

تقييم دور البيئة الرقمية الحديثة في دعم قيم المواطنه مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية:دراسة  
تطبيقية على الصفحات الرسمية عبر تويتر للنخبة

Assessing the role of the modern digital environment in supporting the values of citizenship  
compared to traditional media: an applied study on the official Twitter pages of the elite

أ/ عماد الدين ربيع أحمد\*

ملخص البحث:

تستهدف الدراسة التعرف إلى استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، وعلاقته بالاهتمام بقضية المواطنه . استعان الباحث بمنهج المسح الإعلامي، واعتمدا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العمدية ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، تمثل أهمها في أن أبرز استخدامات الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية كان للمتابعة والمشاركة في أحداث السياسية والاجتماعيه ، وأشارت النتائج أيضاً إلى أهم الإشباع التي تحققت لدى الشباب كانت الإشباع السياسية، ومتابعة العملية الانتخابية، وما دار حولها من نقاشات، وكذلك توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الاهتمام بقضية المواطنه ، والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع بالاضافه الى تفوق البيئة الرقمية في دعم قضيه المواطنه مقارنة بالاعلاك التقليدي .

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباعات - مواقع الشبكات الاجتماعية - قضايا المواطنه

**Abstract**

The study aims to identify the university youths' uses of social networking sites on the Internet, and its relationship to the issue of citizenship. The researcher used the media survey method, and relied on the questionnaire form as a tool for collecting study data, and the sample was chosen in a deliberate sampling method, and the study reached a set of results, the most important of which is that the most prominent uses of young people for social networking sites were to follow up and participate in political and social events, and the results also indicated To the most important gratifications achieved by young people were political gratifications

\* باحث دكتوراه

And the discussions that took place around it, as well as there is a statistically significant correlation between young people's assessment of the role of social networking sites in paying attention to the issue of citizenship, and the gratifications they have achieved from using those sites, in addition to the superiority of the digital environment in supporting the cause of citizenship compared to traditional advertising.

**Keywords:** uses and gratifications - social networking sites - citizenship issues

### تهديد :

للإعلام بأماطه ووسائله المتعددة دور بالغ الأهمية في بناء الإنسان عبر تعزيز انتمائه الوطني وثقافته وتعريفه بحقوقه وواجباته في الميادين كافة، وكذلك في بناء المجتمع من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التي تساعد الناس على أن يصبحوا قيمة مضافة في عملية التنمية وانصهار الجماعة الوطنية والالتفاف حول مشروع قومي للدولة. ويمثل الإعلام المنبر الجماهيري الأضخم للتعبير عن آراء المواطن وهمومه وعرض قضاياها وشكاواها، بل إن وسائل الإعلام الحديثة، في ضوء حرية تدفق المعلومات وعصر السماوات المفتوحة، باتت هي أبرز الأدوات لانتقال الثقافات وتبادل الخبرات بين مواطني مختلف الدول في شتى بقاع المعمورة. وعلى المستوى المحلي باتت وسائل الإعلام في بعض الدول تؤدي دوراً يفوق دور الأحزاب السياسية وجماعات المصالح. وتعد قضية تطوير أداء الإعلام العربي عامة ليرتقي في المستوى المهني والأخلاقي، ويعكس نبض المجتمع، من المسائل الجوهرية التي تشغل اهتمام المسؤولين والكتاب والمثقفين والإعلاميين أنفسهم، فالجميع من الضروري أن يبحثوا باستفاضة دور الإعلام في تناول القضايا التي تشغل بال المجتمع العربي في الوقت الراهن، سواء أكانت قضايا سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية، وذلك بغية الوقوف على درجة أداء الإعلام لوظائفه الرئيسية، وعلى مدى وجود جوانب خلل وقصور، بما يسهل عملية البحث عن الاستراتيجيات المثلى لتفعيل دور مختلف وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة. أما بالنسبة للمواطنة فقد تطور مفهومها على مدار القرنين المنصرمين، وبشكل متدرج، حتى وصل إلى المقولات والمضامين والتصورات التي يحتويها الآن. وقد بدأ النقاش حول هذه القضية مع كتاب «العقد الاجتماعي» لجان جاك روسو، الذي عرّف المواطن بأنه فرد مستقل يمكنه الموافقة على الحكم، أو حرمانه منها. وقد وجد المفهوم صدها في مبادئ الثورة الفرنسية، من خلال الإعلان الثوري لحقوق الإنسان والمواطن. وقد بات مفهوم المواطنة يقوم في الوقت الراهن على عدة مبادئ في مقدمتها تساوي الناس في الحقوق والواجبات بغض النظر عن العرق أو الدين أو اللهجة أو النوع أو الوضع الطبقي. وتبدأ هذه العملية بتساوي الناس أمام القانون، في «مواطنة مدنية» ويعطي الحق في حرية التعبير عن الرأي، والحق في الملكية. وتأتي بعدها «مواطنة سياسية» قامت على أكتاف المؤسسات التمثيلية (البرلمانية)، التي يحصل الفرد من خلالها على حق الانتخاب والترشح. ثم تأتي «المواطنة الاجتماعية» التي تقوم على توفير الرفاه الاجتماعي والاقتصادي للفرد، بما يؤمن له حياة كريمة، تلبّي فيها حاجته إلى الغذاء والإيواء والكساء والدواء والترفيه، ويجد الخدمات التي يحتاجها من تعليم وصحة... الخ. ويقابل هذه الحقوق أداء الفرد ما عليه من واجبات، ومنها طاعة القوانين، ودفع الضرائب، وأداء الخدمة العسكرية أو العامة، أو الاشتراك في الدفاع عن الوطن. وهناك من يميز بين أربع صور حديثة للمواطنة، الأولى

هي الصورة «الجمعية» حيث تدل المواطنة ضمناً على المشاركة والخدمة الاجتماعية من أجل المنفعة العامة، مستندة إلى المرتكزات الأساسية للجماعة ومنها الثقافة والقيم الأخلاقية. والثانية هي «الصيغة الجمهورية المدنية» وتنصب فيها المواطنة على المشاركة السياسية، إذ لا تشير المواطنة هنا إلى نظام أخلاقي أساسي، أو إلى تجمع أصلي، ولكنها تشير إلى فكرة مساهمة المواطنين في صنع القرار، وإضفاء القيمة على كل من الحياة العامة والجدل العام. والثالثة هي «الليبرالية الجديدة» أو المفهوم التحرري للمواطنة، والذي ينظر إليها بوصفها وضعاً قانونياً، ينحصر فيه المجال السياسي إلى أقل حد ممكن، من أجل منح الفرد أكبر قدر ممكن من الحرية. وفي هذه الحال يصبح المواطنون مبدئياً مستهلكين عقلاء للبضائع العامة، وتبقى المصلحة الشخصية هي الدافع الرئيس المحرك للمواطنين لذلك تتمثل مشكلة الدراسة الحاليه في :

نظرا للاستخدام المتزايد لوسائل الاعلام الرقمي و اهتمام مختلف المؤسسات لانشاء حسابات رقميه فأصبحت منصة رقميه لها تبث من خلالها العديد من الافكارو الراء التي من شأنها تدعم قيم المواطنة لذلك تحددت المشكلة البحثية للدراسة في التعرف على دور الصفحات الرسمية للنخبه عبر تويتر في دعم قضايا المواطنة ورصد تأثيرات تلك التطورات التكنولوجية ووسائل الاعلام التقليدية العملية الإدارية لتحقيق الابتكار والإبداع في المحتوى التلفزيوني شكلاً ومضموناً.

### أهمية الدراسة:

١. أنها تناولت أحد الموضوعات الحديثة نسبياً في مجال الدراسات الإعلامية، حيث إنها تركز على دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
٢. ارتباط مواقع الشبكات الاجتماعية بالأحداث والظواهر الكبرى في المجتمعات العربية، كالدعوة لحشد الجماهير للإضراب، أو التظاهر نتيجة سرعة تكوين المجموعات، وتشكيل قوة الضغط على صانعي القرار.
٣. اهتمام الدراسة بالشباب باعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع، ولا يمكن أن تتحقق أية تنمية من دون مساهمة جادة من قبل الشباب وتطوير دوره وأدائه في المجتمع.
٤. أن المجال لا يزال بكرةً للعديد من الدراسات التي يمكن أن تثري الرصيد العلمي، وخاصة فيما يختص بالدراسات الإعلامية في الإعلام الجديد بالعالم العربي.
٥. استخدام الدراسة الحالية لمدخل الاستخدامات والإشباع التي ينظر إلى أفراد المجتمع باعتبارهم عناصر إيجابية في التعرض لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى قدراتهم على الاختيار والسيطرة للمضمون المقدم في مواقع الشبكات الاجتماعية. تحديد دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل الشباب ، وعلاقة هذا الاستخدام بعدد من المتغيرات كالنوع، والعمر، والمستوى التعليمي، ومدى الإشباع الذي تحققه تلك المواقع.

### ثالثاً: أهداف الدراسة:

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية للتعرف إلى ما يلي:

- السمات الديموجرافية للشباب الجامعي المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية من حيث: (النوع، الجامعة، محل الإقامة).

- معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت.

- دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، وموقع الدوافع السياسية بين باقى الدوافع الأخرى، سواء أكانت اجتماعية أم نفسية.

- حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة في قضايا المواطنه.

- أشكال المشاركة الإلكترونية للشباب الجامعي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 من خلال استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل: (إبداء الرأي، التعليق، بث مقاطع فيديو لمرشحي الرئاسة، مناقشة البرنامج الانتخابي لكل مرشح، الحشد ضد بعض أفراد أو مرشحي الرئاسة).

- رصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب الجامعي على مواقع الشبكات الاجتماعية.

- أهم الموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي على مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

- مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 على استخدام وسائل الإعلام الأخرى.

- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب للمواطنه.

- الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

- تقييم الشباب لدور الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية لقضايا المواطنه.

- مقترحات الشباب الجامعي لتوظيف شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل جديد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم

- مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات نظيرية جديدة في ميدان الدراسات التي تهتم ببحث أسباب استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ودوافع هذا الاستخدام

#### تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة السياسية ؟

- ما أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية التي يحرص الشباب استخدامها؟

- ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟

- ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت؟

- ما الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي في مواقع الشبكات الاجتماعية؟

-ما مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في قضايا المواطنه؟  
 -ما الإشباع الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية؟  
 -ما التصور المقترح لتوظيف الشبكات الاجتماعية والإنترنت بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم؛ بما يدفع الشباب نحو المشاركة السياسية في المواطنه؟

### فروض الدراسة: تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري «النوع، الجامعة»، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية «المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة في قضية المواطنه، مدى ملاءمة الوسيلة».

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري « النوع، الجامعة »، والإشباع المتحققة من استخدم الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية «المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفيه، الاختيار والمشاركة في قضايا المواطنه الرقمي».

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في المواطنه، والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

قام الباحث باستعراض للدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة من خلال التعرض للدراسات التي تناولت مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت المشاركة السياسية، وقضايا المواطنه، ومواقع الشبكات الاجتماعية والإنترنت وعلاقتهم بالشباب، ثم الدراسات التي تناولت كيفية توظيف الاستخدامات والإشباع وعلاقتها بالإنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية والشباب، وذلك على النحو التالي:

من الدراسات التي اهتمت بمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب دراسة<sup>1</sup> (عبدالسلام، نجوي 1998)، التي سعت للتعرف إلى استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب المصري يستخدم شبكة الإنترنت للحصول على المعلومات السياسية بنسبة 18%، كما أكد 81.2% من أفراد العينة أن عملية الحصول على المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت تتسم بالسهولة بينما اعتبرها 15% منهم عملية صعبة، وأكدت النتيجة نفسها أيضاً دراسة<sup>2</sup> (جنيد، حنان 2003) التي سعت للتعرف إلى توصيف العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلي من خلال الإنترنت بدرجة الوعي السياسي بين طلاب الجامعة، وكشفت النتائج أن الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والتخلص من الملل من أهم دوافع استخدام الإنترنت، وأضافت دراسة<sup>3</sup> (Shelley, Boulianne 2007) إمكانية تنشيط الحياة المعرفية للشباب من خلال الإنترنت، وخصوصاً المعلومات السياسية، وانتهت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت تستطيع أن تزيد من كم المعلومات السياسية لدى الشباب، وأكدت النتيجة ذاتها دراسة<sup>4</sup> (حبيب، محمد رضا 2007) التي سعت إلى معرفة المواد المفضلة لدى الشباب المصري خلال الدخول إلى عالم الإنترنت، وأظهرت النتائج أن 62% من الشباب المصري عينة الدراسة يزودهم الإنترنت بالمعلومات السياسية.

ومن الدراسات التي تناولت المشاركة السياسية ومواقع الشبكات الاجتماعية والإنترنت وعلاقتهم بالشباب دراسة<sup>5</sup> (عبد القوي، محمود حمدي 2009)، وسعت الدراسة للتعرف إلى دور الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة 93.43% من الشباب عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت، وأن موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) حصل على 96% من عينة الدراسة من الشباب في نشر المعرفة السياسية لديهم، وتشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية، وأكدت النتيجة نفسها أيضاً دراسة<sup>6</sup> (Hayes R., 2009) حيث حاولت الكشف عن دور استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة المشاركة السياسية لدى الشباب الأمريكي، وكشفت النتائج عن زيادة مشاركة الشباب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في مواقع الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية أدت إلى زيادة المعلومات السياسية لدى الشباب، فبداية معرفة الشباب الأمريكي بأوباما مرشح الرئاسة الأمريكية في 2008 قد بدأت من خلال مشاهدة مقطع فيديو له في (اليوتيوب)، وهي ذاتها النتيجة التي أظهرتها دراسة<sup>7</sup> (Sara, Warren 2009) التي انتهت إلى أن من يستخدمون (الفييس بوك) لديهم تحديد أفضل للمرشحين بسبب تبادلهم للأخبار السياسية عبر هذا الموقع الاجتماعي مع الأصدقاء، وهو ما عبرت عنه دراسة<sup>8</sup> (Baumjartnerand Morris 2010)، التي أشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدراً رئيسياً للأخبار حول المرشحين، وشكلت أساساً جديداً للممارسة الديمقراطية على شبكة الإنترنت. وقد أضافت دراسة<sup>9</sup> (Boroughs, 2010) أن هناك علاقة دالة إحصائية بين التعرض للمحتويات السياسية في مواقع الشبكات الاجتماعية، واحتمالية التصويت في الانتخابات، كما أكدت دراسة<sup>10</sup> (Budak, 2010) أن موقعي التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، وتويتر) كان لهما دور مهم في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2007 على الشباب. ومن الدراسات التي تناولت نظرية الاستخدامات والإشباع باعتبارها إطاراً نظرياً دراسة (Raake, Jhon, and Bonds, J)<sup>11</sup> (2008) التي سعت إلى معرفة كيفية استخدام طلاب الجامعة لموقعي (الفييس بوك وماي سبيس) والإشباع المتحققة منهما، وخلصت الدراسة إلى أن أكثر الإشباع التي تنتج عن استخدام هذه الشبكات هي التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الأصدقاء، وهو ما يتفق مع دراسة<sup>12</sup> (2009 Cozma, and Ancu) التي انتهت إلى أنه من الدوافع الرئيسية للدخول على الصفحات الشخصية للمرشحين في موقع (ماي سبيس) التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الآخرين. ومن الدراسات التي سعت إلى تفسير استخدام الشباب لموقعي (الفييس بوك وماي سبيس) في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع دراسة<sup>12</sup> (Uriste, et al 2009) التي خلصت إلى أن الشباب يستخدم موقعي (الفييس بوك وماي سبيس) بدافع التواصل مع الأحداث الاجتماعية في حياة الأصدقاء بسهولة ويسر.

#### التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

انحصر اهتمام الدراسات السابقة- وبخاصة العربية منها- على دراسة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية، والمشاركات الاجتماعية، والمشاركة في الاحتجاجات والثورات، في حين لم تتطرق أية دراسة سابقة- في حدود علم الباحثين- إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنه

ساعدت الدراسات السابقة الباحثين على صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها؛ مما يحقق أهداف الدراسة، ويجب على تساؤلاتها، وأيضاً في وضع استمارة الاستبيان، بالإضافة إلى الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة.

#### رابعاً: الإطار النظري للدراسة:

##### نظرية تقبل تكنولوجيا المعلومات (TAM) Technology Acceptance Model

يعتبر هذا النموذج تطويراً<sup>13</sup> لنظرية الفعل المسبب ويهدف إلى شرح العوامل المؤثرة في قبول الحاسب وكذلك شرح سلوك المستخدم وبخاصة مع اتساع مدى تكنولوجيا المعلومات المستخدمة وحوسبة المستخدم النهائي، وتفترض هذه النظرية أن هناك مجموعة من المتغيرات الخارجية التي تؤثر على الاتجاهات نحو تقبل تكنولوجيا المعلومات وتتمثل في أهمية الاستخدام المدركة Preceived Usefulness، وإدراك سهولة الاستخدام Percieved Ease of use، وفق هذا النموذج فإن الاستخدام الفعلي للنظام يتحدد بنية القيام بالسلوك ويتقف هذا النموذج مع نظرية الفعل المبرر التي تفترض أن الاتجاهات والقيم الذين يعملان على إيجاد نية القيام بالسلوك، ويكمن الاختلاف بين نظرية الفعل المبرر ونموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات في كون الأخير يحدد النوايا السلوكية باتجاه الشخص نحو الاستخدام، الذي يتشكل من إدراك لأهمية الاستخدام ومن إدراك استخدام النظام. 2. ويقصد بإدراك المستخدم لأهمية الاستخدام هو الإدراك الذاتي للمستخدم بأن استخدام برمجيات وأجهزة معينة سوف تزيد من جودة المنتج النهائي ورفع مستوى الأداء في العمل، أما إدراك سهولة الاستخدام فهو يعود للدرجة التي يدرك بها المستخدم أن هدف النظام تقليل الجهد في العمل، وضمن هذا النموذج أن الاتجاه نحو السلوك (الاستخدام) = إدراك أهمية الاستخدام + إدراك سهولة الاستخدام

#### العوامل المؤثرة على تقبل واستخدام تكنولوجيا المعلومات:

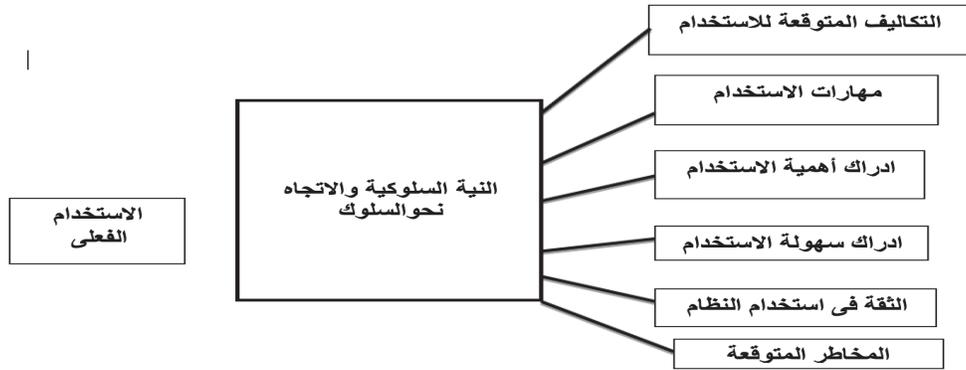
- ١- المنفعة (الفائدة) المتوقعة للاستخدام.
  - ٢- إدراك سهولة الاستخدام.
  - ٣- مهارات الاستخدام.
- وتتمثل في عنصر الخبرة السابقة والتدريب الذي يتلقاه المستخدم من قبل تنبيهه لاستخدام النظام وتتمثل في حكم الشخص على ذاته بمدى قدرته على استخدام الكمبيوتر واستخدام الانترنت أو استخدام تكنولوجيا المعلومات والتي تتطلب توافر مجموعة من المهارات لتشغيل النظام، ويلعب هذا العنصر دوراً هاماً في تحديد النية للاستخدام.
- ٤- المخاطر المتوقعة لتبني الاستخدام.
- وتتمثل في حالة التشكك أو عدم التاكيد التي قد تدفع المستخدم إلى التردد في اتخاذ القرارات الخاصة بالاستخدام أو تكرار الاستخدام نتيجة الاعتقاد بأن استخدام التكنولوجيا قد يهدد مفهوم الخصوصية والأمان والحفاظ على سرية البيانات .

٥-الثقة في استخدام تكنولوجيا المعلومات.

ويرتبط هذا العنصر بعنصرالمخاطر المتوقعة لتبنى استخدام التكنولوجيا ويتمثل في نقص المعلومات عن طبيعة النظام،ونقص الثقة في أن تبنى الاستخدام يحقق الفائدة القصوى للمستخدم والتهديد الناتج عن التشكك في توفرعنصر السرية.

٦-التكاليف المتوقعة لاستخدام النظام.

ويقصد بها إلى اى مدى تشكل تكاليف شراء واستخدام تكنولوجيا المعلومات عائقاً للاستخدام كما تتمثل في عدم تناسب تكاليف الشراء او الاستخدام مع المنافع المتوقعة للاستخدام كان يقوم الشخص بالحكم على استخدام تكنولوجيا معينة على أنها مكلفة ولاتساوى حجم العائد المتوقع لتبنى استخدامها



شكل رقم ( 1 ) نموذج تقبل تكنولوجيا المعلومات

ثانيا : نظريه الاستخدامات والاشباعات :

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباعات المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيّات، ومن هذه الدراسات: دراسة (هرتزوج 1942 Herzog) حول الإشباعات المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون (Berelson 1949) حول وظائف قراءة الصحف (Hesham Mesbah, p12, 1991).

وقد استطاع (إلياهو كاتز 1959 Katz) أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإفناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية على يد (ريموند باير Raymond Bauer) في الستينيات، وذلك في مقاله العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American Psychologist) بعنوان الجمهور العنيد (The Ob-stinate Audience)، وكانت فكرته الجديدة- آنذاك- تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة وملتزمة نحو الهدف

في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض (باير Bauer) بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة- آنذاك- وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية، ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم<sup>15</sup>.

(Werner J. Severin and James W. Tankard, pp260:270, 1992)

مع بداية هذه المرحلة الزمنية في تاريخ مدخل الاستخدامات والإشباع وتطوره قدم الباحثون إسهامات أكاديمية متنوعة أضافت لدراسات الاستخدامات والإشباع تراكمات علمية أسهمت في خصوصيتها وثنائها، ويرى البحث أنه يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباع كما يلي:

المرحلة الوصفية: هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينيات، واهتمت بتقديم وصف لاتجاهات الجماعات المختلفة لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق بانتقاء مضمون محدد يتعرضون له، وكان من أشهر دراسات هذه المرحلة دراسة (هيرتزوج) عام 1942.<sup>16</sup> المرحلة الاستكشافية: وامتدت هذه المرحلة خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، وهي مرحلة ذات توجه ميداني؛ حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (إياهو كاتز) 1959، ودراسات (بيرلسون) 1959، ودراسات (رهموند باير) 1964.

المرحلة التفسيرية: وهي مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباع المتحققة من العملية الاتصالية، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، وحتى الآن، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (ماك كومبوس) 1977، ودراسات كل من: (Joseph Conway & Alan Robin) Joseph Conway and Alan Rubin. P443:463 1991).

#### ماهية الاستخدامات والإشباع:

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباع بأنه مدخل يوضح ويفسر- إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور- قبل التعرض- المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباع معين، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته<sup>17</sup>

#### الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباع في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار- من بين أنواع المضامين المقدمة في

الوسيلة الإعلامية - المضمون الذي يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية ١٨  
**أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:**

١. معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، واعٍ، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.
٢. معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى.
٣. الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال والسيد، ليلي حسين، ص ١٨

### عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

١-الجمهور النشط: Active Audience: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام.<sup>١٩</sup>

٢-الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.

٣-حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:

أولاً: دوافع نفعية (Instrumental Motive): وهى تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.  
 ثانياً: دوافع طقوسية (Ritualized Motive): وهى تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة التوقعات من وسائل الإعلام.

١-التعرض لوسائل الإعلام.

٢-إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:<sup>٢٠</sup>

أولاً: إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات:

أ: إشباعات توجيهية (Orientational Gratifications): وتتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهى إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.

ب: إشباعات اجتماعية (Social Gratifications): ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم، من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

ثانياً: إشباعات عملية الاتصال (Process Gratifications): وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

أ: إشباعات شبه توجيهية (Para Orientational): وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

ب: إشباعات شبه اجتماعية (Para Social): وتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات. ٢١ من خلال العرض السابق: يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للدراسة الحالية؛ حيث يقوم الشباب بدور إيجابي في اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية، أو وجدانية، أو اجتماعية، أو سياسية، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي إشباع؛ لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية مواقع الشبكات الاجتماعية - محل الدراسة - لاحتياجات الشباب الجامعي المصري، من خلال استخدامه لتلك الشبكات؛ ما يتيح قدرًا من التنوع في دوافع متابعة الشباب لهذه الشبكات والإشباعات المتحققة منها؛ بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة. كما أن اعتماد مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاهدة في مطالعتها يتطلب انتباهًا وتركيزًا كبيرين من قبل الجمهور؛ ما يدل على نشاط المتابع وإيجابيته في التعرض؛ ما يحقق عنصرًا مهمًا وفرصًا أساسيًا من فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات وهو افتراض الجمهور النشط.

ويؤكد كل ما سبق أنه ليس هناك أي إطار نظري يعد أفضل - لتطبيقه في الدراسة الحالية - من هذا المدخل لإثراء هذه الدراسة، وتحقيق أهدافها.

#### الإطار المعرفي للدراسة :

##### قضية المواطنه

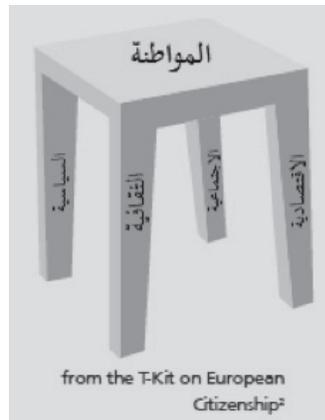
ينعكس مفهوم المواطنة في فهم اليوم الأكثر شيوعاً للمواطنة كذلك، والذي يتعلق بعلاقة قانونية بين الفرد والدولة. فمعظم الناس في العالم مواطنون قانونيون في دولة أو دولة أخرى مما يخولهم ببعض الامتيازات أو الحقوق. وكونه مواطناً يفرض أيضاً واجبات معينة من حيث ما تتوقعه الدولة من الأفراد تحت ولايتها. وبالتالي يفرض المواطنون بالتزامات معينة تجاه الدولة، وفي المقابل يتوقعون من الدولة حماية مصالحهم الحيوية.<sup>٢٢</sup> وبالتالي فإن لمفهوم المواطنة طبقات من المعنى أكثر من المواطنة القانونية. في الوقت الحاضر تعني «المواطنة» أكثر من مجرد البناء القانوني، فهي تتعلق بشعور الشخص بالانتماء؛ على سبيل المثال: الشعور بالانتماء للمجتمع، والذي يمكن أن تشكل وتؤثر فيه بشكل مباشر.

ويمكن تعريف هذا المجتمع من خلال مجموعة متنوعة من العناصر؛ على سبيل المثال: رمز أخلاقي مشترك أو مجموعة متطابقة من الحقوق والواجبات أو الولاء لحضارة مشتركة أو الشعور بالهوية. بالمعنى الجغرافي للكلمة عادة ما يتم تعريف «المجتمع» على مستويين رئيسيين: التفريق بين المجتمع المحلي الذي يعيش فيه الشخص والدولة التي ينتمي إليها الشخص.

في العلاقة بين الفرد والمجتمع يمكننا أن نميز أربعة أبعاد، والتي ترتبط بالأنظمة الفرعية الأربعة التي يمكن للمرء أن يدركها في المجتمع وهي أساسية لوجوده: البعد السياسي/القانوني والبعد الاجتماعي والبعد الثقافي والبعد الاقتصادي.<sup>٣٣</sup>



يشير البعد السياسي للمواطنة إلى الحقوق والمسؤوليات السياسية حيال النظام السياسي. ويجب أن يتأتى تطوير هذا البعد من خلال معرفة النظام السياسي وتعزيز التوجهات الديمقراطية والمهارات التشاركية. البعد الاجتماعي للمواطنة له علاقة بالسلوك بين الأفراد في المجتمع ويتطلب قدراً من الولاء والتضامن. وإن المهارات الاجتماعية ومعرفة العلاقات الاجتماعية في المجتمع كلها ضرورية لتطوير هذا البعد.<sup>٣٤</sup> يشير البعد الثقافي للمواطنة إلى الوعي بالتراث الثقافي المشترك. وينبغي وضع هذا البعد من خلال معرفة التراث الثقافي والتاريخ والمهارات الأساسية (الكفاءة اللغوية والقراءة والكتابة). يتعلق البعد الاقتصادي للمواطنة بالعلاقة بين الفرد وسوق العمل والمستهلك. ويتضمن هذا البعد الحق في العمل والحق في مستوى من الكفاف. وتلعب المهارات الاقتصادية (للأنشطة ذات الصلة بالعمل والأنشطة الاقتصادية الأخرى) والتدريب المهني دوراً رئيسياً في تحقيق هذا البعد.<sup>٣٥</sup> الاقتصادي.



تتحقق هذه الأهداف الأربعة للمواطنة من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية في المدرسة والأسر والمنظمات المدنية والأحزاب السياسية، وكذلك من خلال الجمعيات ووسائل الإعلام واللجان الشعبية. كما هو الحال مع أرجل الكرسي الأربعة لا بد أن يكون كل شخص قادراً على ممارسة الأبعاد الأربعة بطريقة متوازنة ومتساوية وإلا ستكون المواطنة الكاملة غير متوازنة.<sup>٢٦</sup>

### مستويات المواطنة :

تم تطوير نموذج ارنشتاين من قبل روجر هارت وتكييفه لمسألة الأطفال ومشاركة الشباب. وذكر هارت أن المشاركة حق أساسي للمواطنة، لأن هذا هو السبيل لمعرفة ما الذي يعنيه أن تكون مواطناً وكيف أن تكون مواطناً. كما ويمكن النظر إلى مشاركة الشباب باعتبارها شكلاً من أشكال الشراكة بين الشباب والكبار. وهناك درجات مختلفة يمكن للشباب المشاركة فيها وتولي المسؤولية، ويتوقف هذا على الوضع المحلي، والموارد والاحتياجات ومستوى الخبرة. يوضح سلم هارت للمشاركة مستويات مختلفة من انخراط ومشاركة الأطفال والشباب في المشاريع أو المنظمات أو المجتمعات. فيما يلي المستويات الثمانية لمشاركة الشباب<sup>٢٧</sup>:

المستوى الثامن: عدالة وانصاف في أخذ القرارات

المشاريع أو الأفكار التي يبادر بها الشباب الذين يدعون الكبار للمشاركة في عمليات صنع القرار كشركاء.

المستوى السابع: قرارات يوجهها الشباب بشكل كامل

المشاريع والأفكار بادر بها وأخرجها الشباب؛ وقد يتم دعوة البالغين لتوفير الدعم اللازم، ولكن يمكن تنفيذ مشروع ما بدون تدخلهم.

المستوى السادس: قرارات مشتركة

المشاريع بمبادرة من الكبار، لكن الشباب مدعوون للمشاركة في صنع القرار والمسؤوليات بصفتهم شركاء متساوين.

المستوى الخامس: تشاور مع الشباب

تتم المشاريع بمبادرة من الكبار وتنفذ من قبلهم، لكن يقدم الشباب المشورة والاقتراحات ويتم إبلاغهم عن كيفية مساهمة هذه الاقتراحات في القرارات النهائية أو النتائج.

المستوى الرابع: تكليف الشباب<sup>٢٨</sup>

تتم المشاريع بمبادرة من الكبار وتنفذ من قبلهم؛ والشباب مدعوون للقيام ببعض الأدوار المحددة أو المهام ضمن المشروع، لكنهم يدركون حجم التأثير الذي يمكنهم إحداثه في الواقع.

المستوى الثالث: مشاركة رمزية (الحد الأدنى للمشاركة)

يتم إعطاء الشباب بعض الأدوار ضمن المشاريع لكن ليس لديهم أي تأثير فعلي على أية قرارات. هناك مظهر زائف (عن قصد أو عن غير قصد) أن الشباب يشاركون عندما لا يكون لديهم أي خيار بشأن ما يجري وكيفية حدوثه.

المستوى الثاني: مشاركة شكلية (عدم المشاركة)

هناك حاجة للشباب في المشروع لتمثيل الشباب كقناة محرومة. ليس لديهم دوراً مهماً (باستثناء تواجدهم)، وكما هو

الحال مع الزينة، يتم وضعهم في موقف مرئي ضمن مشروع أو منظمة بحيث يكون من السهل على الغرباء ايجادهم. المستوى الأول: تلاعب بحقوق الشباب<sup>٢٩</sup>

الشباب مدعوون للمشاركة في المشروع، لكن ليس لديهم أي تأثير حقيقي على القرارات والنتائج. في الواقع يتم استخدام وجودهم لتحقيق بعض الأهداف الأخرى مثل الفوز في الانتخابات المحلية وتكوين صورة أفضل عن مؤسسة أو تأمين بعض الأموال الاضافية من مؤسسات تدعم مشاركة الشباب<sup>٣٠</sup>.

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### ١- نوع الدراسة:

تُعد الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها، (٣) كما أن هذه النوعية من الدراسات تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة ما بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون الدخول في أسبابها والتحكم فيها<sup>٣١</sup> ما يطلق عليه التقدير Assessment ، فضلاً عن أن هذه النوعية من البحوث تعتمد على تساؤلات وفروض معدة مسبقاً، وتعمل على تحديد مستوى الارتباط ثم التأثير بين المتغيرات

#### منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، والذي يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، فهو يُعد نموذجًا معياريًا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم

أداة جمع البيانات: سيتم إعداد استبيان موحدة لجمع البيانات لمتابعين كما سيتم إعداد استمارة تحليل صفحات عبر تويتر ، وقد عرف بيرلسون أداة تحليل المضمون بأنها أحد الأساليب البحثية المستخدمة لوصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً، فهو أداة تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وتحليل المضمون ليس منهجاً قائماً بذاته إنما هو أداة للتحليل الكمي ضمن إطار منهج متكامل هو منهج المسح.

#### حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

- الحدود الموضوعية: حيث تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراسة، وهي

البيئة الرقمي في دعم قيم المواطنة

- الحدود الزمنية: وتمثلت في الفترة 1/8/2022 إلى 31/9/20122. ( المدي الزمني لتطبيق استمارة الاستبيان ) google form .  
أدوات جمع البيانات: تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة الاستبيان.  
-الاستبيان- بوصفه أداة- يستخدم في جمع البيانات عن طريق استئثار الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية للحصول منهم على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحثين في التقرير الذاتي للمبحوثين عن هذه البيانات.

#### إجراءات تطبيق الاستبيان:

-اختار الباحث عمديه  
-وضع الباحث في الاعتبار أن يكون تطبيق الاستبيان على عدد يزيد عن الأعداد المطلوبة بنسبة (10%) احتياطياً؛  
لاحتمال وجود استمارات غير صحيحة فيمكن استبعادها.  
-وزع الباحثان الاستبيانات، وأوضحا لهم تعليمات الإجابة على كل جزء من أجزائه.  
-تم التطبيق في الفترة من 1/8/2022 وحتى 31/8/2022.

#### المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science» (SPSS)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:  
- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.  
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.  
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.  
- اختبار كاي 2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).  
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)  
-تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)  
-الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ((ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

- حساب التحليل العاملي والذي يقوم بتحليل المكونات الأساسية لعبارات المقياس ، والتدوير المتعامد للمحاور بطريقة فاريماكس Varimax وفقاً لمحك هنري كيزر Kaiser Henry باستخدام برنامج Spss ١١,٠.

-نتائج الدراسة :

١.توصيف عينة الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة الميدانية ن = 400

المتغيرات		
النوع	الجامعة	الإقامة
66	ذكور	75
34	إناث	25
25	القاهرة	25
25	طنطا	25
25	الأزهر	25
25	أكتوبر 6	75
75	ريف	25
25		

تكشف بيانات الجدول السابق ما يلي: من حيث النوع: نسبة 66% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 34% منهم إناث، ومن حيث الجامعة: نسبة 25% من أفراد العينة بجامعة القاهرة، ونسبة 25% منهم بجامعة طنطا، ونسبة 25% منهم بجامعة الأزهر، ونسبة 25% منهم بجامعة 6 أكتوبر، ومن حيث الإقامة: نسبة 75% من أفراد العينة مقيمون بالريف، ونسبة 25% منهم مقيمون بالحضر.

جدول رقم (2)

يوضح مدى اهتمام المبحوثين بقضية المواطنه

م	مدى الاستخدام	ك	%	الترتيب
1	دائماً	378	94.6%	1
2	أحياناً	15	3.7%	2
3	نادراً	7	1.7%	3
---	المجموع	400	100%	--

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 94.6% من أفراد العينة بقضية الدراسة بشكل دائم ، بينما 3.7% من أفراد العينة يهتمون بدرجة أحياناً بنسبة 4.7% ، في حين أن 1.7% من أفراد العينة يهتمون بدرجة نادراً. وتشير هذه النتائج إلى الاهتمام الواسع بقضية الدراسة لم لها من أهميه بالغه وتأثير كبير على استقرار الوكن

### - مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

استعان الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية ومدى اقبالهم عليها كوسيلة اتصال جديدة تتيح لهم التواصل والتعارف ومبادلة الاراء ومعرفة الاخبار المختلفة . يتضح لنا أن: نسبة 78.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 17.4% منهم يستخدمونها أحياناً، ونسبة 4.1% منهم لا يستخدمونها، ويتضح وجود فروق في مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كادالة عند مستوى 0.001، ما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة من الشباب الجامعي الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية.

### 3- ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى الشباب الجامعي:

استعان الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة اي مواقع التواصل الاجتماعي يحظى بأهتمام الشباب الجامعي وتفضيلهم له وايهما قربا منهم وتأثيرا عليهم بما له من خصائص وسمات يفضلها الشباب . يتضح لنا أن: أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً هي: موقع فيس بوك (Facebook) بمتوسط 2.9 في الترتيب الأول، يليه يوتيوب (you tube) بمتوسط 0.8 في الترتيب الثاني، ثم تويتر (Twitter) بمتوسط 0.7 في الترتيب الثالث، وهذا يؤكد بدوره أهمية موقع الفيس بوك في الأحداث الهامة في مصر، وعلى رأسها ثورة 25 يناير، وثورة 30 يونيو، وأخيراً الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

### 4- الأوقات التي يزيد فيها استخدام المواقع الشبكات الاجتماعية:

قصد الباحثان من وراء هذا التساؤل معرفة الاوقات التي يزيد فيها اقبال الشباب علي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة اهمية متغير المشاركة السياسية والحصول علي المعلومات الخاصة بها من بين المتغيرات الاخرى .

يتضح أن: نسبة 36.6% من أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد يزيد فيه استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 24.6% من أفراد العينة يزيد استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات وتصاعد الأحداث، ونسبة 15% منهم يستخدمونها في الإجازات والمناسبات، ونسبة 13.9% منهم يستخدمونها للتسلية وشغل أوقات الفراغ، ونسبة 8.8% من أفراد العينة يزيد استخدامهم عند الرغبة في الحصول على المعلومات السياسية، وأخيراً نسبة 1.1% من أفراد العينة يزيد استخدامهم أثناء الدراسة، ويتضح وجود فروق في الأوقات التي يزيد فيها استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كادالة عند مستوى 0.001.

سبب تفضيل-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الرقمي عن غيره من وسائل الاعلام التقليدية في تناول قضية المواطنه

جدول رقم (7)

يوضح سبب تفضيل-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديدالرقميه عن غيره من وسائل الاعلام التقليدية

الاتجاه	الترتيب	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	لا اوافق		محايد		اوافق		درجة الموافقة العبارات
					%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	3	83.2	2.5	999	9%	36	32.3%	129	58.7%	235	لفاعلية الاتصال والتواصل
موافق	1	86.5	2.6	1038	5.5%	22	29.5%	118	65%	260	للتفاعلية ما بين المرسل والمستقبل وتبادل الادوار
موافق	2	85.8	2.6	1030	4.3%	17	34%	136	61.7%	247	للحريات التي يتيحها
موافق	4	81	2.4	972	6.5%	26	44%	176	49.5%	198	لسهولة الاستخدام في الاطلاع والنشر
موافق	5	78.2	2.3	939	15.5%	62	34.2%	137	50.3%	201	لجاذبيته واستخدامه للوسائط المتعددة

توضح بيانات الجدول السابق سبب تفضيل-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديد عن غيرها من وسائل الاعلام التقليدية ، حيث جاءت عبارة (للتفاعلية ما بين المرسل والمستقبل وتبادل الادوار) في المرتبة الأولى بوزن نسبي 86.5 واتجاه عام موافق، وجاء (للحريات التي يتيحها) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 85.8 واتجاه عام موافق ، وجاء (لفاعلية الاتصال والتواصل) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 83.2 واتجاه عام موافق ، وجاء (لسهولة الاستخدام في الاطلاع والنشر) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 81 واتجاه عام موافق، وجاء (لجاذبيته واستخدامه للوسائط المتعددة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 78.2 واتجاه عام موافق .

وتؤكد هذه النتائج علي أن أبرز ما يميز وسائل الإعلام الرقمي هي عنصر التفاعلية ما بين المرسل والمستقبل ، وهذا ما لم يتوافر في أي وسائل إعلامية أخرى مما أدى ذلك إلي تفضيل أكثر من نصف العينة لوسائل الإعلام الجديدة.

جدول رقم (5)

متابعه المبحوثين بقضية الدراسة من خلال البيئة الرقمي \_ مواقع التواصل الاجتماعي . (ن=374)

الاتجاه	متوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.39	16.3	61	28.1	105	55.6	208	١- تفوقت شبكة الإنترنت على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب.
محايد	2.22	17.4	65	43	161	39.6	148	٢- ساهمت مواقع الشبكات الاجتماعية في تجميع الشباب وتحفيزهم للقضايا الوطنية .

موافق	2.61	3.2	12	32.4	121	64.4	241	٣- تغلبت شبكة الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية على كل القيود التي حاولت النظم المصرية فرضها على الإعلام التقليدي.
موافق	2.57	5.3	20	32.4	121	62.3	233	٤- تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مادة أرشيفية لكل من يريد الحصول على معلومات مختلف القضايا السياسي والاجتماعيه
موافق	2.68	6.4	24	19.5	73	74.1	277	٥- أتاحت شبكة الإنترنت الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم
موافق	2.55	5.3	20	34.5	129	60.2	225	٦- قامت مواقع التواصل الاجتماعي بعرض الأفلام الخاصة بتفاصيل الأحداث التي لم تقم وسائل الإعلام التقليدية.
موافق	2.58	7.8	29	26.7	100	65.5	245	٧- التفاعليه التي أتاحتها مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت من العالم شريكاً فيها.
موافق	2.51	7.8	29	33.2	124	59.1	221	٨- كانت مواقع الشبكات الاجتماعية بمثابة الجهاز العصبي الرقمي الذي للمتايين

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة كانوا موافقين على متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014: أتاحت شبكة الإنترنت الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول "متوسط 2.68، تغلبت شبكة الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية على كل القيود التي حاولت النظم المصرية فرضها على الإعلام التقليدي بمتوسط 2.61، في زمن مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت من العالم شريكاً فيها بمتوسط 2.58، النتائج السابقة من وجهة نظر الشباب تؤكد أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في المساهمة والمتابعة والمشاركة في قضايا المواطنه وكان اتجاه الشباب في متابعة شبكة الإنترنت لقضايا المواطنه يتسم في معظم عبارات المقياس بالموافقة .

#### 10- صفحة تويتر \_ الذي قمت بعمل متابعه له

جاء هذا التساؤل لمعرفة اي من المؤثرين عبر موقع تويتر قام الشباب الجامعي المصري بعمل متابعه على صفحات مواقع الشبكات الاجتماعية وكان من الضروري وضع مثل هذا التساؤل نظرا لحدوث لمعرفه أكثر تأثيرا في الشباب يتضح لنا أن: نسبة 74.3% من أفراد العينة قاموا بمتابعه , ونسبة 25.7% منهم قاموا بعمل للرئيس عبد الفتاح السيسي ، حيث كانت قيمة كالت دالة عند مستوى 0.001، ما يعني ارتفاع عدد المتابعين للصفحة عبر تويتر .

اختبرت الدراسة عددا من الفروض وكانت النتائج على النحو التالي:

#### الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص،

المستوى الاقتصادي والاجتماعي، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، السياسة، مدى ملاءمة الوسيلة".

٢(أ): الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم ( 8 )

الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

المتغير الجنس	ذكور (ن=246)		إناث (ن=128)		ت	مستوى المعنوية د.ح.372
	ع	م	ع	م		
المعرفة والتعلم	1.23	8.2	1.45	8	1.435	غير دالة 0.152
الاتصال والتفاعل الاجتماعي	1.77	13.2	1.69	13.3	-0.218	غير دالة 0.828
تسلية وترفيه	1.79	7.2	1.84	6.9	1.600	غير دالة 0.110
الاختيار والتحكم	1.67	7.3	1.26	7.2	0.787	غير دالة 0.432
السياسة	2.51	12.7	2.66	12.5	0.427	غير دالة 0.669
مدى ملاءمة الوسيلة	2.19	13.6	1.49	13.9	-1.577	غير دالة 0.116
دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية	8.75	62.1	7.17	61.7	0.498	غير دالة 0.619

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

٢(ب): الفروق بين الجامعات في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

يتضح لنا أن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعات في: (التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، السياسة) دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى أقل من 0.05 ، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعات في: (المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، مدى ملاءمة الوسيلة)، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05 . مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الأول.

**الفرض الثاني:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص، المستوى الاقتصادي والاجتماعي"، والإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

**٣(أ): الفروق بين الذكور والإناث في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:**

جدول رقم ( 9 )

الفروق بين الذكور والإناث في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية

المتغير	ذكور (ن=246)		إناث (ن=128)		ت	مستوى المعنوية د.ح372
	ع	م	ع	م		
الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية	8.53	51.5	8.80	49.8	1.729	0.085 غير دالة

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

**3(ب): الفروق بين الجامعات في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:**

يتضح لنا أن: جاء أفراد العينة بجامعة القاهرة في الترتيب الأول بمتوسط 52.2 في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت جامعة طنطا في الترتيب الثاني بمتوسط 51.6، وجاءت جامعة 6 أكتوبر في الترتيب الثالث بمتوسط 50.2، وفي الترتيب الأخير جامعة الأزهر بمتوسط 49.8 في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

جدول رقم ( 10 )

الفروق في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	مستوى المعنوية
الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية	بين مجموعات	350.895	3	116.965	1.573	0.195 غير دالة
	داخل	27213.278	370	74.353		
	مجموع	27564.173	373			

من خلال الجدول السابق يتبين: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05 .

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثاني.

### الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة في الحياة السياسية"، لاسيما قضية المواطنه

-وجود علاقة طردية متوسطة بين الاهتمام بقضية المواطنه ودوافع السياسة، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.

-وجود علاقة طردية متوسطة بين الاهتمام بقضية الدارسه ودوافع الاختيار والتحكم، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.

-وجود علاقة طردية متوسطة بين الاهتمام ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت ( $0.3 > r > 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين الاهتمام بالقضيه ودافع المعرفة والتعلم، حيث كانت ( $0.3 > r$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين الاهتمام بالقضيه ودافع الاتصال والتفاعل الاجتماعي، حيث كانت ( $0.3 > r$ ) وهي دالة عند مستوى 0.05.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين الاهتمام ودافع الترفيه، حيث كانت ( $0.3 > r$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01.

-عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشاركة والاهتمام بقضية المواطنه ودوافع مدى ملاءمة الوسيلة، حيث كانت ( $r$ ) غير دالة عند مستوى 0.05.

مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثالث

### الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم قضية المواطنه ، والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

جدول رقم (11)

العلاقة بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية والإشباع المتحققة لديهم

من استخدام تلك المواقع

تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	قوي	طردى	0.741**	الإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية قوية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم قضية المواطنه والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع، حيث كانت ( $r < 0.6$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01. مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

### مناقشة نتائج الدراسة

- تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الشباب الجامعي المصري يتعامل مع شبكة الإنترنت بنسبة كبيرة جداً؛ وهذا يرجع إلى المستوى الثقافي المرتفع لدى الشباب، بالإضافة إلى الثورة التقنية الكبيرة في مجال الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات التي استفاد منها الشباب بشكل كبير، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (خليل، حمزة 2012)، ودراسة (جنيد، حنان 2003).

- أظهرت نتائج الدراسة استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير؛ وهذا بدوره أدى إلى تكوين المجموعات والصداقات بين الشباب، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة، لها دورها الفاعل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، وهي مصدر يحظى بثقة المشتركين؛ ما أدى إلى سهولة تداول المعلومات، وإقامة الحوارات الإيجابية، وخصوصاً السياسية بين الشباب، وهذا ما اتفق مع دراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (أحمد عبد العال، عالية 2012).

- يستدل من نتائج الدراسة أن من أهم أسباب متابعة أفراد العينة من الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية أنها تساعدهم على تكوين رأي عام حول المشكلات والقضايا المواطنه، بالإضافة إلى إبداء آرائهم في القضايا وهذا مؤشر جيد جداً للشباب المصري؛ يعطي دلالة على كونه مؤهلاً قوياً للمشاركة في مختلف القضايا، أو أية أمور سياسية أو مجتمعية أخرى، وهذا ما اتفق مع دراسة (Hayes R2009)، ودراسة (Shelley, Boulianne 2009).

- تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة عالية من شباب مجتمع الدراسة تستخدم الشبكات الاجتماعية، وجاء موقع (فيس بوك) في الترتيب الأول، باعتباره أفضل مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، يليه (يوتيوب)، ثم (تويتر) الذي أتى في المرتبة الثالثة؛ وهو ما يؤكد انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب من أفراد العينة، وارتفاع نسبة المشتركين فيها، وأن موقع (فيس بوك) كان له تأثير كبير على الشباب للاهتمام لقضية المواطنه 2014، وهذا ما يتفق مع كثير من الدراسات السابقة، ومنها دراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (زكريا خضر، نزمين 2009)، ودراسة (محمد الصعيدي، طارق والقويري، جمال الدين محمد 2007).

- جاءت الموضوعات السياسية وخاصة ما يتعلق بالمواطنه في مقدمة الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا يرجع إلى طبيعة المرحلة التي يعيشها المجتمع المصري من أحداث سياسية جعلت الشباب يندمج فيها، ويقبل عليها، وهذه النتيجة اتفقت ودراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (الخياط، مسعد محمد 2007).

- تشير نتائج الدراسة إلى تنوع دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث جاء دافع التعرف إلى آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الموضوعات الخاصة السياسي والمواطنه، وفي المرتبة الثانية أتى دافع: أستخدمها لأنها

تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة، والأحداث الخاصة المصريه السياسيه والاجتماعيه، ثم دافع: أستخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي في طليعة استخدامات الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية؛ وهذا يرجع إلى أن الاهتمامات السياسية لدى الشباب أصبحت تحتل مكانة متقدمة في استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، ونضجهم السياسي والفكري في نظرهم إلى الواقع الذي يعيشه المجتمع المصري، ولما توفره كذلك مواقع الشبكات الاجتماعية من معلومات غزيرة في شتى المجالات.

- أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر الحصول على المعلومات السياسية لدى الشباب، باعتبارها منافسًا قويًا لوسائل الاتصال التقليدية، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، ويدل ذلك على الإقبال الشديد من جانب الشباب على تلك المواقع؛ للمتابعة والمشاركة

- أظهرت نتائج الدراسة أيضًا أن مواقع الشبكات الاجتماعية أسهمت بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من خلال تشكيل رؤيتهم واتجاهاتهم نحو ما يحيط بهم من متغيرات في الحياة السياسية من خلال إتاحة الفرصة لهم بالتعلق على بعض الأنشطة في إحدى أو عدة صفحات معينة متعلقة وهو ما يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب.

- أظهرت نتائج الدراسة أن الإشباعات السياسية في مقدمة الإشباعات المتحققة لدى الشباب من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا ما اتفق مع عدد من الدراسات السابقة منها دراسة (منصور، محمود 2012)، ودراسة (خليل، حمزة 2012).

### خلاصة النتائج والتوصيات الدراسة:

-توصل الباحث من خلال دراسته أن مواقع التواصل الاجتماعي تفوقت بشكل كبير على وسائل الاعلام التقليديه سواء في المتابعه أو الاهتمام .

- أظهرت نتائج الدراسة استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير؛ وهذا بدوره أدى إلى تكوين المجموعات والصدقات بين الشباب، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة، لها دورها الفاعل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، وهي مصدر يحظى بثقة المشتركين؛ ما أدى إلى سهولة تداول المعلومات، وإقامة الحوارات الإيجابية لذلك

يقترح الباحث في ضوء ماتوصلت إليه الدراسة من نتائج مجموعة من التوصيات والمقترحات، منها إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة، مثل إجراء دراسات على المجتمعات العربية دراسة مقارنة، وخصوصًا المجتمعات نظرا لأهميه المواطنه ودورها في تحقيق استقرار الأوطان ، ونشر الثقافة السياسية بين الشباب المصري بشكل عام؛ مما يحفزهم على ممارسة حقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية الفاعلة، بالإضافة إلى رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي والتشاركي المصري والعربي، وخدمة المجتمع المدني.

## المراجع:

- 1- these four dimensions of Citizenship were-1 4 developed by Ruud Veldhuis, in “Education for Democratic Citizenship: Dimensions of Citizenship, Core Competencies, Variables and International Activities”, Strasbourg, Council of Europe, 1997, document DECS/CIT (97) 23, quoted here from T-Kit 7 – Under Construction, T-Kit on European Citizenship, Council of Europe and European Commission, Strasbourg, 2003
- 2-T-Kit 7 – Under Construction, T-Kit on European Citizenship, Council of Europe and European Commission, Strasbourg, 2003
- 3-Peter Lauritzen, keynote speech on participation presented at the training course on the development of and implementation of participation projects at local and regional level, European Youth Centre, June 2006
- 4- Explanatory Report to the European Convention on Nationality, Article 2, para. 23:  
<http://conventions.coe.int/Treaty/en/reports/html/166.htm#FN2>
- 5- Megan Rowling quoting Thomas Hammarberg, Council of Europe Commissioner for Human Rights in: “Rights Chief urges Europe to make stateless Roma citizens”, AlertNet 23 August :1102 [www.trust.org/alert-net/news/interview-eu-governments-should-give-stateless-roma-citizenship-commissioner](http://www.trust.org/alert-net/news/interview-eu-governments-should-give-stateless-roma-citizenship-commissioner)
- 6- Sherry R. Arnstein, “A Ladder of Citizen Participation”, JAIP, Vol. 35, No. 4, July 1969, p .612
- 7- Roger Hart, Children’s Participation: from Tokenism to Citizenship, UNICEF Innocenti Research Centre, Florence, 1992
- 8- “Youth on the Move”, Analytical Report, European Commission, May 2011 [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_319a\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_319a_en.pdf)
- 9- Resolution of the Committee of Ministers (2008)23 on the youth policy of the Council of Europe
- 10- Have Your Say!, Manual on the revised European Charter on the Participation of Young People in Local and Regional Life, Council of Europe Publishing, 2008
- 11- The Charter is available here: [www.salto-youth.net/downloads/4-17-1510/Revised%20European%20Charter%20on%20the%20Participation%20of%20YP.pdf](http://www.salto-youth.net/downloads/4-17-1510/Revised%20European%20Charter%20on%20the%20Participation%20of%20YP.pdf)
- 12 [www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Coe\\_youth/Participation/Have\\_your\\_say\\_en.pdf](http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Coe_youth/Participation/Have_your_say_en.pdf)
- 13- Learn more on the European Youth Forum  
website: [www.youthforum.org](http://www.youthforum.org) Davis fred D,Bagozzi Fichared ,P,Warshaw ,paul R.,(1998)”user

14- Acceptance of computer Technology :Acomparision of tow Theortical Modeles ,Journal of mangnt science ,,vol.35.No8.p983

١٥- أحمد عمر، حمدي (٢٠١٤). مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي- دراسة فيسوسيلوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر. دورية إعلامالشرق الأوسط، العدد العاشر.

١٦- الخياط، مسعد محمد (٢٠٠٧) دور الإنترنت والصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس.

١٧-الصعيدي، طارق محمد والقوي، جمال الدن محمد (٢٠٠٧) استخدامات الشباب الجامعيلشبكة المعلومات الدولية الإنترنت وتأثيراتها على الترابط الأسري في المجتمع الليبي- دراسة ميدانية. المؤتمر السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي للمواطن العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

١٨-جنيد، حنان (٢٠٠٣) تكنولوجيا الاتصال التفاعلي "الإنترنت" وعلاقتها بدرجة الوعيالسياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (يناير-مارس ٢٠٠٩) كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

١٩-جلال حسن، أشرف (٢٠٠٩) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائلالفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية- دراسة تشخيصيةمقارنة على الشباب وأولياء الامور في ضوء مدخل الإعلام البديل. المؤتمر العلمي الأولوتحديات العصر، فبراير ٢٠٠٩، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٢٠-حبيب، محمد رضا (٢٠٠٧). علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى

المعرفة السياسية للشباب المصري- دراسة تحليلية وميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٢١-خضر، نرمين زكريا (٢٠٠٩). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقعالشبكات الاجتماعية المؤتمر العلمي الأول. الأسرة والإعلام وتحديات العصر، فبراير ٢٠٠٩، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٢٢-روبيرتس، تيمونز وهيت ايمي (٢٠٠٤). من الحداثة إلى العولمة، رؤى ووجهات نظر فيقضية التطور والتغيير الاجتماعي). ترجمة سمير الشبكي). القاهرة: عالم المعرفة، ج١، العدد٣٠٩.

٢٣-سعود البشر، محمود (١٩٩٧) مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.

٢٤-عبد الحميد أحمد، محمد (٢٠٠٩) المدونات- الإعلام البديل. القاهرة: عالم الكتب.

٢٥-عبد السلام، نجوي (١٩٩٨، مايو) أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت.المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام، الإعلام وقضايا الشباب، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.٢٦-عبد القوي، محمود حمدي (٢٠٠٩) دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدالشباب- دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية. المؤتمر العلمي الدولي الخامسعشر- يوليو ٢٠٠٩، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٢٧-مكاوي، حسن عماد وحسين، ليلى السيد (١٩٩٨) الاتصال ونظريات المعاصرة . القاهرة:الدار المصرية اللبنانية.

٢٨-منصور، محمد (٢٠١٢) تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين- دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآدابوالترية، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية بالدانمارك.

29- Baumgartner, J. and Jonathan, M. (2010).My facetube politics: Social-29 networking websites and polit-

- ical engagement of young adults. Social .Science Computer Review, 28, 22-44
- 30- Boroughs, B. ) 2010(. Social working websites and voter turnout (Unpublished M.P.P).
- 31- Georgetown University, Washington, DC., USA Boulianne, S. )2007( Connecting, informing, and mobilizing youth and the advantaged: The role of the Internet in political engagement (Unpublished Doctoral Dissertation).
- 32-The University of Wisconsin, Wisconsin, USA
- 33- Budak, A. (2010). Facebook, Twitter, and Barack Obama: New Media-32 and the 2008 Presidential Elections. Retrieved September 16, 2012, from (ProQuest Dissertations And Theses. (UMI No. 1474900
- 34- Cozma, R. and Ancu, M.) 2009(. My space politics: Uses and Gratification of befriending candidates. Journal of Broadcasting and Electronic Media, (53)4, 567-583
- 35- Denis, M.) 1987(. Mass communication theory: An Introduction, 2ed-34 Edition. London: Sage Publication
- 36- Hayes,R. ) 2008). Providing what they want and need on their own35--turf Social networking, the web and young voters. A Paper presented at the annual of the NCA, 94th annual convention 2008, San Diego, CA.,USA
- 37- Mesbah, H. )1991(. Uses and gratification of television viewing36among Egyptian adults. MA Thesis. Department of Journalism and Mass communication, The American University of Cairo, Egypt
- 38- Raake, J. and Bonds, J.) 2008( My space and Facebook: Applying-37 the uses and gratification theory to exploring friend- networking sites. Cyberpsychology and Behavior, )2(11, 169-174
- 39- Sara,W.E.) 2009(.The internet and Politics: Facebook as A compaing too (M.S Dissertation). University of Central Missouri, Missouri, USA
- 40- Soon, P. H. and Marina, C. S. (2002(. Focus group interview: The.(internet as political campaign medium. Public Relations Quarterly, 47 (4 Urista, M., Dong, Q., and Day, K. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. Human Communication, )2(21, 215-229
- ٤١-سامي طايح، بحوث الإعلام، ط ١ (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١).
- ٤٢-عاطف عدلى العبد.المنهج العلمى فى البحوث الإعلامية. (القاهرة : دار الهانى للطباعة،1999)