استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية

دراسة ميدانية

اعداد/ سامح محمد يوسف الشريف*

اشراف/ أ.د. شريف درويش اللبان**

مقدمة:

في ظل الهيمنة على المشهد الإعلامي، الذي تحوَّلت معظم وسائله إلى أدوات لخدمة أجندة ملاّكها، وتعمل في إطار سياساتهم الإعلامية، ظهرت أهمية المواقع الاجتماعية، التي باتت وسيلة تواصل أساسية، تتيح التعبير عن الآراء وتبادل المعلومات والمشاركة في توجيه الأحداث، ولم يقتصر استخدامها وتوظيفها على فئات الجماهير المختلفة؛ بل امتد إلى مختلف القوى والمؤسسات السياسية والفكرية، الرسمية والأهلية، لتصبح أحد أهم محركات التفاعل مع الأحداث الجارية والقضايا العامة وإنتاج محتوى إعلامي بديل يعبر عن خطاب الجماهير إلى جانب خطاب المؤسسات المختلفة.

وقد شهد العالم العربيّ قفزة كبيرة في دور وسائل التواصل الاجتماعي في حركية المجتمع، فقد لعبت رسائل فيس بوك وتغريدات تويتر دوراً كبيراً في التمهيد للثورة، والتحريض عليها والتحفيز على مواصلتها، وجاءت تسمية الثورة المصريّة باسم (ثورة الفيس بوك) كي تعكس قناعة قويّة بالدور المحوريّ لوسائل التواصل الاجتماعيّ في إشعالها. كما أُنجزت معظم العمليّات التنظيميّة في فضاء فيس بوك، كما أنّ هذه الوسائل قدّمت فضاءً تواصليًّا رحبًا، أتاح لخطاب الثورة بحججه وقناعاته

* باحث دكتوراه

** الاستاذ بقسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

الوصول إلى شريحة ضخمة من الشباب، ومن ثمَّ لعبت دورًا مؤثّرًا في خلق وعي ثوريّ [1].

ولعلّ ما يفسر الدور الكبير للشبكات الاجتماعية، أنها أتاحت التدفق الكبير للمعلومات وتعزيز التواصل بين الأفراد، ما سهّل من دورها في حشد وتعبئة طاقة معنوية معادية لنظام الحكم، وإذا كانت الصحافة قد ساهمت بدور كبير في تشكيل البنية الثقافية للمجتمع المصري منذ القرن التاسع عشر؛ فإن تكنولوجيا المعلومات أخرجت وسائل الاتصال عن سيطرة الدولة ولعبت دوراً في بناء معارضة قوية وساهمت في تشكيل خطاب حداثي [2].

فالمُتتبع للمجال العام المصري بعد ثورة يناير يدرك التحولات الكبرى التي شهدها فيما يتعلق ببنيته والفاعلين الرئيسيين فيه وكيفية إدارة العلاقة بين هؤلاء الفاعلين وبعضهم البعض من جانب وبالسلطة الحاكمة من جانب آخر، فلم يعد هناك حزب حاكم يحتكر لنفسه حق التمثيل داخل المجال العام، بل تعددت وتنوعت بداخل هذا المجال كافة ألوان الطيف السياسي والمجتمعي، وتخلص المجال العام المصري من وصاية النظام وأصبح مجالاً عاماً تعددياً، تمثلت فيه الحركات الاحتجاجية، والائتلافات الشبابية، والأحزاب السياسية الوليدة، فلم يعد تيار أو حزب معين يحتكر لنفسه حق التمثيل داخل المجال العام.

ومن ثم، يتركز موضوع هذه الدراسة في أنماط وطبيعة استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية ودراسة السلوك الاتصالي للشباب المصري وعلاقته بالمواقع الاجتماعية الدور الذي تمارسه هذه المواقع في حياة الشباب المصري والتأثيرات التي تحدثها على الشباب المصري وتحديداً على اتجاهاته السياسية في إطار دور هذه المواقع كفضاء رقمي جديد للعمل السياسي وإنتاج المضامين السياسية، ودوره في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الأحداث.

مشكلة الدراسة:

مع بدء التحولات التي اجتاحت العالم العربي في نهاية عام 2010، والتي لا تزال تفاعلاتها مستمرة حتى الآن، وبالتزامن مع ما شهدته الدولة المصرية من تغيرات سياسية واجتماعية منذ أحداث الخامس والعشرين من يناير 2011 مروراً بأحداث الثلاثين من يونيو 2013 وتداعياتها؛ كان للمواقع الاجتماعية دوراً مهماً في هذه الأحداث، حيث أنها لم تشكّل فقط حلقة وصل بين الجماهير لتبادل المعلومات والخبرات بشأن ما يجري من أحداث؛ لكنها أصبحت أيضاً تمارس دور تجميع الكتلة الحرجة Critical Mass من خلال تشجيع الحشود وتشكيل اتجاهات الجماهير.

ولكون الدعوة لهذه الأحداث تمت من خلال شبكات التواصل، مع تجاهل تام من وسائل الإعلام الرسمية الخاضعة لسيطرة الدولة؛ بحث الشباب عن إعلام بديل يقدم من خلاله مطالب الثورة وأهدافها، وأصبحت المواقع الاجتماعية مجالاً للتعبير عن الآراء [3].

وفي إطار الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في الحياة السياسية؛ فقد طرحت العديد من الدراسات طبيعة المشاركة في المناقشات السياسية للجمهور في الشبكات الاجتماعية، ففي ظل مفهوم "غرف الصدى" Echo Chamber ميزت الدراسات بين الجمهور الذي ينخرط في المناقشات السياسية سواء مع من يوافقونهم أو يعارضونهم الرأى والاتجاه السياسي، أو من يميلون لمصادقة من يتفوقون معهم في الاتجاه السياسي فقط وكأنهم يعيشون في غرفة للصدى [4].

وعلى المستوى المعرفي، تعد الشبكات الاجتماعية من أهم الأماكن التي يتعرف فيها الشباب على المعلومات الضرورية الخاصة بالعملية السياسية في مجتمعاتهم، فهم يتقابلون افتراضياً ويشاركون بدرجة عالية من الفعالية أينما كانوا [5]. وتعمل الشبكات الاجتماعية على تدعيم الممارسة الديمقراطية من خلال إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات، ونشر الوعي السياسي لدي المواطنين، وتدعيم دور

المعارضة السياسية، بالإضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشئون السياسية بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد وهي خطوة أولي للتنمية السياسية.

كما تعد مظهراً جديداً للتطبيع الاجتماعي السياسي، ووسيلة لجذب المواطنين من الشباب إلى الاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية، كما ظهرت توقعات كبيرة تتعلق بإمكانيات الشبكات الاجتماعية في إحداث التعبئة السياسية وإشراك جماعات جديدة مستبعدة عن ممارسة السياسة، كما أصبحت الشبكة مصدراً مهما للمشاركة السياسية من قبل صغار السن الذين لا تجذبهم السياسة عادة كما استطاعت جذب أناس جدد كانوا أقل تمثيلاً في أشكال المشاركة التقليدية. كما تساعد على المدى البعيد على بناء مجتمع مدني متقدم، كما تستخدم المواقع الاجتماعية من قبل التجمعات السياسية والتنظيمات كوسيلة للتحفيز السياسي وخلق الأنصار والمؤيدين والتفوق على المنافسين أو المناقشة وطرح الافكار، وترجع أهمية الشبكات الاجتماعية في عملية التحول الديمقراطي لتزايد القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها وتوسع نطاق النفاذ للشبكة لتشمل قطاعات وفئات اجتماعية عريضة، وتخفيف مستوي الرقابة السياسية على محتوي المواقع الإلكترونية وارتفاع مستوي المشاركة الإلكترونية [6]. وفي ضوء ذلك تحددت مشكلة هذه الدراسة في: رصد وتحليل وتفسير استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية ودورها في تشكيل الاتجاهات السياسية لهم.

أهمية الدراسة:

على المستوى المجتمعي، تلعب المواقع الاجتماعية دوراً مهماً في مسار الأحداث التي تمر بها الدولة المصرية منذ أحداث الخامس والعشرين من يناير 2011 مروراً بأحداث الثلاثين من يونيو 2013 حيث أصبحت تعبر عن مختلف اتجاهات الرأى العام المصري، كما أنها أصبحت من الوسائل الإعلامية الرئيسة في

حياة الشباب المصري يستقون منها معلوماتهم ويعبرون عن آرائهم في مختلف القضايا السياسية والاجتماعية بسهولة وحرية.

وعلى المستوى الأكاديمي، تضيف الدراسة الحالية رصيداً معرفياً حول المواقع الاجتماعية، وطبيعة استخداماتها من جانب الشباب المصري والأدوار التي تقوم بها في حياتهم والتأثيرات التي تحملها على الشباب المصري، ففي ظل التطورات الحالية في الإعلام الاجتماعي الإلكتروني، يصبح من المهم دراسة استخدامات هذه الوسائل ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور والشباب على وجه الخصوص في ظل فترات التحولات السياسية.

أهداف الدراسة:

1) التعرف على أنماط ومعدلات تعرض الشباب المصري للمواقع الاجتماعية.
2) تحليل مستويات وطبيعة وأساليب المشاركة السياسية لدى الشباب المصري.
3) الكشف عن معدلات اهتمام الشباب المصري بإضافة الشعارات السياسية في المواقع الاجتماعية.
4) رصد وتحليل اتجاهات الشباب المصري نحو الشعارات السياسية المقدمة في المواقع الاجتماعية.
5) اختبار العلاقة بين أنماط معدلات تعرض الشباب المصري للمواقع الاجتماعية والشعارات السياسية المقدمة بها وبين اتجاهاتهم السياسية وتقييمهم للتيارات السياسية في المجتمع.

الدراسات السابقة:

تسعى عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي للوقوف على الجوانب النظرية، والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما

يؤدي إلى إثراء البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وقد قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة في مجال دراسته وقسمها إلى المحاور التالية.

المحور الأول: دراسات تناولت الأدوار المختلفة للمواقع الاجتماعية

تتناول هذه المجموعة من الدراسات الأدوار التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يسعى مسح هذه المجموعة من الدراسات إلى الإجابة على تساؤل أساسي مؤداه: ما طبيعة الأدوار التي تؤديها المواقع الاجتماعية سواء على المستوى الشخصي للأفراد أو على مستوى بيئة عمل وسائل الإعلام الجديدة أو على المستوى الكلي العام في المجتمع.

أوضح سليمان صالح أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في لعب دور مهم يتعلق بما يعرف (بالدبلوماسية العامة) التي أصبحت تمارس عبر الشبكات الاجتماعية [7].

وأكد مجدي الداغر أن شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال ارتفاع معدلات تعرُّض الشباب المصري لها واتساع دائرة استخدامها وسهولة الحصول على المعلومة وسرعة نشرها وقِلَّة تكلفتها، أصبحت تمارس دور البديل الإعلامي الذي يواجه الاسقطاب الذي أفرزته وسائل الإعلام التقليدية [8].

كما أثبتت Maurushat وآخرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد شكلاً أكثر فعالية من الأشكال الاتصالية الأخرى من حيث كفاءة الاستخدام والتأثير على الحياة الاجتماعية، ومن هنا جاء تحريكها للأحداث في كل من مصر وتونس [9].

وفي سياق توظيف عمليات تأطير الأحداث وتشكيل الاتجاهات في تويتر؛ سعت كل من Papacharizi & Meraz إلى تحليل عمليتي (التأطير الشبكي) و(حراسة البوابة الإلكترونية) بالتطبيق على أحداث 25 يناير المصرية، وخلصت الدراسة إلى ممارسة مواقع التواصل الاجتماعي لدورين مهمين هما: تأطير الأحداث

بهدف تشكيل الرأي العام، حراسة البوابة من جانب كل من النخبة (Elite) والمستخدمين المهيمنين (Prominent Users)، وذلك عبر عدد من الأدوات التفاعلية أبرزها (الهاشتاج) Hashtag، والإشارة (Mention) [10].

وقد اتضح من دراسة Yosra El Gendi أن مواقع التواصل الاجتماعي عزّزت من القدرة على التعبئة السياسية خلال فترة التحولات السياسية في مصر، من خلال استخدامها من جانب أصحاب التوجهات السياسية المختلفة [11].

على جانب آخر، ونقضاً للنتائج السابقة، من خلال التساؤل البحثي عمّا إذا كانت الثورة المصرية قد تم تغريدها عبر شبكة تويتر، وعبر إطار نظري جديد يؤصّل لشبكات التواصل الاجتماعي على أنها "شكل فرعي للشبكات ذات الصلات الإنسانية غير العميقة"؛ أكدت كل من Berman& Nugent وجود فروق معنوية بين عضوية الشبكات الإلكترونية وعضوية الشبكات التقليدية لصالح الأخيرة، فإذا كانت عضوية الشبكات الإلكترونية تعد أحد عوامل التنبؤ بالسلوك الاحتجاجي لبعض المصريين؛ فإن عضوية الشبكات المؤسسية التقليدية تعد العامل الأفضل تنبؤاً بالسلوك الاحتجاجي لقطاعات أكبر من المصريين [12].

وأوضحت دراسة نوره عبد الله أن مواقع التواصل الاجتماعي مارست دورها في ردم الهوة بين الأفراد وبعضهم البعض من خلال الأدوات التفاعلية [13].

وفي تأصيله النظري لدور المواقع الاجتماعية في فترات الثورات والتحولات السياسية؛ أوضح شريف درويش اللبّان أن الشبكات الاجتماعية تمارس دور الحشد والتعبئة للجماهير [14].

وإلى جانب دور الحشد والتعبئة، فقد أوضحت سلوى سليمان أن الشبكات الاجتماعية تقوم بدور إدارة الأزمة في أوقات التحولات السياسية [15].

وقد وجدت علياء عبد العال أن يوتيوب يتسم بأنه مجال عام يوفر للمستخدمين الفرصة لتبادل الآراء السياسية بحرية والتفاعل والتواصل مع بعضهم البعض [16].

ووجدت Sarah Joseph أن هناك ثلاثة متغيرات للشبكات الاجتماعية سهّلت وعزّزت حدوث ثورات الربيع العربي تتمثل في: الدور غير المحدود، المسئولية، المحاسبة [17].

وأوضحت الأميرة سماح فرج أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً فى تشكيل الهوية السياسية أو الحزبية للفرد من خلال النقاشات السياسية والحزبية بين الأفراد وبعضهم البعض حول أبرز القضايا السياسية [18].

وأكدت نجوى عبد السلام أن شبكات التواصل الاجتماعي وتحديداً (تويتر) تسهم في تشكيل والتعبير عن المزاج العام للمجتمع في فترات الاضطرابات من خلال التدوينات المصغرة التي ينشرها لمختلف الأفراد [19].

وقد أوضح أشرف جلال حسن أن اعتماد الجمهور على الشبكات الاجتماعية في أحداث 25 يناير ساهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو هذه الأحداث [20].

وفي إطار التأصيل النظري لدور المواقع الاجتماعية في الثورات العربية عموماً، أشار Barrie Axford إلى قيامها بهذا الدور من خلال خمسة محاور أساسية: أولها أهمية المحتوى المقدم في المواقع الاجتماعية بالنظر إلى قدرة الوصول العالمي للمواقع الاجتماعية مما يشكّل لها دوراً وتأثيراً عالمياً، ثانيها المدى المحدود لوسائل الإعلام التقليدية المكتوبة والمرئية والمسموعة كمنصّات للحوار العام، وثالثها أهمية المعلومات المتوافرة على المواقع الاجتماعية إلى جانب الدور المحوري لتكنولوجيا المعلومات، ورابعها أهمية الدور الذي يقوم به النشطاء والجمهور من مستخدمي المواقع الاجتماعية، وخامسها تأثيرات وسائل الإعلام الاجتماعي على سير الثورات العربية ومن ثم على نتائجها [21].

وقد خلص Barry وآخرون إلى أن الشبكات الاجتماعية قامت بأدوار مهمة في التغيير في مصر من خلال دورها في تغيير اتجاهات المصريين نحو التغيير السياسي نفسه [22].

وقد عبّرت Madeline Storck عن دور المواقع الاجتماعية في الثورات بوصفها أداة قوية وفّرت الأدوات والمتطلبات الرئيسية للفعل العام، وهو ما تجسد في أحداث الخامس والعشرين من يناير في مصر [23].

وأوضح Gosling وآخرون أنه من بين الأدوار التي تمارسها المواقع الاجتماعية، الطابع الشخصي الذي أكسبته هذه المواقع لوسائل الإعلام، والذي يتضح من خلال المعلومات الشخصية في ملفات وصفحات الأفراد المشاركين في هذه المواقع، وعدد الأصدقاء الذين يتشاركون معهم هذه المعلومات، والاتصالات الشخصية التي يجريها هؤلاء الأفراد، وهو ما يكسب وسائل الإعلام الطابع الشخصي [24].

وأوضحت آمال كمال أن مواقع الشبكات الاجتماعية تسهم في تشكيل ما أسمته الأدبيات الأكاديمية في علم الاجتماع برأس المال الاجتماعي من خلال تحقيق التواصل بين الشباب المصري والتشارك في الآراء والأفكار [25].

المحور الثاني: دراسات تناولت استخدامات المواقع الاجتماعية

تتناول هذه المجموعة من الدراسات استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يسعى مسح هذه الدراسات إلى الإجابة على تساؤل أساسي مؤداه: ما طبيعة وماهية استخدامات الأفراد للمواقع الاجتماعية؟، من خلال تحليل طبيعة علاقة الجمهور بالمواقع الاجتماعية ومعدلات اعتمادهم عليها في التزود بالمعلومات والمعارف وغيرها من الاحتياجات الإعلامية والثقافية والمعلوماتية، وكذلك تحليل لرؤية الجمهور تجاه هذه المواقع ودورها في خدمة قضاياهم.

وأظهرت الدراسة التي نشرت في تقرير "وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي" عن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، أن أكثر وسيلة يدخل من خلالها المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي هي الهواتف الذكية [26].

وأوضحت انشراح الشال أن استخدام الشباب الجامعي المصري لفيس بوك كان متوسطاً في متابعته لأحداث الخامس والعشرين من يناير، وكان الذكور أكثر استخداماً من الاناث [27].

وأكدت فاطمة الزهراء وبسنت العقباوي أن دوافع استخدام المواقع الاجتماعية من جانب الشباب السعودي تحددت في تعميق العلاقات الشخصية بالمعارف والأصدقاء وتجربة شيء جديد لإشباع حب الاستطلاع أو تبادل المعلومات والأفكار والخبرات المفيدة مع الآخرين [28].

وبيّنت دينا عرابي وبسنت العقباوي أن اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي جاء بسبب: مصداقية معلوماتها، سرعتها في نقل الأخبار، حريتها في مناقشة قضايا المجتمع، تنوعها في إعطاء فكرة عن كل ما يحصل في العالم، انفرادها بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى، كونها تعبر عن رأيي ورأي المجتمع بأكمله، تقدم تغطية حية للأحداث من موقعها، تميز المضمون الخبري فيها بالثقة [29].

وأوضح شريف درويش اللبان أن الشباب المصري استخدم الشبكات الاجتماعية كآلية لحشد الجماهير ودعوتهم إلى الثورة في أحداث 25 يناير [30].

وبيّن Bouvier & Barry أن دوافع الطلاب العرب لاستخدام فيس بوك تتمركز حول التعبير عن أنفسهم من خلال الكتابة على الحائط، في حين تتمركز دوافع الطلاب الإنجليز على إرسال الرسائل الخاصة [31].

وأكد Pelling وآخرون أن هناك عدة عوامل تؤثر على استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في: اتجاهات المستخدمين المسبقة، الضوابط الأخلاقية للمستخدمين، الهوية الذاتية لهم [32].

وأظهر Young أن أبرز استخدامات الفيس بوك تتعلق بثلاث مظاهر هي: تحقيق والمحافظة على الاتصال، تسهيل إجراء الاتصال بالأصدقاء الافتراضيين، القبول بظاهرة الاتصال عبر الفيس بوك [33].

وأوضحت Azza Mohamed أن استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي يحدده اعتبارات تتعلق بالخصوصية في الاستخدام، فقد ثبت وجود علاقة بين الخصوصية وميل الأفراد لتقديم معلومات شخصية عنهم على هذه المواقع، واتضح أن الإناث كانوا أكثر اهتماماً من الذكور بحماية خصوصية معلوماتهم الشخصية، وتبين أن الجمهور المصري أكثر استخداماً لهذه المواقع وأكثر ثقة فيها من الجمهور الإماراتي [34].

وأكد Thomas&Harrison وجود علاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية والأغراض التعليمية، حيث اتضح أن المتعلمين للغات مختلفة يحاولون استكشاف علاقات جديدة أكثر من المحافظة على العلاقات القائمة بالفعل [35].

المحور الثالث: دراسات تناولت تأثيرات المواقع الاجتماعية

استهدفت هذه المجموعة من الدراسات رصد وتحليل التأثيرات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت هذه التأثيرات على المستوى الفردي أو على المستوى المجتمعي. وقد سعت هذه الدراسات لاختبار تأثيرات المواقع الاجتماعية من خلال مسارين أولهما ميدانياً وثانيهما تجريبياً.

وقد أشارت همّت السقا، من خلال اختبار فروض نظرية الشخص الثالث، إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحمل العديد من المخاطر والتأثيرات على الشباب وخاصة فيما يتعلق بالجانب الأخلاقي والقيمي [36].

وأكد ممدوح السيد شتلة وحنان كامل مرعي أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية أسهم في دفع الشباب للمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 [37].

وأوضح أحمد رفاعي أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في إكساب الأفراد القيم السياسية المختلفة [38].

وأشار عبد الصادق حسن إلى أن المواقع الاجتماعية، من خلال زيادة معدلات متابعتها خلال السنوات الأخيرة، تؤثر على استخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية [39].

وتوصلت إيمان حسني إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي تعزز من تكوين الاتجاهات التعصبية كأحد أشكال تأثيراتها السلبية على الجمهور المستخدم [40].

كما أوضح مصطفى الجزيري وآخرون وجود علاقة دالة بين استخدام المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وبين مشاركتها في الانتخابات الرئاسية عام 2012[41].

ومن الدراسات الرائدة التي وظّفت مدخل الإطار الإعلامي لتحليل مضامين وسائل التواصل الاجتماعي للوقوف على تأثيراتها إبّان أحداث 25 يناير؛ دراسة Hamdy & Gomaa والتي قامت بتحليل مضمون صفحة (كلنا خالد سعيد) على فيس بوك كما تتبعت التغريدات التي نشرت عبر هاشتاج #ثورة# 25 يناير عبر تحديث الحالة النصي والصور والفيديو، وخلصت إلى أن تأطير وسائل التواصل

الاجتماعي للأحداث عبر إطار الاهتمامات الإنسانية أدى إلى تشكيل الرأي العام[42].

وقد أكد حسني عوض، من خلال تصميم تجريبي على مجموعة من الشباب العراقي قبل التعرض للتجربة وبعد التعرض، وجود فروق بين الحالتين لصالح تنمية الاحساس بالمسئولية الاجتماعية لدى الشباب بعد التعرض للتجربة، وخلص إلى أن المواقع الاجتماعية تؤثر على تشكيل الإحساس بالمسئولية المجتمعية للأفراد [43].

كما أثبت جارح العتيبي أن استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لقيس بوك يقلل من استخدام وسائل الاعلام التقليدية [44].

وأوضح Vansoon في دراسة على (1600) شاب من مستخدمي شبكات التواصل في بريطانيا، أن أكثر من نصف مستخدمي فيس بوك ويوتيوب يقضون وقتاً أطول مع هذه المواقع من الوقت الذي يقضونه مع أصدقاءهم الحقيقيين ويتحدثون عبر الهاتف بشكل أقل وهو ما أثر على علاقاتهم الاجتماعية المباشرة [45].

كما أوضحت مها صلاح التأثير المتزايد لاستخدام مواقع الفيديو التشاركي على عادات وأنماط استخدام الجمهور للمواد التلفزيونية، حيث ثبت أن مستخدمي هذه المواقع أكثر نزوعاً للتعرض لأجندة قضايا أقل اتساعاً وشمولاً من تلك التى يتعرض لها جمهور الإعلام التقليدي [46].

وقد أثبت Pollet وآخرون أن المستخدمين للمواقع الاجتماعية مقارنة بغير المستخدمين ليس لديهم ألفة تجاه أصدقائهم المشتركين معهم في علاقات اجتماعية حقيقية [47].

التعقيب على الدراسات السابقة:

- تنوعت الدراسات التي تناولت المواقع الاجتماعية سواء كانت عربية أم أجنبية، وإن كانت الدراسات الأجنبية قد سبقت الدراسات العربية في تناول

المواقع الاجتماعية واتسمت باتساع المجال البحثي لها في دراسة هذه المواقع.

- تنوعت وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة التي اهتمت الدراسات السابقة بتناولها ما بين (مواقع التواصل الاجتماعي–المدونات–مواقع الفيديو التشاركي).
- اعتمدت دراسات المواقع الاجتماعية على العديد من الأطر النظرية المفسرة لعلاقة الجمهور بهذه المواقع على مستويين، أولهما استخدام الجمهور للمواقع الاجتماعية من خلال الاستخدامات والاشباعات والاعتماد على وسائل الإعلام، وثانيهما التأصيل النظري لتأثيرات المواقع الاجتماعية من خلال تأثير الشخص الثالث.

الإطار النظري للدراسة:

المدخل الشامل للاتجاه:

إن الاتجاه يعد أحد أهم مكونات الرأي العام، حيث يمثل موضوعاً مشترطاً بين عدد من المجالات البحثية وهي علم النفس الاجتماعي، وعلم النفس السياسي، وعلم الاجتماع، وعلم الإعلام.

والاتجاه، كمكون نفسي، يبني أساساً على خبرات الفرد سواء أكانت مباشرة أو غير مباشرة بالواقع الاجتماعي، ومن ثم تبدو الأهمية المتزايدة لدور وسائل الإعلام، والمواقع الاجتماعية الإلكترونية الجديدة على وجه الخصوص، في تشكيل اتجاهات الجمهور السياسية [48].

ويعتبر الاتجاه من أهم العوامل الوسيطة التي ترتبط بعملية الاتصال، كما يعتبر من جهة أخرى متغير مستقل أو متغيراً تابعاً وذلك وفقاً لمكانته والدور الذي يلعبه في إطار عناصر التأثير الإعلامي. فهو متغير مستقل من حيث تأثيره في

المرحلة التالية له وهي السلوك الذي يقوم به الفرد في المجتمع، وقد يكون تابعاً من حيث تأثره بوسائل الإعلام سواء التقليدية أو الجديدة والمعارف والمحتويات والمضامين التي تقدمها لأفراد الجمهور.

وتعتمد الدراسة على المدخل الشامل للاتجاه من خلال دراسة الاتجاه كمتغير تابع يتأثر بالمواقع الاجتماعية الرقمية والمحتوى الإعلامي الذي تقدمه من معارف ومعلومات وآراء وتوجهات يتعرض لها الشباب المصري، ومن ثم قد يتأثر بها نتيجة استخدامه لهذه المواقع مما يحدث تأثيرات متراكمة على الاتجاهات السياسية للشباب المصري تجاه أهم وأبرز القضايا التي تمثل الواقع السياسي المصري وأهم الأطراف والقوى الفاعلة التي تشكل هذا الواقع.

تساؤلات الدراسة:

1. ما كثافة تعرض الشباب المصري عينة الدراسة للمواقع الاجتماعية؟
2. لماذا يتعرض الشباب المصري عينة الدراسة للمواقع الاجتماعية؟
3. ما ملامح الدور الذي تلعبه المواقع الاجتماعية في حياة الشباب المصري؟
4. كيف يستجيب الشباب المصري للأنشطة السياسية التي تدعو لها المواقع الاجتماعية؟
5. ما طبيعة العلاقة بين تعرض الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وبين اتجاهاته السياسية؟ وما أسباب وملامح هذه العلاقة؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وبين مستويات مشاركتهم السياسية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وبين مستويات التسامح السياسي.

الفرض الثالث: يؤثر استخدام المواقع الاجتماعية على اتجاهات الشباب السياسية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية ذات البعد التحليلي وتعتمد الدراسة على منهج المسح بهدف الرصد العلمي لاستخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وتأثيرها على اتجاهات الشباب السياسية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

عينة الدراسة:

تم تحديد حجم العينة ليكون (400) مفردة من الشباب المصري في المرحلة العمرية (18- 35) عام، في ضوء عدد من الاعتبارات العلمية، أولها أن فئة الشباب تعد من فئات الجمهور التي تختلف في المتغيرات الديموجرافية، ولهذا تكون دراسة هذه الفئة التي تحتوى على مفردات غير متجانسة في خصائصها الديموجرافية (كالنوع والتعليم والحالة الاجتماعية والمستوى الاقتصادي الاجتماعي ومكان الإقامة والانتماء السياسي والتوجهات الفكرية) من خلال حجم عينات كبير يصل إلى (400) مفردة فأكثر، وثانيها أن الدراسات والبحوث السابقة اتجهت إلى دراسة فئة الشباب من خلال عينات تتراوح بين (300- 400) مفردة، وفي ضوء الاعتبارات العلمية السابقة، وفي ضوء الدراسات السابقة، فقد تم تحديد حجم العينة ليكون (400) مفردة من الشباب المصري في المرحلة العمرية ما بين (18- 35) عام.

وقد اعتمدت الدراسة الحالية على العينة العشوائية الطبقية، ففي حالات عديدة تكون وحدات المجتمع غير متجانسة في الظاهرة محل الدراسة، ويتم اللجوء إلى العينة العشوائية الطبقية لزيادة فرصة تمثيل خصائص المجتمع في العينة، وقد تم

تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات وفقاً لمتغير مكان الإقامة أو المحافظة التي يقيم بها المبحوث، ومن ثم فقد تم الحصول على الطبقات أو المحافظات التالية: محافظة القاهرة ممثلة لإقليم القاهرة الكبرى، محافظة الإسكندرية ممثلة للمحافظات الساحلية، محافظة سوهاج ممثلة لصعيد مصر، محافظة كفر الشيخ ممثلة لمحافظات الدلتا، محافظة السويس ممثلة لمحافظات القناة. وقد تم الاعتماد على أسلوب التوزيع المتساوي بأن تكون أحجام العينات المسحوبة من الطبقات متساوياً، خاصة أن أسلوب التوزيع المتناسب، الذي تكون فيه أحجام العينات المسحوبة من الطبقات حسب نسبتها في المجتمع، يحتاج لوجود احصاءات دقيقة عن أعداد الشباب في المرحلة العمرية (18- 35) في كل محافظة، وينبغي الإشارة إلى أن الكتاب الإحصائي السنوي الذي يصدره الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء يقدم أعداد سكان كل محافظة على حدة بشكل عام دون توضيح لتعداد كل فئة عمرية بمفردها.

وفيما يلي عرض للمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

الخصائص	ك	%
النوع:		
ذكر	254	63.5
أنثى	146	36.5
العمر:		
23- أقل من 30	150	37.5
30- 35	130	32.5
18- أقل من 23	120	30
الدخل الشهري:		
أقل من 1000 جنيه	246	61.4
من 1000 إلى أقل من 3000	125	31.3
من 3000 إلى أقل من 6000	25	6.3
6000 فأكثر	4	1
نوع السكن:		
تمليك	218	54.5
إيجار	182	45.5

التوجه السياسي:		
غير محدد	150	37.5
إسلام سياسي	120	30
ليبرالي	70	17.5
غير محدد	150	37.5
الانتماء الحزبي:		
غير منتمي	240	58.8
منتمي	160	41.2
الحالة الاجتماعية:		
أعزب	328	82
متزوج	69	17.2
أرمل / مطلق	3	0.8
المستوى التعليمي:		
حاصل علي مؤهل جامعي	160	40
طالب جامعي	120	30
مؤهل متوسط	60	15
مؤهل فوق الجامعي	40	10
مؤهل أقل من المتوسط	20	5
المهنة:		
طالب	120	30
موظف إداري	100	25
أعمال حرة	50	12.5
لا يعمل	45	11.3
عضو هيئة تدريس بالجامعة	30	7.5
مدرس	19	4.8
محاسب	14	3.5
مهندس	9	2.2
ممرض	5	1.3
ربة منزل	4	1
طبيب	3	0.7
محامي	1	0.2
نوع الحي:		
متوسط	243	60.7
شعبي	100	25
راقي	57	14.3
إجمالي العينة	**400**	

وقد اعتمدت الدراسة الحالية على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة الشخصية، وقد تم الاعتماد على الصدق الظاهر Face Validity الذي يتم فيه تقييم أداة القياس من جانب المحكمين (*) وقد تم تطبيق الدراسة من شهر يناير وحتى شهر مارس عام 2015. وقد قام الباحث باختبار ثبات صحيفة الاستقصاء مع نفسه بنظام التطبيق ثم إعادة تطبيق صحيفة الاستقصاء على (10%) من عينة الدراسة البالغ عددهم 400 مفردة بواقع (40) مفردة بعد أسبوعين من إجراء التطبيق الأول، وقد تحقق ثبات المقياس بنسبة 92% وهو معامل على درجة مقبولة لثبات صحيفة الاستقصاء بالمقابلة، ويشير إلى صلاحيتها للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها – بعد ترميزها – إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ Statistical Package For Social Sciences وذلك باللجوء إلى معامل جاما واختبار سبيرمان وتحليل الانحدار الخطي البسيط وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

مفاهيم الدراسة:

- **المواقع الاجتماعية:** إن مفهوم "مواقع الشبكات الاجتماعية" أو "المواقع الاجتماعية" أو "الإعلام الاجتماعي" مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. وقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، لكن التعريف الجامع لهذه لمواقع هو الذي يرى أنها تلك المواقع الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين إنتاج ومشاركة المحتوى الخاص بها (49).
- **الاتجاهات السياسية:** الاتجاه حالة من الاستعداد العقلي والعصبي تنشأ خلال التجارب والخبرات التي تمر بالإنسان وتؤثر على استجاباته بالموافقة أو عدم

الموافقة تجاه موضوعات معينة تجعله يقبل عليها ويحبذها أو يميل عنها ويرفضها، فهو يضفي عليها إما معايير موجبة أو سالبة تختلف درجتها حسب قوة انجذابه إليها أو نفوره عنها، وهذه الموضوعات تكون إما أشياء أو أشخاص أو جماعات أو أفكار أو مبادئ [50]. والاتجاهات التي تخضعها الدراسة للاختبار هي الاتجاهات السياسية للشباب المصري عينة الدراسة، وتحديداً اتجاهات الشباب نحو العملية السياسية ومختلف الأطراف الفاعلة فيها.

نتائج الدراسة:

تعرض الدراسة فيما يلي نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

جدول رقم (2)

يوضح معدل استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية

معدل استخدام المواقع الاجتماعية	ك	%
كل يوم	238	59.5
أكثر من يوم فى الأسبوع	83	20.7
على فترات متباعده	50	12.5
مره واحده فى الأسبوع	29	7.3
المجموع	**400**	**100**

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

تستخدم النسبة الأكبر من المبحوثين من الشباب المصري عينة الدراسة (59.5%) المواقع الاجتماعية يومياً، في حين يستخدمها أكثر من مرة أسبوعياً (20.7%) من مفردات العينة، ويستخدمها على فترات متباعدة (12.5%) من عينة الدراسة، وأخيراً يستخدمها مرة واحدة أسبوعياً (7.3%) من العينة. ويتبين من النتائج السابقة أن

النسبة الأكبر من الشباب المصري تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي، بما يشير إلى أن استخدامهم لهذه المواقع أصبح عادة إتصالية يومية يقومون بها لدوافع متعددة تختلف من فرد إلى آخر، وهو ما يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت إحدى وسائل الإعلام الرئيسية في حياة الشباب المصري يستخدمونها لإشباع العديد من الرغبات ولتحقيق عدة حاجات لديهم باختلاف السمات الشخصية والحاجات الاتصالية والاجتماعية والنفسية لكل فرد.

جدول رقم (3)

يوضح المواقع الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعتها

المواقع الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعتها	ك	%
فيس بوك Facebook	371	92.8
يوتيوب Youtube	165	41.3
تويتر Twitter	95	23.8
جوجل بلس Google+	89	22.3
انستجرام Instgram	37	9.3
ماى سبيس Myspace	6	1.5
جملة من سئلوا	**400**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاء "فيس بوك" Facebook في صدارة المواقع الاجتماعية التي يستخدمها المبحوثون من الشباب المصري عينة الدراسة بنسبة (92.8%)، وتلاها في المرتبة الثانية "يوتيوب" Youtube بنسبة (41.3%)، ثم "تويتر" Twitter في المرتبة الثالثة بنسبة (23.8%)، وفي المرتبة الرابعة "جوجل بلس" Google+ بنسبة (22.3%)، ثم "انستجرام" Instgram في المرتبة الخامسة بنسبة (9.3%)، وفي المرتبة السادسة

والأخيرة جاء "ماي سبيس" Myspace بنسبة (1.5%). ويتضح من هذه النتيجة أن أكثر المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب المصري هى فيس بوك، ويمكن تفسير هذا التفوق الكبير لهذه الشبكة الاجتماعية بإتاحتها العديد من الأدوات التفاعلية التي لا تتوفر في الكثير من الشبكات الاجتماعية، وعدم اقتصارها على جانب واحد يتعلق بالصور أو الفيديو على سبيل المثال، وعدم تقييد رغبة المستخدمين في الكتابة بعدد معين من الكلمات، إلى جانب أدوات التواصل النصي والصوتي وإرسال الملفات ومصادقة أكبر عدد من الأصدقاء ومتابعة عدد أكبر من الشخصيات.

جدول رقم (4)

يوضح دوافع استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية

دوافع استخدام المواقع الاجتماعية	ك	%
المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب والمعارف	274	68.5
لمعرفة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية	233	58.3
التسليه والترفيه وقضاء وقت الفراغ	166	41.5
معرفة ما هو جديد في المجالات التي تهتم بها وتشترك فيها	112	28
الانخراط فى الأحداث السياسية التى تمر بها البلاد	100	25
التواصل مع الفعاليات المعلن عنها عبر الموقع	78	19.5
إعلان موقفى من الأحداث من خلال التعبير عن رأيى وأفكاري	56	14
الدعوة لحدث معين	27	6.8
جملة من سئلوا	**400**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاء في صدارة دوافع استخدام المواقع الاجتماعية من جانب المبحوثين من الشباب المصري عينة الدراسة "المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب والمعارف" بنسبة (68.5%)، وتلاها في المرتبة الثانية "لمعرفة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية" بنسبة (58.3%)، ثم "التسليه والترفيه وقضاء وقت الفراغ" في المرتبة الثالثة بنسبة (41.5%)، وفي المرتبة الرابعة "معرفة ما هو جديد فى المجالات التى تهتم

بها وتشترك فيها" بنسبة (28%)، ثم "الانخراط في الأحداث السياسية التي تمر بها البلاد" في المرتبة الخامسة بنسبة (25%)، وفي المرتبة السادسة جاء "التواصل مع الفعاليات المعلن عنها عبر الموقع" بنسبة (19.5%)، وفي المرتبة السابعة جاء "إعلان موقفي من الأحداث من خلال التعبير عن رأيي وأفكاري" بنسبة (14%)، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة "الدعوة لحدث معين" بنسبة (6.8%). ويتضح من هذه النتيجة أن أكثر ما يدفع الشباب المصري لاستخدام المواقع الاجتماعية المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب والمعارف، حيث لوحظ تفوق هذا الجانب الذي يرتبط بالتواصل الاجتماعي على جوانب معرفية أخرى تتعلق بملاحقة آخر الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية، ورغم أن هذه الدراسة أجريت على الشباب المصري وفي أعقاب ما يقرب من خمسة أعوام من الأحداث السياسية الكبيرة التي مر بها الوطن؛ إلا أنه يتضح أن تفوق دوافع المشاركة الاجتماعية على دوافع المعرفة والمتابعة والإحاطة السياسية يمكن إرجاعه إلى حالة من الملل التي تعقب حالات الاستقطاب السياسي الحاد.

جدول رقم (5)

يوضح معدلات استخدام الأنشطة التي توفرها المواقع الاجتماعية من جانب المبحوثين

مدى استخدامها / الأنشطة	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابى المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%	
إضافة صور أو فيديو	167	41.8	177	44.3	56	14	2.5500
المحادثة	248	62	124	31	28	7	2.3075
إنشاء مناسبات	65	16.3	133	33.3	202	50.5	2.2775
التعليق	153	38.3	188	47	59	14.8	2.2350
الإشارة للأصدقاء	124	31	187	46.8	89	22.3	2.0875
مشاركة الروابط المختلفة	110	27.5	197	49.3	93	23.3	2.0425
تحديث الحالة	106	26.5	167	41.8	127	31.8	1.9475
تحميل الفيديو	79	19.8	147	36.8	174	43.5	1.7625
ممارسة الألعاب	77	19.3	129	32.3	194	48.5	1.7075
متابعة الأخبار أو الصور أو الفيديو	189	47.3	145	36.3	66	16.5	1.6575
إنشاء صفحة أو جروب	54	13.5	131	32.8	215	53.8	1.5975

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاءت في صدارة الأنشطة التي توفرها المواقع الاجتماعية للمبحوثين من الشباب المصري عينة الدراسة "إضافة صور أو فيديو" بمتوسط حسابي مرجح قدره (2.5500)، وتلاها في المرتبة الثانية "المحادثة" بمتوسط حسابي مرجح قدره (2.3075)، ثم "إنشاء مناسبات" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مرجح قدره (2.2775)، وفي المرتبة الرابعة "التعليق" بمتوسط حسابي مرجح قدره (2.2350)، ثم "الإشارة للأصدقاء" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي مرجح قدره (2.0875)، وفي المرتبة السادسة جاءت "مشاركة الروابط المختلفة" بمتوسط حسابي مرجح قدره (2.0425)، وفي المرتبة السابعة جاءت "تحديث الحالة" بمتوسط حسابي مرجح قدره (1.9475)، وفي المرتبة الثامنة "تحميل الفيديو" بمتوسط حسابي مرجح قدره (1.7625)، وفي المرتبة التاسعة "ممارسة الألعاب" بمتوسط حسابي مرجح قدره (1.7075)، وجاء "متابعة الأخبار أو الصور أو الفيديو" في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي مرجح قدره (1.6575)، وفي المرتبة الحادية عشرة والأخيرة "إنشاء صفحة أو جروب" بمتوسط حسابي مرجح قدره (1.5975). واتساقاً مع نتيجة الجدول السابق؛ اتضح أن أكثر الأنشطة التي يرى الشباب المصري أن المواقع الاجتماعية توفرها كانت إضافة صور أو فيديو إلى جانب المحادثة وهو ما يرتبط بدوافع استخدامه لهذه المواقع، حيث كانت المشاركة الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب والمعارف في صدارة هذه الدوافع، وهو ما يوضح أن دوافع الشباب لاستخدام المواقع الاجتماعية ارتبطت أكثر بجوانب التواصل الاجتماعي مع المعارف والأصدقاء.

جدول رقم (6)

يوضح علاقة المبحوثين بالمواقع الاجتماعية

الإتجاه / العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		المتوسط الحسابى المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أستخدمها أحياناً كوسيلة تكميلية مع وسائل الإعلام التقليدية	65	16.3	186	46.5	110	27.5	21	5.3	18	4.4	3.6475
أعتبر المواقع الاجتماعية من روتين حياتى اليومية	105	26.3	122	30.5	92	23	41	10.2	40	10	3.5275
أصبح بإمكاني استخدام المواقع الاجتماعية بديلاً لوسائل الاتصال الأخرى	78	19.5	130	32.5	109	27.3	47	11.7	36	9	3.4175
لا أستطيع الاستغناء عن المواقع الاجتماعية يومياً إلا للضرورة القصوى	73	18.3	94	23.5	91	22.8	90	22.4	52	13	3.1150
عندما ينقطع الاتصال بالانترنت لا أجد ما يغنيني عن المواقع الاجتماعية	64	16	73	18.3	93	23.3	105	26.3	65	16.2	2.9150
يمكنني أن أترك وسائل الترفيه المختلفة من أجل متابعة المواقع الاجتماعية	48	12	82	20.5	108	27	112	28	50	12.5	2.9150

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

من خلال تحليل آراء واتجاهات المبحوثين من الشباب المصري عينة الدراسة عن علاقتهم بالمواقع الاجتماعية، اتضح تصدر عبارة "أستخدم المواقع الاجتماعية أحياناً كوسيلة تكميلية مع وسائل الإعلام التقليدية" بمتوسط حسابي مرجح بلغ (3.6475)، وجاءت عبارة "أعتبر المواقع الاجتماعية من روتين حياتي اليومية" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي مرجح بلغ (3.5275)، كما حازت عبارة "أصبح بإمكاني استخدام المواقع الاجتماعية بديلاً لوسائل الاتصال الأخرى" على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي مرجح بلغ (3.4175)، وحازت عبارة "لا أستطيع الاستغناء عن المواقع الاجتماعية يومياً إلا للضرورة القصوى" على المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي مرجح قدره (3.1150)، وتلاها في المرتبة الخامسة بالتساوي كل من "عندما ينقطع الاتصال بالانترنت لا أجد ما يغنيني عن المواقع الاجتماعية" وعبارة "يمكنني أن

أترك وسائل الترفيه المختلفة من أجل متابعة المواقع الاجتماعية" متوسط حسابي مرجح قدره (2.9150) لكل منهما. ويتضح من الآراء السابقة للمبحوثين العلاقة الوثيقة التي تربطهم بالمواقع الاجتماعية والمؤشرات التي تؤكد ذلك أنهم يوافقون على استخدامها (أحياناً) كوسيلة تكميلية مع الوسائل الإعلامية التقليدية، لكنهم في الأحوال العادية يعتبرون المواقع الاجتماعية من روتين حياتهم اليومية، كما أصبح بإمكانهم استخدام المواقع الاجتماعية بديلاً لوسائل الاتصال الأخرى، ولا يستطيعون الاستغناء عنها يومياً إلا للضرورة القصوى، وهى كلها مؤشرات توضح أن المواقع الاجتماعية أصبحت الوسيلة الإعلامية الأساسية في حياة الشباب المصري.

جدول رقم (7)

يوضح مدى تلبية الدعوات الموجهة للمبحوثين للمشاركة السياسية عبر المواقع الاجتماعية

مدى تلبية الدعوات الموجهة	ك	%
لا	179	44.7
أحياناً	105	26.3
نادراً	70	17.5
دائماً	46	11.5
المجموع	**400**	**100**

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

أوضحت النسبة الأكبر من المبحوثين من الشباب المصري عينة الدراسة بنسبة (44.7%) أنها لم تلبي الدعوات الموجهة في المواقع الاجتماعية للمشاركة السياسية، وتلاهم في المرتبة الثانية من أوضحوا أنهم قاموا بتلبية الدعوات الموجهة في المواقع الاجتماعية للمشاركة السياسية أحياناً بنسبة بلغت (26.3%)، وفي المرتبة الثالثة جاء من أكدوا أنهم قاموا بتلبية الدعوات الموجهة في المواقع الاجتماعية للمشاركة السياسية نادراً بنسبة (17.5%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاء من أوضحوا أنهم قاموا بتلبية الدعوات الموجهة في المواقع الاجتماعية للمشاركة السياسية دائماً بنسبة (11.5%). ويتضح من النتائج السابقة أن ما نسبته (55.3%) من المبحوثين قاموا بتلبية دعوات عبر المواقع الاجتماعية المختلفة للمشاركة السياسية في أحداث وقضايا

المجتمع المصري بنسب ودرجات مختلفة تتراوح من دائماً إلى نادراً، مقابل ما نسبته (44.7%) من المبحوثين لم يقوموا بتلبية دعوات عبر المواقع الاجتماعية المختلفة للمشاركة السياسية في أحداث وقضايا المجتمع المصري، وتشير النسبة الحالية للمشاركة السياسية بين الشباب المصري إلى النصف تقريباً، ورغم أن المشاركة السياسية للشباب المصري ارتفعت نسبتها بعد أحداث الخامس والعشرين من يناير وتزايد الحراك السياسي في المجتمع المصري، في ظل إحساس الجماهير المصرية بفاعلية مشاركتهم وجدواها، والتي أدت إلى تنحي الرئيس الأسبق مبارك؛ إلا أنه لابد من مراعاة متغير آخر أظهرته نظرية دوامة الصمت يتعلق بتخوف بعض المبحوثين من الإفصاح عن حقيقة توجهاتهم ونواياهم السلوكية وسلوكياتهم، وهو متغير قد يشير إلى إمكانية إحجام بعض المبحوثين عن الإفصاح عن مشاركتهم السياسية.

جدول رقم (8)

يوضح الأنشطة السياسية التي شارك فيها المبحوثون استجابة لدعوات المواقع الاجتماعية

الأنشطة السياسية التى شارك فيها المبحوثون	ك	%
الإدلاء بالصوت في الانتخابات	117	52.9
إعتصام أو تظاهرة	77	34.8
حضور ندوة أو مؤتمر سياسي	66	29.9
مقاطعة حدث أو منتج معين	58	26.2
المشاركة في حملة انتخابية لمرشح	42	19
التوقيع على عريضة أو قائمة بمطالب سياسية	23	10.4
الانضمام لحزب أو حركة	22	10
إنشاء جروب سياسي على المواقع الاجتماعية	21	9.5
جملة من سئلوا	**221**	

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

جاء "الإدلاء بالصوت في الانتخابات" في صدارة الأنشطة السياسية التى شارك فيها المبحوثون من الشباب المصري عينة الدراسة استجابة للدعوات الموجهة عبر المواقع الاجتماعية بنسبة (52.9%)، وتلاها في المرتبة الثانية "اعتصام أو تظاهرة" بنسبة بلغت (34.8%)، وفي المرتبة الثالثة جاء "حضور ندوة أو مؤتمر سياسي" بنسبة (29.9%)، وفي المرتبة الرابعة جاء "مقاطعة حدث أو منتج معين" بنسبة

(26.2%)، وجاء في المرتبة الخامسة "المشاركة في حملة انتخابية لمرشح" بنسبة (19%)، ثم "التوقيع على عريضة أو قائمة بمطالب سياسية" في المرتبة السادسة بنسبة (10.4%)، وفي المرتبة السابعة "الانضمام لحزب أو حركة" بنسبة (10%)، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة "إنشاء جروب سياسي على المواقع الاجتماعية" بنسبة (9.5%). ويتضح من النتائج السابقة أن اتجاه الشباب المصري نحو المشاركة السياسية كنتيجة للتعرض للمواقع الاجتماعية تركز على المشاركة السياسية الإيجابية، حيث أن الإدلاء بالصوت في الانتخابات يعد مؤشراً فاعلاً على التغيير السياسي في الأنظمة الديمقراطية التي تأخذ بنظام التمثيل النيابي والاقتراع المباشر لانتخاب نواب البرلمان ورئيس الدولة، حيث تفوق ذلك السلوك أو النشاط السياسي بشكل ملحوظ على المشاركة في التظاهرات والاعتصامات.

جدول رقم (9)

يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الشأن السياسي ومواقف الأطراف الفاعلة

اتجاهات المبحوثين / الشأن السياسي	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		المتوسط الحسابي المرجح
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
رموز الحزب الوطني الفاسدة عادت إلى المشاركة السياسية	151	37.8	119	29.8	89	22.3	23	5.8	18	4.5	3.9050
الأحزاب السياسية كيانات هشة وليس لها دور	157	39.3	91	22.8	104	26	28	7	20	5	3.8425
مصر تواجه مخاطر اقتصادية في الوقت الراهن	143	35.8	129	32.3	62	15.5	47	11.8	19	4.8	3.8250
أركان الدولة مهددة بسبب المؤامرات الدولية	112	28	134	33.5	83	20.8	39	9.8	32	8	3.6375
الدول العربية تدعم مصر في مواجهة المخاطر التي تحيط بها	98	24.5	91	22.8	102	25.5	45	11.3	34	8.5	3.5100
تراجع الاحتياطي النقدي الأجنبي يهدد الاستقرار	94	23.5	112	28	89	22.3	44	11	61	15.3	3.3350
مصر بدأت تستعيد دورها على الساحة الإقليمية والدولية	71	17.8	118	29.5	108	27	61	15.3	42	10.5	3.2875
الانتخابات البرلمانية المقبلة لن تفرز برلمان قوي	67	16.8	90	22.5	159	39.8	45	11.3	39	9.8	3.2525
أتوقع توافد الاستثمارات الأجنبية على مصر	65	16.3	115	28.8	117	29.3	53	13.3	50	12.5	3.2300
الجهاز الأمني غير قادر على مواجهة التحديات الأمنية	78	19.5	80	20	119	29.8	88	22	35	8.8	3.1950
المجتمع المصري متماسك اجتماعياً	109	27.3	67	16.8	109	27.3	47	11.8	68	17	3.1625
الشباب المصري مؤهل سياسياً	74	18.5	82	20.5	111	27.8	98	24.5	35	8.8	3.1550
النظام السياسي الحالي قادر على مواجهة التحديات السياسية	57	14.3	96	24	103	25.8	82	20.5	62	15.5	3.0100
الظروف السياسية الحالية توفر بيئة ملائمة للانتخابات برلمانية	44	11	48	12	112	28	119	29.8	77	19.3	2.6575

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

بالنسبة لاتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو الشأن السياسي والأطراف الفاعلة فيه؛ فقد جاء ترتيب عبارات مقياس الاتجاهات وفقاً للمتوسط الحسابي المرجح بأوزان

على النحو التالي: في المرتبة الأولى "عادت رموز الحزب الوطني الفاسدة إلى المشاركة السياسية" (3.9050)، وتلاها في المرتبة الثانية "الأحزاب السياسية كيانات هشة وليس لها دور" (3.8425)، وفي المرتبة الثالثة "مصر تواجه مخاطر اقتصادية في الوقت الراهن" (3.8250)، وفي المرتبة الرابعة "أركان الدولة مهددة بسبب المؤامرات الدولية" (3.6375)، وفي المرتبة الخامسة "الدول العربية تدعم مصر في مواجهة المخاطر التي تحيط بها" (3.5100)، وفي المرتبة السادسة "تراجع الاحتياطي النقدي الأجنبي يهدد الاستقرار" (3.3350)، وفي المرتبة السابعة "مصر بدأت تستعيد دورها على الساحة الإقليمية والدولية" (3.2875)، وفي المرتبة الثامنة "الانتخابات البرلمانية المقبلة لن تفرز برلمان قوي" (3.2525)، وفي المرتبة التاسعة "أتوقع توافد الاستثمارات الأجنبية على مصر" (3.2300)، وفي المرتبة العاشرة "الجهاز الأمني غير قادر على مواجهة التحديات الأمنية" (3.1950)، وفي المرتبة الحادية عشرة "المجتمع المصري متماسك اجتماعياً" (3.1625)، وفي المرتبة الثانية عشرة "الشباب المصري مؤهل سياسياً" (3.1550)، وفي المرتبة الثالثة عشرة "النظام السياسي الحالي قادر على مواجهة التحديات السياسية" (3.0100)، وفي المرتبة الرابعة عشرة "الظروف السياسية الحالية توفر بيئة ملائمة لانتخابات برلمانية" (2.6575). ويتضح من خلال متابعة اتجاهات المبحوثين نحو الشأن السياسي والأطراف الفاعلة فيه، بعض التوازن بين الاتجاهات السلبية والاتجاهات الإيجابية للشباب المصري نحو الشأن السياسي، حيث أنه الشباب يرى أن رموز الحزب الوطني الفاسدة عادت للمشاركة السياسية، وأن الأحزاب السياسية كيانات هشة وليس لها دور في الحياة السياسية المصرية، كما أن مصر تواجه مخاطر اقتصادية في الوقت الراهن، وبالمقابل يرى الشباب أن الدول العربية تدعم مصر في مواجهة المخاطر التي تحيط بها وأن مصر بدأت تستعيد دورها على الساحة الإقليمية والدولية، ويدل ذلك على وجود شبكة من الاتجاهات السلبية السياسية أو الاقتصادية ويقابلها شبكة أخرى من الاتجاهات الإيجابية نحو الشأن السياسي المصري والأطراف الفاعلة فيه.

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وبين مستويات مشاركتهم السياسية.

جدول رقم (10)

معامل جاما لدلالة الارتباط بين كثافة استخدام المواقع الاجتماعية ومستويات المشاركة السياسية

كثافة الاستخدام	مستويات المشاركة السياسية	
	قيمة جاما	مستوى المعنوية
كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية	0.420	0.000

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

اتضح من خلال معامل ارتباط جاما وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشاب المصري للمواقع الاجتماعية ومستويات مشاركتهم السياسية، حيث بلغت قيمة معامل جاما (0.420) وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000). ويتضح من النتيجة السابقة التحقق من صحة الفرض الأول القائل: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وبين مستويات مشاركتهم السياسية. وهو ما يمكن صياغته على النحو التالي "كلما زادت كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية كلما زادت مستويات مشاركتهم السياسية". والمتتبع لبيئة المواقع الاجتماعية ودورها في أحداث العالم العربي، ومصر من بينها، قبيل عام 2010 يدرك حجم الدور السياسي الذي تلعبه هذه المواقع في الواقع السياسي العام وفي الحياة السياسية للشباب المصري، فقد لعبت هذه المواقع دوراً في التعبئة السياسية للشباب المصري للمشاركة في أحداث المجتمع المصري.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وبين مستويات التسامح السياسي.

جدول رقم (11)

معامل سبيرمان لدلالة الارتباط بين استخدام المواقع الاجتماعية ومستويات التسامح السياسي

كثافة الاستخدام	مستويات التسامح السياسي	
	قيمة سبيرمان	مستوى المعنوية
كثافة استخدام المبحوثين للمواقع الاجتماعية	0.042	0.399

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

اتضح من خلال معامل ارتباط الرتب (سبيرمان) عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشاب المصري للمواقع الاجتماعية ومستويات التسامح السياسي، حيث بلغت قيمة معامل سبيرمان (0.042) وهو غير دال إحصائياً عند مستوى معنوية (0.399). ويتضح من النتيجة السابقة عدم التحقق من صحة الفرض الثاني القائل: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وبين مستويات التسامح السياسي. ومن خلال نتيجة الفرض السابق يتضح أن كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية لم تفرز مستويات عالية من ثقافة الاختلاف السياسي مع الآخر، رغم أن المواقع الاجتماعية تعد مجالاً عاماً للنقاش السياسي مع كافة التيارات السياسية المتوافقة والمتعارضة، وهو ما يسمح بترسيخ ثقافة الاختلاف، ولكن الواقع الحالي وكما أوضحته نتيجة هذا الفرض يثبت أن الاستخدام المكثف للمواقع الاجتماعية لم يؤدي إلى نشر ثقافة الاختلاف والتسامح بين فئات الشباب المصري.

الفرض الثالث: يؤثر استخدام المواقع الاجتماعية على اتجاهات الشباب السياسية.

جدول رقم (12)

اختبار التحليل الانحداري لتأثير استخدام المواقع الاجتماعية على اتجاهات الشباب السياسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة ت	معنوية ت	قيمة ف	معنوية ف
استخدام المواقع الاجتماعية	اتجاهات الشباب السياسية	0.156	0.024	0.168	3.157	0.002	9.969	0.002

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي:

يوضح اختبار التحليل الانحداري بنظام الإدخال المباشر (Enter) للمتغير المستقل والممثل لمتغير استخدام المواقع الاجتماعية أن النموذج الانحداري كان نموذجاً معنوياً لتأثير المتغير المستقل في اتجاهات الشباب السياسية (المتغير التابع) حيث بلغت قيمة ف (9.969) عند مستوى معنوية (0.002) وهى دالة إحصائياً، وبمراجعة قيمة (ت) ومعنوية (ت) للمتغير المستقل الداخل في هذا الاختبار نجد أنه ظهر معنوية النموذج وكان دال إحصائياً حيث بلغت قيمة ت (3.157) عند مستوى معنوية (0.002). وبذلك تم التحقق من صحة الفرض الثالث القائل: يؤثر استخدام المواقع الاجتماعية على اتجاهات الشباب السياسية. ويكشف الاختبار السابق وجود تأثير لاستخدام المواقع الاجتماعية على اتجاهات الشباب السياسية، ويتوافق ذلك مع الدور السياسي الكبير الذي لعبته المواقع الاجتماعية في الحياة السياسية للشباب المصري والذي تزامن مع دور هذه المواقع في الأحداث التي شهدتها المنطقة العربية وليس مصر وحدها.

خاتمة الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة العلاقة الوثيقة بين المواقع الاجتماعية وكل من الخامس والعشرين من يناير والثلاثين من يونيو، حيث أن المواقع الاجتماعية، وخاصة "فيس بوك" و"يوتيوب" و"تويتر"، كانت من المصادر الإعلامية الرئيسة التي اعتمد عليها الشباب المصري كمصدر معلومات في هذه الأحداث.

وتدعيماً للنتائج السابقة الخاصة بتصدر "فيس بوك" للمواقع الاجتماعية التي يتابعها الشباب المصري بشكل عام؛ فقد جاء "فيس بوك" أيضاً في الصدارة لدى الشباب المصري لمتابعة أحداث الخامس والعشرين من يناير عام 2011 وأحداث الثلاثين من يونيو عام 2013، فقد كان المصدر الأساسي للشباب وغيرهم من فئات الجماهير الأخرى لمتابعة تطورات هذه الأحداث، خاصة في ظل ما عانته وسائل الإعلام الرسمية من غياب للمصداقية وتجاهل للأحداث، مما جعل الشباب المصري يتجه إلى هذه المواقع، حيث يصنعون هم بأنفسهم إعلاماً شخصياً خاصاً بهم.

وبالنسبة لاتجاهات المبحوثين نحو الشأن السياسي المصري والأطراف الفاعلة فيه؛ يتضح وجود بعض التوازن بين الاتجاهات السلبية والاتجاهات الإيجابية للشباب المصري نحو الشأن السياسي، حيث أنه الشباب يرى أن رموز الحزب الوطني الفاسدة عادت للمشاركة السياسية، وأن الأحزاب السياسية كيانات هشة وليس لها دور في الحياة السياسية المصرية، كما أن مصر تواجه مخاطر اقتصادية في الوقت الراهن، وبالمقابل يرى الشباب أن الدول العربية تدعم مصر في مواجهة المخاطر التي تحيط بها وأن مصر بدأت تستعيد دورها على الساحة الإقليمية والدولية، ويدل ذلك على وجود شبكة من الاتجاهات السلبية السياسية أو الاقتصادية ويقابلها شبكة أخرى من الاتجاهات الإيجابية نحو الشأن السياسي المصري والأطراف الفاعلة فيه، ويستق ذلك مع السياق المجتمعي في مصر، فقد حقق المجتمع تطوراً

على مستوى الأمن والاستقرار لكنه لازال يعاني من مشكلات سياسية واقتصادية لم يتم حلها.

وقد سعت الدراسة إلى اختبار دور المواقع الاجتماعية وشعاراتها السياسية في التأثير على اتجاهات وسلوكيات الشباب المصري إحصائياً، وقد تحققت الدراسة من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام المواقع الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب، كما تحققت من دور هذه المواقع في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الشعارات السياسية وفي تشكيل اتجاهاتهم نحو الشأن السياسي المصري.

مراجع الدراسة:

(1) عماد عبد اللطيف (2013)، **بلاغة الحرية .. معارك الخطاب السياسي في زمن الثورة،** (القاهرة: دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع)، ص 62.

(2) Mansoor Moadee (2012), **The Arab Spring and Egypt Revolution Makers: Predictors of Participation**, (University of Michigan: Institute for Social Research, Population Studies Center), P. 29.

(3) عادل عبد الصادق (2011)، شعارات ثورة 25 يناير: قراءة في المغزى والدلالات، في: عمرو هاشم ربيع (محرر)، **ثورة 25 يناير: قراءة أولية ورؤية مستقبلية،** (القاهرة: مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية).

(4) Lee Rainie, Aaron Smith (2012), **Social Networking Sites and Politics**, (Washington: Pew Reaserch Center), P. 4.

(5) Gyotae Ku, Lynda Lee Kaid, Michael Pfau (2003), The Impact of Website Campaigning on Traditional News Media and Public Information Processing, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 80, No. 3, P. 528.

(6) السيد بخيت (2013)، نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الإجتماعي، **بحث مقدم للمنتدى السنوي السادس (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية)**، (الرياض: جامعة الملك سعود، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال).

(7) سليمان صالح (2015)، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الدبلوماسية العامة، **بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية،** (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، 10– 11 مارس).

(8) مجدي الداغر (2015)، شبكات التواصل الاجتماعي في مصر.. بديل يواجه الاستقطاب، **سلسلة دراسات إعلامية**، مركز الجزيرة للدراسات، (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات).

(9) Alana Maurushat, Mohamed Chawki, Hadeel Al Alosi, and Yassin Al Shazly (2014), The Impact of Social Networks and Mobile Technologies on the Revolution in the Arab World: a Study of Egypt and Tunisia, **Laws**, No. 3.

(10) Sharon Meraz, Zizi Papacharissi (2013), Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt, **The International Journal of Press/Politics**, Vol. 18, No. 2.

(11) Yosra Abdel Sattar El Gendi (2013), Social Media in Egypt's Transition Period, **M.A Thesis**, (Cairo: American University).

(12) Chantel Berman, Elizabeth Nugent (2014), Was the Revolution Tweeted, New Media and Old Networks in the Egyptian Revolution, **Electronic Commerce Research and Applications**, No. 10.

(13) نوره عبد الله محمود أحمد (2014)، أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب بقنا، قسم الإعلام).

(14) شريف درويش اللبان (2013)، الشبكات الاجتماعية وصناعة الثورات المصرية: دراسة مقارنة بين ثورتى 25 يناير و30 يونيو، **مجلة أحوال مصرية**، العدد 57، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية.

(15) سلوى سليمان الجندي (2013)، دور صفحات الجيش والشرطة على الفيس بوك في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو 2013، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، السنة الأولى، العدد الثالث، أكتوبر/ ديسمبر.

(16) عالية أحمد عبد العال، أغاني اليوتيوب الاحتجاجية ومشاركة الشباب في المجال العام، **بحث مقدم للمؤتمر الدولي التاسع عشر (الإعلام وثقافة الديمقراطية)**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 23– 25 إبريل).

(17) Sarah Joseph (2012), Social Media, Political Change, and Human Rights, **Boston College International and Comparative Law Review**, Vol. 35, No. 1.

(18) الأميرة سماح فرج (2012)، الإعلام الجديد: رؤية من واقع السلوكيات الاتصالية لشباب جماعة الإخوان المسلمين قبل وفي أعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير، **المجلة المصرية لبحوث الاعلام**، عدد خاص، سبتمبر 2012، ص 817.

(19) نجوى عبد السلام (2013)، استخدام تويتر لرصد المزاج العام للمجتمع في فترات الاضطرابات: أحداث محمد محمود 2011 في مصر نموذجاً، **بحث مقدم للمؤتمر الدولي التاسع عشر (الإعلام وثقافة الديمقراطية)**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 23– 25 إبريل).

(20) أشرف جلال حسن (2012)، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر–تونس–ليبيا– سوريا– اليمن)، **بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية**

السعودية للإعلام والاتصال (شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام)، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15- 16 أبريل).

(21) Barry Friedman, Ashraf Attia, Nergis Aziz and Mahdy Elhusseiny (2011), The Impact of Social Media Networking Tools on Political Change in Egypt's Revolution, **Electronic Commerce Research and Applications**, No. 10.

(22) Barrie Axford (2011), Talk about a Revolution: Social Media and the MENA Uprisings, **Globalizations,** Vol. 8, No. 5.

(23) Madeline Storck (2011), The Role of Social Media in Political Mobilization: a Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising, **M.A Thesis**, (Scotland: University of St Andrews).

(24) Samuel Gosling, Adam Augustine, Simine Vazire, Nicholas Holtzman, and Sam Gaddis (2011), Manifestations of Personality in Online Social Networks: Self-Reported Facebook-Related Behaviors and Observable Profile Information, **Cyber Pstchology, Behavior, and Social Networking**, Vol. 14, No. 9.

(25) آمال كمال طه (2011)، استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو – ديسمبر.

(26) تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي (2015)، **دراسة أعدت لقمة رواد التواصل الاجتماعي العرب**، دبى، 17 إلى 18 مارس.

(27) انشراح الشال (2012)، رؤية الشباب الجامعي المصري لدور مواقع التواصل الاجتماعي في ثورة 25 يناير، **بحث مقدم للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية)**، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15-16 أبريل).

(28) فاطمة الزهراء محمد، بسنت عبد المحسن العقباوي (2012)، استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأنماط الشخصية، **بحث مقدم للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية)**، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15-16 أبريل).

(29) دينا أحمد عرابي، بسنت عبد المحسن العقباوي (2012)، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي، **بحث مقدم**

للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية)، (الرياض: جامعة الملك سعود، 15- 16 أبريل).

(30) شريف درويش اللبان (2011)، ثورة الفيس بوك: آليات استخدام الشبكات الاجتماعية في ثورة 25 يناير، **بحث مقدم لندوات الموسم الثقافي للجنة الكتاب والنشر**، (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 23 مارس).

(31) Wail Barry, Gwen Bouvier (2011), Cross-Cultural Communication: Arab and Welsh Students' Use of Facebook, **Journal of Arab & Muslim Media Research**, Vol. 4, No. 2 and 3.

(32) Emma Pelling, Katherine White (2009), The Theory of Planned Behavior Applied to Young People's Use of Social Networking Web Sites, **Cyber Psychology& Behavior,** Vol. 12, No. 6.

(33) Kirsty Young (2011), Social Ties, Social Networks and the Facebook Experience, **International Journal of Emerging Technologies and Society,** Vol. 9, No. 1.

(34) Azza Abd el Azim Mohamed (2010), Online Privacy Concerns Among Social Networks' Users, **Cross- Cultural Communication**, Vol. 6, No. 4.

(35) Richard Harrison, Michael Thomas (2009), Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning, **International Journal of Emerging Technologies and Society,** Vol. 7, No. 2.

(36) همت حسن عبد المجيد السقا (2015)، إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة في تأثير الشخص الثالث، **بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي .. التطبيقات والإشكالات المنهجية**، (الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، 10- 11 مارس).

(37) ممدوح السيد شتلة وحنان كامل مرعي (2015)، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، **دورية إعلام الشرق الأوسط**، العدد الحادي عشر.

(38) أحمد محمد حسن رفاعي (2014)، العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل).

(39) عبد الصادق حسن عبد الصادق (2014)، تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال

التقليدية، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية**، المجلد السابع، العدد الأول، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية.

(40) إيمان محمد حسني (2013)، التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصري، **بحث مقدم للمؤتمر الدولي التاسع عشر (الإعلام وثقافة الديمقراطية)**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 23- 25 إبريل).

(41) مصطفى الجزيري وآخرون (2013)، استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على مشاركتها في الانتخابات الرئاسية 2012، **بحث مقدم للمؤتمر الدولي التاسع عشر (الإعلام وثقافة الديمقراطية)**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 23- 25 إبريل).

(42) Naila Hamdy, Ehab Gomaa (2012), Framing the Egyptian Uprising in Arabic Language Newspapers and Social Media, **Journal of Communication,** Vol. 62, No. 2.

(43) حسني عوض (2011)، **أثر مواقع التوصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب**، (جامعة القدس: برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية).

(44) جارح العتيبي (2011)، استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية لشبكة الفيس بوك: دراسة تطبيقية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (الرياض: جامعة الملك سعود، كلية الآداب).

(45) Mecheel Vansoon (2010), **Facebook and the Invasion of Technological Communities**, (New York: Spectrum Publications).

(46) مها عبد المجيد صلاح (2010)، مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، **بحث مقدم للملتقى العربي الأول للصحافة الإلكترونية (مستقبل وسائل الاعلام في العصر الرقمي)**، (القاهرة: 27- 29 نوفمبر).

(47) Thomas Pollet, Sam Roberts, and Robin Dunbar (2011), Use of Social Network Sites and Instant Messaging Does Not Lead to Increased Offline Social Network Size, or to Emotionally Closer Relationships with Offline Network Members, **Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking**, Vol. 14, No. 4.

(48) خالد صلاح الدين حسن علي، دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية،**رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2001)، ص 6.

(*) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسمائهم (مرتبة هجائياً):

- د/ أحمد زكريا أحمد مدرس الصحافة بكلية الآداب– جامعة المنصورة
- د/ آمال كمال طه أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب – جامعة حلوان
- د/ إيمان محمد حسني مدرس الصحافة بكلية الإعلام– جامعة القاهرة
- أ. د/ سحر فاروق الصادق أستاذ الصحافة بكلية الآداب – جامعة حلوان
- د/ شيرين سلامة مدرس الصحافة بكلية الإعلام– جامعة القاهرة
- د/ محرز حسين غالي أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام– جامعة القاهرة
- د/ محمد سالمان أستاذ السياسة المساعد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية– جامعة القاهرة
- أ. د/ نجوى كامل أستاذ الصحافة بكلية الإعلام– جامعة القاهرة
- د/ يسري العزباوي الخبير بمركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية

(49) Daniel Landau (2011), How Social Media is Changing Crisis Communication: a Historical Analysis, **M.A Thesis**, (Madison: Fairleigh Dickinson University).

(50) محمد شفيق (2005)، **علم النفس الاجتماعي بين النظرية والتطبيق**، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ص116.