتماعي؟
- ١٤- ما درجة اعتمادك على شبكات التواصل الاجتماعي؟ جيدة متوسطة ضعيفة
- ١٥- ما هي استخداماتك لمواقع التواصل الاجتماعي؟ اجتماعية ثقافية سياسية دينية علمية اقتصادية تربية بيئية رياضية أخرى

- ١٦- ما هو نمط تفاعلك مع مواقع التواصل الاجتماعي؟ الإعجاب المشاركة
التشارك الفعلي في أرض الواقع إعادة كتابة ما نشر التعليق أخرى
- ١٧- ما هي قيمة اشتراكك الشهري في الإنترنت؟
أقل من ٥٠ ج من ٥٠: ١٠٠ ج أكثر من ١٠٠
- ١٨- ما هي الشركة التي توصل إليك الخدمة؟ Te Data Noour Link
Egynet Aewa Nile online Yaliamisr
- ١٩- لماذا هذه الشركة؟
٢٠- هل تنوي تغيير هذه الشركة؟ نعم لا
- ٢١- في حالة نعم.
لماذا؟
٢٢- هل أنت راض عن كفاءة الخدمة؟ نعم لا
- ٢٣- كفاءة الخدمة. جيدة متوسطة ضعيفة
- ٢٤- تصلك خدمة الإنترنت لتستخدمها في شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق شركات الاتصالات المحمولة نعم لا
- ٢٥- أي الشركات تستخدمها في شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق المحمول. فودافون موبينيل اتصالات وي
- ٢٦- هل تستخدم الإنترنت يومياً؟ نعم لا
- ٢٧- كم يبلغ عدد الساعات التي تقضيها أمام شبكات التواصل الاجتماعي؟ ساعة
ساعتان ثلاث ساعات أربع ساعات خمس ساعات فأكثر
- ٢٨- في أي وقت تفضل الجلوس لتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟ صباحاً ظهراً عصرًا مساءً ليلاً
- ٣٠- لماذا هذه الفترة؟
٢٩- أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟ مهم جدا متوسط الأهمية غير مهم
- ٣٠- إذا كنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال والرسائل داخل الجمهورية. إلى أي المحافظات؟
١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥ -
- ٣١- إذا كنت تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال والرسائل خارج الجمهورية. إلى أي الدول؟
١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥ -
- ٣٢- هل قمت بعمل أصدقاء عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي؟ نعم لا

- ٣٣- في حالة الإجابة بنعم. ما هي جنسية أصدقائك؟ ١- ٢- ٣-
- ٣٤- أنواع أصدقائك عن طريق الإنترنت. ذكر أنثى
- ٣٥- ما مدى صدق المعلومات التي تعرفها عن طريق الإنترنت؟
ضعيفة متوسطة جيدة جيدة جدًا ممتازة
- ٣٦- هل تشاهد قنوات التلفزيون عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي؟ نعم لا
- ٣٧- هل تسمع الراديو عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي؟ نعم لا
- ٣٨- ما مدى انتشار الشائعات عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي؟
ضعيفة متوسطة جيدة جيدة جدًا ممتازة
- ٣٩- هل حصلت على وظيفة عن طريق الإنترنت؟ نعم لا
- ٤٠- هل قمت بالتسوق عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي؟ نعم لا
- ٤١- في حالة نعم ما نوع السلعة؟ ١- ٢- ٣- ٤-
- ٤٢- ما هي السلبيات التي تنتج عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟ ضياع الوقت
ضعف الإبصار حدوث خلافات عائلية إدمان الإنترنت
أمراض العمود الفقري أخرى
- ٤٣- ما هي إيجابيات وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لك؟ الحصول على وظيفة
الربح التسوق التزود بالمعلومات الحصول على منح
- ٤٤- ما هي مقترحاتك لتجنب أضرار وسائل التواصل الاجتماعي؟
١-
٢-
٣-
- ٤٥- من وجهة نظرك كيف يمكن تحسين خدمات وسائل التواصل الاجتماعي؟
١-
٢-
٣-

أشكركم على حسن تعاونكم الصادق
الباحث

المصادر والمراجع

أولاً : المراجع العربية

- ١) اسماعيل ، عبد السلام عبد الستار (٢٠١٥) ، الأبعاد الجغرافية للاتصالات السلكية واللاسلكية في مدينة طنطا، دراسة في جغرافية الاتصالات، سلسلة بحوث جغرافية المجلة الجغرافية العربية، الجمعية الجغرافية المصرية، ع ٨٠.
- ٢)، عبد السلام عبد الستار (٢٠١٢)، التقييم الجغرافي للأنترنت في مدينة العريش، المجلة الجغرافية العربية، الجمعية الجغرافية المصرية ، ع ٥٩ ، ح ٢٠١٢.
- ٣) الديب، محمد إبراهيم، (٢٠٠٦) الجغرافيا الاقتصادية من منظور معاصر، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- ٤) أمين ، أسامة ربيع (٢٠٠٨) ، التحليل الاحصائي للمتغيرات المتعددة باستخدام Spss ، جامعة المنوفية كلية التجارة ، قسم الاحصاء والرياضة ، شبين الكوم .
- ٥) باهي ، مصطفى حسين ، محمود عبدالفتاح ، حسنى محمد عز الدين (٢٠٠٢) ، التحليل العاملى - النظرية والتطبيق ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة .
- ٦) حكيم ، مينا عاطف (٢٠١٥) التحليل المكاني لخدمات الاتصالات المحمولة في مصر باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس.
- ٧) خير، صفوح (٢٠٠٠): الجغرافية موضوعها ومناهجها وأهدافها دار الفكر، دمشق، سوريا.
- ٨) شريف، شريف عبد السلام (٢٠١١) ، شبكة الهاتف المحمول بمحافظة بورسعيد، دراسة في جغرافية الاتصالات، المجلة الجغرافية العربية، الجمعية الجغرافية المصرية، ع ٥٩٤، ج ٢ .
- ٩)، شريف عبد السلام، (٢٠١٠) جغرافية الاتصالات السلكية في محافظة دمياط، المجلة الجغرافية العربية، المجلة الجغرافية المصرية، ج ١/ مج ٥٥، السنة ٤٢، القاهرة.

- (١٠) شنيشن ، قمع، حسن محمود محمد (٢٠١٨) اتصالات شبكة المعلومات الدولية المحمولة في مدينة دمنهور من منظور جغرافي، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الجغرافيا، جامعة الكويت.
- (١١)، محمد عبد القادر (٢٠١٠)، في جغرافية الاتصالات، دارة المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- (١٢) عبد الغني، مروه رأفت (٢٠٢٠)، التعليم في محافظة السويس، دراسة في جغرافية الخدمات باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الجغرافيا، كلية الدراسات الإنسانية، جامعة الأزهر.
- (١٣) عبده، سعيد أحمد (٢٠٠٨) بعض مظاهر جغرافية الاتصالات في مصر، رسائل جغرافية، الجمعية الجغرافية الكويتية، الكويت.
- (١٤) عتلم، موسى فتحي (٢٠١٢)، التحليل الجغرافي للاتصالات السلكية في محافظة المنوفية، دراسة في جغرافية الاتصالات، مجلة كلية الآداب، جامعة المنوفية، ٩، ٢٤.
- (١٥) فرج ، محمد حسن محمود ، فائزة محمد الحسن خليل (٢٠١٤) ، استخدام التحليل العامل في تحديد أهم العوامل التي تؤثر في هجرة الكفاءات العلمية السودانية: دراسة اقتصادية إحصائية لحالة الكفاءات العلمية السودانية بالمملكة العربية السعودية ، أماراباك: مجلة علمية محكمة تصدر عن الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا www.amarabac.com ، المجلد الخامس ، العدد الثاني عشر .
- (١٦) موسى، محمد المغاوري محمود (٢٠٠٨) الأبعاد المكانية لاتصال الهاتف المحمول في مدينة دمنهور، مجلة كلية الآداب/ جامعة قنا العدد الثالث والعشرون، ٢٠٠٨
- (١٧) نعينع، محمد أحمد إبراهيم، (٢٠٠٧) التحليل الجغرافي للاتصال الهاتفي المحمول في مدينة قنا، دورية الانسانيات، كلية الآداب بدمنهور، جامعة الإسكندرية.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 1) Adams & Janson, A, (2012) Communication Geography, A bridge between Disciplines In communications theory, vol. 22, international, communication Association.
- 2) Diamond, S., and Singh, S: Social Media Marketing for Dummies, Second edition, John Wiley & Sons, U.S.A.2012. Av at: <http://books.google.com.eg/books>
- 3) Dicken, p.; Geographers and 'Globalization' (yet) another missed boat? transactions of Institute of British Geographers, 2004.
- 4) Edwar E. Leamer and Michael strper, The Economic Geography of the Internet Age, National Bureau of Economic Research, Massachusetts Avenue, Cambridge, August 2001
- 5) Haggett.,P:(1965), Locational Human Geography,Edward and London.
- 6) Hayc and Marsh D, (eds) Demystifying Globalization, London, Macmillan, 2003
- 7) Leyshon Andrew; Annihilating space? the speed- up of communications, in: Chris Hamnett, John Logan Allen (eds), A Shrinking world, Oxford university Press, 1995.
- 8) Maleeki, E. J. (2002): The Economic Geography of the Internet's Infrastructure, L.G.U., Regional Conference, Jour. Clark Univ., U.S.A.
- 9) Miller, D. & Salter, D., (2000), The Internet, New York Uni. Press.
- 10) Mrinal Todi: Advertising on Social Networking Websites, Wharton Research Scholars Journal, University of Pennsylvania Scholarly Commons, 2008. pp.25-26. Av at: <http://bit.ly/1Smmmf>
- 11) Rubenstein, J. M., (2003): The Cultural landscape: An Introduction to Human Geography, Prentice Hall, New Jersey
- 12) Rupert, M, Ideologies of Globalization, London, Routledge,2000.

- 13) Sheppard, Eric, (2002): The Spaces and Times of Globalization: place, scale, Networks, and positionality, Economic Geography, Jour. Clark Univ, U.S.A.
- 14) Warwick, E; Murray; Geography of Globalization, Rutledge, New York, first published, 2006.
- 15) <https://aawsat.com/home/article/2048096> .