



مجلة كلية الآداب

مجلة دورية علمية محكمة

نصف سنوية

المعد الثالث والخمسون

أبريل ٢٠٢٠

مجلة كلية الآداب.. مج ١، ع ١ (أكتوبر ١٩٩١م).
بنها : كلية الآداب . جامعة بنها، ١٩٩١م
مج؛ ٢٤ سم.
مرتان سنويا (١٩٩١) وأربعة مرات سنويا (أكتوبر ٢٠١١) ومرتان سنويا (٢٠١٧)
١ . العلوم الاجتماعية . دوريات . ٢ . العلوم الإنسانية . دوريات.

مجلة كلية الآداب جامعة بنها
مجلة دورية محكمة
العدد الثالث والخمسون
الشهر : أبريل ٢٠٢٠
عميد الكلية ورئيس التحرير : أ.د/ عبير فتح الله الرباط
نائب رئيس التحرير : أ.د/ عربى عبدالعزيز الطوخى
الإشراف العام : أ.د/ عبدالقادر البحراوى
المدير التنفيذى : د/ أيمن القرنفلى
مديرا التحرير : د/ عادل نبيل الشحات
د/ محسن عابد محمد السعدنى
سكرتير التحرير : أ/ إسماعيل عبد اللاه
رقم الإيداع ٦٣٦١ : ٦٣٦٣ لسنة ١٩٩١
1687-2525: ISSN

المجلة مكشفة من خلال اتحاد المكتبات الجامعية المصرية
ومكشفة ومتاحة على قواعد بيانات دار المنظومة على الرابط:

<http://www.mandumah.com>

ومكشفة ومتاحة على بنك المعرفة على الرابط:

<http://jfab.journals.ekb.eg>

هئية تحرير المجله

عميد الكلية ورئيس مجلس الإدارة
ورئيس التحرير

أ.د/ عير فتح الله الرباط

نائب رئيس التحرير

أ.د/ عربي عبدالعزيز الطوخي

الإشراف العام

أ.د/ عبدالقادر البحراوي

المدير التنفيذي

د/ أمين القرنفيلي

مدير تحرير المجله

د/ عادل نبيل

مدير تحرير المجله

د/ محسن عابد السعدني

سكرتير التحرير

أ/ إسماعيل عبد اللاه

**الشائعات والوعي السياسي لدى الشباب مرتادي اليوتيوب
دراسة ميدانية في مدينة كفر الشيخ**

**د/ أيمن أحمد فرج خليل
جامعة الملك فيصل - كلية الآداب
قسم الدراسات الاجتماعية
شعبة (علم الاجتماع)**

المخلص:-

دراسة بعنوان الشائعات والوعي السياسي لدى الشباب مرتادي اليوتيوب "دراسة ميدانية في مدينة كفر الشيخ"

هدفت الدراسة الى التعرف على دور الشائعات التي تُبث عبر اليوتيوب علي الوعي السياسي لدي الشباب المصري، والتعرف على أسباب انتشار الشائعات عبر اليوتيوب بينهم ، انطلاقاً من التساؤل الرئيسي ما علاقة الشائعات بالوعي السياسي لدي الشباب المصري مُرتادي اليوتيوب، حيث تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي المصاحب للدراسات الوصفية.

وقد اعتمدت الدراسة على اداة جمع البيانات من خلال الاستبيان ،الذي طبق على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٢٠٠) مفردة، تعتبر مُمثلة تمثيلاً امثل لمجتمع الدراسة بمدينة كفر الشيخ واعتماداً على بعض المعالجات الاحصائية التي تخدم تساؤلات الدراسة .

وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها ان الغالبية العظمى من أفراد العينة لا يصدقون كل ما يشاهدونه من شائعات على اليوتيوب، ويرجع ذلك أن معظم هذه الفيديوهات الخاصة بالأخبار والأحداث والمواقف تكون مفبركة وموجهة لغرض معين، ايضاً أوضحت الدراسة أن أكثر من نصف حجم العينة بقليل يرون أن الشائعات عبر اليوتيوب ادت الي زيادة الوعي والتثقيف السياسي للشباب المصري لسهولة الاطلاع علي الحقائق وليس العكس ،حيث أقر ثلثي حجم العينة تقريبا أنهم يستطيعون اكتشاف الشائعات بكل أنواعها علي اليوتيوب وخاصة التي لها أغراض سياسية مباشرة أو غير مباشرة.

أولاً . المقدمة ومشكلة الدراسة :-

يشهد مجتمعنا المصري حالياً العديد من التحولات السياسية الهامة خاصة منذ بداية عام ٢٠١١ بدعوة للتغيير على ايدي الشباب عن طريق القيام بالقضاء على كل اشكال الفساد من خلال المظاهرات والاعتصامات ومحاسبة المسؤولين امام القضاء واجراء العديد من الاستفتاءات على المواد الدستورية لتحقيق الاصلاح والعدالة الاجتماعية، ايضاً المطالبة بإجراء الانتخابات البرلمانية والدستورية ، والتي شارك فيها الشباب بشكل ملحوظ فكانت نسبة الشباب داخل البرلمان غير مسبوقة في تاريخ مصر، حيث كان هناك ٦٠ نائباً منتخباً تحت سن ال ٣٥ سنة، و ١٢٥ نائباً تتراوح أعمارهم بين ٣٦ الي ٤٥ عاماً، ليصبح إجمالي عدد الشباب تحت قبة البرلمان ١٨٥ نائب بنسبة ٣٢.٦% من إجمالي عدد النواب لتقترب من الثلث .

كل هذه التغيرات ادت الي احداث تحولات في الوعي السياسي لدي المجتمع المصري عامة، والشباب بشكل خاص، فقد اصبح الشباب يمارسون ويشاركون في صنع السياسة، حيث بدأوا يهتمون اهتماماً كبيراً بالقضايا السياسية المحلية والدولية، فالشباب يسعي دائماً لتشكل وعيه السياسي بنفسه او بمساعدة الاخرين، لان حقيقة اكتساب الوعي السياسي لدى الشباب تحتاج الي التواصل بين الشباب ومختلف المؤسسات المعنية بالدولة، من خلال مشاركة الشباب في صناعة القرار خاصة في القرارات التي تخصهم ، وإيجاد اليات للحوار بينهم وبين صناع القرار بالمجتمع ما يساعدهم على نقلهم لمستوي اعلى من الادراك السياسي يجعلهم قادرين على تحمل المسؤولية التي تهدف الي الحفاظ على مكتسبات الدولة والمشاركة في منظومة التنمية السياسية.

وعلى الرغم من أهمية الوعي السياسي لمختلف مؤسسات الدولة بدايةً من الأسرة مروراً بالمدرسة وصولاً إلى أعلى مؤسسات الدولة ، والتي يتلقى فيها الشباب خبراته السياسية التي تؤثر في حياته، إلا أننا قد نقلل من دور وسائل الإعلام الجديد عامةً وشبكات التواصل الاجتماعي خاصةً ، التي لها أثرها البالغ في التأثير على الشباب حيث تعد الحاضر الأكبر في ميدان السياسة، فشبكات التواصل الاجتماعي نافذة توعوية مهمة، ورئيسية للشباب، لما توفره من عالم افتراضي يفتح المجال أمام الجميع لإبداء آرائهم والتعبير عنها والمشاركة بالنقاشات حول ما يثار من قضايا سياسية واجتماعية ، فأصبح بإمكان أي شاب أن ينشر ويطلع علي ما ينشره هو وزملاءه علي هذه الشبكات الاجتماعية، مما قد يخلق جيل يسعى لاكتساب وعى سياسي بأسلوب جديد حول ما يدور من قضايا في المجتمع

فأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ومنها اليوتيوب من أهم شبكات التواصل الاجتماعي فاعليةً وأهمية بين كل الفئات عامة والشباب بصورة خاصة، حيث احدثت نقلة نوعية في الاتصال بين الشباب وما ينتج عنه من اثار هذا الاتصال، فقد استخدم الشباب اليوتيوب في اول الامر للدردشة وتفرغ طاقاتهم لكن مع الوقت اصبح الشباب اكثر نضجاً خلال تبادلهم لوجهات النظر للمطالبة بتحسين سبل الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وقد تم عرض الافكار الراضية أو القابلة للأوضاع السياسية بسهولة على اليوتيوب الذي اعطي للشباب فرصاً اكبر للتأثير، ونشر الافكار بدون قيود او رقابة، وبقدرة تفاعلية تأثيرية غير مسبوقة بالصوت والصورة، من خلال نشر مستخدميها مقاطع الفيديو عبر قنوات خاصة لهم تقدم افكار وثقافات وتساعد على الالمام بالحقائق والمعلومات حول احداث مختلفة ومتنوعة في مختلف مجالات الحياة.

ورغم الدور الايجابي الذي يقدمه اليوتيوب إلا أنه له العديد من الجوانب السلبية عندما يكون احد أهم وسائل نشر الشائعات التي قد تمس الجانب السياسي في المجتمع، مما كان له الاثر في إحداث تهديدات للأمن القومي والمساهمة في خفض الروح المعنوية لدى الشباب وإشاعة الخوف والكراهية وتقليل الانتماء تجاه الوطن، وقد يوصل الي مرحلة من الاحتقان بين افراد المجتمع نتيجة وجود وانتشار الشائعات على قنواته المختلفة والموجهة للشباب، فالشائعات التي يتناقلها الافراد عبر اليوتيوب تصل الي جمهور عريض منهم، وتكون ذات انتشار واسع جدا، فقد تقلل من الوعي السياسي لديهم وتساعد على نشر الفوضى ودعوات الحرية الغير مسئولة، أو تزيد من هذا الوعي السياسي من خلال زيادة الانتماء وتدعيم المواطنة وممارسة التظاهر السلمى والوعي بالقضايا والتحديات التي توجد في المجتمع، والمطالبة بالقيام بالواجبات تجاه الدولة قبل المناداة بالحقوق.

- من هنا تبلورت مشكلة الدراسة الحالية في انتشار الشائعات السياسية بصورة واضحة في المجتمع المصري و تأثيرها على الوعي السياسي لدى فئة الشباب عبر شبكة اليوتيوب خاصة بعد التطور التكنولوجي وهيمنة الاعلام الجديد على نشر الاخبار والاحداث في فترات الازمات والاحتجاجات والمظاهرات، حيث اصبح أي حدث أو خبر سياسي يتم بثه على اليوتيوب، يتم التعامل معه على أنه معلومة، بغض النظر هل هي صحيحة أم خاطئة وهل هي مفيدة أم ضارة ، كما اصبح إنتاجها لأي مشترك دون فرض أي قيود تمنعه من النشر ، فأى شخص يمتلك وسيلة تكنولوجية متصلة بالانترنت يستطيع انتاج منتج ونشره دون التأكد من صحته، وعلية فقد جاءت مشكلة الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي ما تأثير الشائعات التي تبث عبر اليوتيوب على الوعي السياسي لدى الشباب المصري؟

ثانيا. الأهمية:-

أ- الأهمية العلمية

- وتتمثل في مدى الاستفادة من النتائج العلمية للدراسة الحالية حول الشائعات وتأثيرها على فئة الشباب المصري عبر قنوات اليوتيوب، ومدى وضع الحلول والمعالجات والتوصيات حول كيفية الحد من انتشار الشائعات السياسية بين الشباب عبر اليوتيوب، والتي قد تكون مدخلا علميا للعديد من الدراسات العلمية الأخرى حول قضايا الدراسة .

ب- الأهمية العملية

- وتتمثل فيما يشهده المجتمع المصري من تحولات سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية منذ بداية ثورة ٢٥ يناير مرورا بثورة ٣٠ يونيو وحتى وقتنا الحالي ، ومدى تأثيرها على فئة الشباب وعلي اهتماماتهم بالقضايا المختلفة في المجتمع المصري.

ثالثا. الاهداف:-

الهدف الرئيس :-

- التعرف على دور الشائعات التي تبتث عبر اليوتيوب علي الوعي السياسي لدي الشباب المصري.
- ويتفرع منه مجموعة من الاهداف الفرعية وهي:-
- التعرف على أسباب انتشار الشائعات عبر اليوتيوب بين الشباب المصري.
- التعرف على توجهات الشباب حول ما يبيت من شائعات سياسية على اليوتيوب .

- التعرف على مظاهر التحول لليوتيوب من موقع ذو طابع اجتماعي الي موقع ذو طابع سياسي في فترة الازمات والاحتجاجات.
- التعرف على المحتوى السياسي للشائعات الذي يبثه اليوتيوب موجها لفئة الشباب .
- التعرف على مدي اعتماد الشباب على موقع اليوتيوب في التنقيف السياسي عامة والوعي السياسي خاصة.
- التعرف على الحلول والمعالجات لانتشار الشائعات السياسية عبر اليوتيوب بين الشباب المصري.

رابعاً. التساؤلات:-

التساؤل الرئيسي:-

- ما تأثير الشائعات عبر اليوتيوب علي الوعي السياسي لدى الشباب المصري؟

ويتفرع منه مجموعة من التساؤلات الفرعية:-

- ما أسباب انتشار الشائعات عبر اليوتيوب بين الشباب المصري؟
- ما توجهات الشباب المصري حول ما يبث من شائعات سياسية على موقع اليوتيوب؟
- ما مظاهر تحول موقع اليوتيوب من موقع ذو طابع اجتماعي الي موقع ذو طابع سياسي يبث الشائعات في فترة الازمات بالمجتمع المصري ؟

- ما المحتوى السياسي للشائعات الذي يبثه موقع اليوتيوب موجها لفئة الشباب؟
- ما حقيقة اعتماد الشباب على موقع اليوتيوب كمصدر للتثقيف السياسي عامة والوعي السياسي خاصة؟
- ما الحلول والمعالجات لانتشار الشائعات السياسية عبر اليوتيوب بين الشباب المصري.

خامسا. مفاهيم وقضايا الدراسة :-

١- مفهوم الوعي السياسي:

يتكون الوعي السياسي من خلال ما يتوافر من معرفة وفهم للأمور، وتقييمها لدى الفرد، فالوعي ينمو ويتطور بنمو وتطور حياة الفرد، ليصبح لديه محصلة للمؤثرات الخاصة بالثقافة السياسية التي يتعرض لها ، فكلما توافرت لديه كلما زادت من وعيه السياسي، (الاسود، ١٩٩٠، ص٥٢).

ويعرف الوعي السياسي بأنه ادراك الفرد لواقعه المجتمعي ومحيطه الاقليمي والدولي، ومعرفة ما يحيطه من مشكلات العصر المختلفة، والقوي الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً، وفي معرفة الواقع ورصد الجوانب والقوي المؤثرة فيه ، ايضاً رصد الاحداث وتحليلها واستكشاف خلفياتها وابعادها واثارها، ومعرفة قوانين البلد السائدة ولغتها السياسية، والتمكن من قراءة وتحليل أي خطاب وما يوجد في ثناياه، للوصول الي مشاريع الاخرين من اصدقاء واعداء، فهو الرباط الساند لأفراد المجتمع في مواجهته لواقعه الاجتماعي، وحمايته مما يواجهه اقليمياً ودولياً، (ابوالقاسم، وأحمد، ٢٠١٧، ص١٥٢)

ويشير اليه احد الباحثين بأنه الاحساس باليقظة الفكرية، التي يري فيها الانسان نفسه وقدرته على التفهم والتحليل لما يجري حول الفرد من أحداث سياسية، (الجبير، ٢٠٠٠، ص٢٠).

كما يراه احد الباحثين بأنه الوصول الي درجة معينة من المهارات والمعارف ذات الصبغة السياسية، التي تضمن للفرد نوعاً من الاداء المتقدم خلال ممارسته السياسية، حيث يتضمن معلومات وخبرات، تجعل حاملها متمكناً من تتبع ومواكبة ما يجري في المشهد السياسي، (اوجار، ٢٠١٠، ص١).

وهو ايضاً مجموعة من المبادئ والاتجاهات والقيم السياسية، التي تتيح للفرد المشاركة بشكل فعال في مشكلات مجتمعه، حيث يقوم بحلها، والحكم عليها، وتحديد موقفه منها، و التحرك من اجل تطويرها وتغييرها، (حجاب، ٢٠٠٤، ص٦٢١).

فالوعي السياسي يعبر عن نظرة الفرد لنظام الدولة السياسي، والعمليات السياسية القائمة، ومن يمثل السياسة في الدولة والبرامج التنظيمية السياسية والاحزاب السياسية، فهو يعبر عن المعارف السياسية لدي الافراد المتعلقة بالمؤسسات، والقيادات على المستوي المحلي والدولي، (عباش، ٢٠١٧، ص٨).

كما يوضح احد الباحثين أن الوعي السياسي يعبر عن مدى معرفة وادراك واهتمام الناس بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على مختلف المستويات، المحلية والقومية والدولية، (جسام، ٢٠١٧، ص٦).

والوعي السياسي أمر بسيط ، وسهل لكل الناس حتى العوام والأميين، فالوعي السياسي ليس خاصاً بالسياسيين والمفكرين وإنما هو عام، فالتثقيف السياسي هو الذي ينبت حشداً من السياسيين المبدعين، (الشرادي، ٢٠١٦، ص٤).

ومن هنا يتحدد **التعريف الإجرائي** للوعي السياسي أنه (مجموعه من المهارات والمعارف السياسية المكتسبة لدى الفرد تحقق له مستويات متقدمة من المشاركة السياسية المباشرة وغير المباشرة في المجتمع).

٢- مفهوم الشائعات:

تعرف الشائعات لغويا بإشاعة الخبر في الناس (يشيع شيعة وشيعانا ومشاعة وشيعوعة، فهو الشائع بمعنى انتشر وافترق وذاع، وإشاعة الشيء يعني ذكر الشيء أي أطاره وظهره، والقول هذا خبر شائع، وقد شاع في الناس، (ابن منظور، ١٩٩٧، ص ٣٩٤).

كما تعرف بأنها الترويج لخبر، قد يكون مختلف لا اساس له من الصحة، أو خيالي، أو يوجد به تعمد في المبالغة، أو التهويل، أو التشويه في عرضه، وقد يكون فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة لمعلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير لخبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب بعيد عن الواقع والحقيقة، بهدف التأثير النفسي في الراي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي، لتحقيق اهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول، أو على النطاق العالمي بأجمعه، (التهامي، ١٩٧٩، ص ١١٤).

ويشير اليها احد الباحثين بانها الخبر الذي يتم تداوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي دون معرفة مصدره، وعدم التثبت من صحته، (سلمان، ٢٠١٧، ص ٧).

وتعرف بأنها الاقوال و الاحاديث والاحبار والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها وقد يضيفون اليها بعض التفاصيل الجديدة وقد يتحمسون لما يرونه

ويدافعون عنه بحيث لا يدعون السامع يتشكك في صدق ما يقولون،(زهرا، ١٩٧٧، ص٤٦٨).

كما يشير اليها احد الباحثين بأنها معلومة مشكوك في صحتها، يتعذر التحقق منها او من مصدرها، تتعلق بموضوعات لها اهمية لدي اطراف معينة، حيث تتكون من معلومات وافكار وصور وافلام ورسائل ونشرات الكترونية ملفقة يتم تناقلها بين الكثير من الفاسدون، وتكون مستندة الي مصدر موثوق به يشهد بصحتها، او بطلانها، مبينة على الريبة والشك،(النفيسة،٢٠١٣،ص٥).

وتعرف بأنها كل خبر او قضية او عبارة نوعية مقدمة للتصديق، يتم تناقلها في المجتمع بالكلمة المنطوقة، دون توفر معايير مؤكدة للصدق، حيث تمس حياة الانسان وحاجاته ومستقبله وقت الازمات،(البكور ،٢٠٠١،ص٨١).

كما يراها أحد الباحثين بأنها اقوال وافعال مجهولة المصدر، غير مصحوبة بدليل صدقها، يتناقلها الافراد وتدور حول موضوعات هامه بالنسبة لهم، وتتصف بالغموض والاهمية والاثارة لدي الجمهور، ولها وسائل تقليدية والكترونية مختلفة لنقلها، وتهدف لتحقيق غايات معينة،(ديس،٢٠١٨،ص ١٨).

وتعرف بأنها اخبار او معلومات يتعذر تصديقها او تكذيبها، إن عرف مصدرها او جهله، ولها اهميتها لدي متلقيها، وتنتشر بسهولة ويسر وسط المهتمين بها في اوقات دقيقة، وتضرب دائما في العمق ، حيث تتسم بانها قد تكون صادقة، او قد تكون كاذبة، او قد تكون صادقة وكاذبة في نفس الوقت ، وسريعة الانتشار، وسهلة في تداولها، ومن الصعب تعقبها والتأكد من مصدرها اثناء انتشارها، ويتغير محتواها على مر الزمن، كما أنها تتسم بالتناقض، وتمس احداثا مثل الحرب والفيضانات وارتفاع الاسعار، ويكون الاهتمام بها مؤقتا، كما يجب توافر شرط اساسي لاكتمالها وهو

اهمية الحدث او الشخص مع ضرورة توافر الغموض الذي يرتبط بالشائعة علاوة على خلقها او ترويجها، (مصطفى، ٢٠١٧، ص٥:٧).

وجدير بالذكر بأن للشائعات أهميتها الكبرى من خلال تأثيرها الكبير على المجتمعات، فيمكنها أن تؤدي الي تفكك وتدهور المجتمع ، كما يمكنها أن تؤدي الي تماسك مجتمع اخر، حسب دورها في خفض او رفع الروح المعنوية في هذا المجتمع، فيمكن من خلال شائعة أن تتبدل وتتغير مواقف الافراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم ، ويمكن أن يبتعد الناس عن شراء منتج ما، او زيارة مكان ما، فالشائعات يمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات، (هاشم، ٢٠٠٣، ص٥٥:٥٤)

ويري احد الباحثين أن الشائعات قد تكون عشوائية غير منظمة من افراد ضد اخرين، وقد تكون فعلاً مخططاً له بعناية واتقان من جهاز ضخم ومنظم ، فواء كل شائعة مستفيدا يصدر سلوكا مخططا له بإحكام وذكاء مدبر وعبقرية وفن لتدمير معني، او صورة ذهنية للطرف الاخر، او لهدف ما محدد بدقة مسبق، (محمود، ١٤٣٣، ص٥٤)

ومن هنا يتبلور **التعريف الإجرائي** للشائعات بأنها (مجرد اقوال وافعال معلومة وغير معلومة المصدر، وغير مبرهن على صدقها، ويتناقلها الافراد، وتدور في الغالب حول أحداث وأخبار سياسية في أوقات معينة، ولها أهداف وغايات مختلفة وموجهة لفئة الشباب).

٣- مفهوم اليوتيوب:

يعد اليوتيوب احد اشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر مجموعة من البرامج والادوات على شبكة الانترنت، ويستخدمها جمهور المستخدمين لتبادل

المحتوى ، والآراء والافكار والخبرات ووجهات النظر عبر وسيلة اعلام تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعات من الناس عبر الانترنت، (قنديلجي، واخرون، ٢٠١٢، ص٣١١).

فشبكات التواصل الاجتماعي هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الافراد في بيئة افتراضية وتتجمع في شكل مجموعات حسب اهتماماتهم وانتماءاتهم (الجامعة - البلد - المدرسة - الشركة) من خلال ما تقدمه من خدمات التواصل المباشر بين الافراد مثل الدردشة والصور والفيديوهات والافلام،(السيد، عبدالعال، ٢٠٠٩، ص٧).

ويري احد الباحثين أن اليوتيوب هو أحد المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، وتقوم فكرة الموقع على امكانية إرفاق اي ملفات تتكون من مقاطع تصوير فيديو على شبكة الانترنت، بحيث تكون متاحة لملايين الاشخاص حول العالم دون اي تكلفة مادية،(شفيق، ٢٠١١، ص٢٠١٣).

فهو موقع متوفر على شبكة الانترنت معروف و متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، و يتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة،(ويكيبيديا عربي، ٢٠٠٢، ص١).

ويعرفه أحد الباحثين بأنه موقع خدمة مشاركة للفيديو يحمل شعار (بث نفسك)، ويسمح لمستخدميه بمشاهدة الفيديوهات المنشورة من مستخدمين اخرين، وكذلك تحميل الفيديوهات الخاصة بهم،(الرعود، ٢٠١٢، ص٩).

ويعرف ايضا بأنه أحد المواقع العالمية الاستخدام، التي تقوم بتقديم خدمات الفيديو والافلام بالصوت والصورة في شتي المجالات، فهو اكبر المواقع على الشبكة

العنكبوتية، حيث يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة الفيديو ومشاركته بشكل مجاني باعتبارهم مستخدمين عاديين، (اليزيد، ٢٠١٤، ص ٥٨).

ويراه احد الباحثين بأنه أكثر المواقع مشاركة للفيديو، التي تجعل باستطاعة أي شخص تحميل مقاطع فيديو قصيرة لمشاهدتها بشكل خاص أو عام، ويعتبر مكان لتبادل أشرطة الفيديو بين الاصدقاء، (فراونة، ٢٠١٢، ص ٤٦).

ومن هنا يعرف اليوتيوب اجرائيا بأنه (شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت تتيح التواصل بين الافراد في بيئة افتراضية من خلال الدردشة والصور والفيديوهات ومتعددة القنوات والاهتمامات ومتاحة على مدار الساعة)

سادسا:- الدراسات السابقة:-

أ- الدراسات العربية:-

- دراسة علي واخرون (٢٠١٩) بعنوان تأثير الشائعات على الاستقرار السياسي في مصر، وذلك خلال الفترة من (٢٠١٣-٢٠١٩):

هدفت الدراسة الي التعرف على تأثير الشائعات على الاستقرار السياسي في مصر خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٩) ، وتركز الدراسة على ماهية الشائعات وماهية الاستقرار السياسي، وتتناول أيضاً تأثير الشائعات السياسية والاقتصادية والصحية على الاستقرار السياسي في مصر خلال الفترة من (٢٠١٣-٢٠١٩)، وتناولت رد فعل الحكومة المصرية على الشائعات محل الدراسة في مصر خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠١٩)، وقد استخدمت الدراسة منهج تحليل النظم.

وتوصلت الدراسة إلي أن الشائعات الاقتصادية هي الأكثر ظهوراً في الفترة (٢٠١٣- ٢٠١٩ م)، والتي تمثلت في الشائعات المتعلقة بالدعم والدخل والأسعار والاستثمار والسياحة على عكس الشائعات السياسية كانت الأقل انتشاراً في نفس الفترة، قد يرجع ذلك إلي أن الأمور الاقتصادية هي الأكثر تأثيراً على المواطن المصري من الأمور السياسية أو الاجتماعية أو الأمور الأخرى، ايضاً أن ترويج هذه الشائعات كان له تأثير كبير على الاستقرار السياسي المصري حيث تم تغيير العديد من الوزارات واهتمام الحكومة بالرد على هذه الشائعات عبر الوسائل المختلفة وذلك إدراكاً منها لخطورة الشائعات على الاستقرار السياسي.

• دراسة العوامة والدبابية (٢٠١٨) بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الاردنية :

هدفت الدراسة للتعرف علي وجهة نظر طلبة الجامعة الي دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من الأردنية.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة البكالوريوس بالجامعة الأردنية المسجلين في الفصل الدراسي الأول (٢٠١٥ - ٢٠١٦)، حيث تم توزيع الاستبانة المكونة من (٤٥) فقرة على عينة مكونة من (٨٨٠) طالبا وطالبة.

وتوصلت الدراسة الي وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الطلبة على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي.

كما أشارت نتائج الدراسة الي عدم جود فروق دالة إحصائية لاتجاهات الطلبة نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي تعزى الي اختلاف

الكلية، ووجود فروق في اتجاهات أفراد الدراسة نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي تعزى الي اختلاف الجنس ،وكانت الفروق لصالح الذكور، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي تعزى الي اختلاف السنة الدراسية.

• دراسة زايد (٢٠١٨) بعنوان الدور الذي تلعبه البرامج الحوارية التلفزيونية في تنمية الوعي السياسي لدى الفرد:

هدفت هذه الدراسة الي معرفة وما تقدمه القنوات الفضائية من برامج تثقيفية حوارية سياسية للمواطن لغرض تنمية وعيه السياسي وإرشاده نحو القضايا الصائبة في الشأن السياسي ، ومعرفة إن كانت إدارة القنوات الفضائية تتدخل في توجهات البرامج واختيار مقدمي البرامج، وضيوف البرامج الحوارية في القنوات العراقية إن كان من ذوات الخبرة في المجال السياسي إن هم متحزبين لجهاتهم التي ينتمون لها، ومعرفة مفهوم البرامج وكذلك وظائفها وأنواعها والبرنامج النموذجي وخصائص البرامج في التلفزيون وبنائها ، وما المقصود في الوعي السياسي وما مفهومه وطرق اكتساب الوعي السياسي، وأسباب ضعفه.

استخدم الباحث المنهج المسحي واعد الباحث استمارة استبيان وقد استخدم الباحث العينة العشوائية حيث تم اختيار (١٠٠) شخص من سكان منطقة الناصرية جنوب العراق

ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة:

- أن المشاهدين لديهم وعي سياسي والبرامج الحوارية تزيد من ذلك

- هناك عدد غير قليل يتابع عن كثب البرامج الحوارية والقضايا السياسية

واغلب ضيوف البرامج الحوارية من الاحزاب الحاكمة.

• دراسة سلمان (٢٠١٧) بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر اعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى

هدفت الدراسة الي التعرف علي دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر اعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى من خلال التعرف علي درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي كما استخدمت الاستبانة والمقابلة كأداة للدراسة وبلغت عينة الدراسة (٣٥٢) مبحوثاً من اعضاء الهيئة التدريسية ي جامعة ديالى

وتوصلت الدراسة الي نتائج من اهمها أن درجة نشر الشائعات على شبكة التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة وحازت شبكة الفيس بوك على المرتبة الاولى بين اكثر الشبكات نشرًا للشائعات، كما كشفت نتائج الدراسة أن من ابرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هي الشائعات السياسية والاجتماعية، وأشارت أن اهم اسباب نشر الشائعات هي سهولة انتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات.

• دراسة يعقوب (٢٠١٦) بعنوان اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية:

هدفت الدراسة الي الوقوف على الاثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية كونها اكبر جامعات الضفة.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على أداة الاستبيان كوسيلة للدراسة، وتكونت العينة من (٢٧٣) من طلبة جامعة النجاح الوطنية.

ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم القيم السياسية والمشاركة السياسية، وتوعية الناس بما يدور حولهم من احداث ومواقف سواء على المستوي الخارجي او المستوي الداخلي الفلسطيني والمتعلق بالقضية الفلسطينية.

- دراسة عبدالرازق، الدليمي (٢٠١٣) بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت " ١-٦- ٢٠١٣ ولغاية - للفترة من ١-٣-٢٠١٣.

هدفت الدراسة الي التعرف على دور شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, YouTube) وأثرها على الوعي السياسي لفئة الشباب الجامعي الاناث و الذكور وقد تم اختيار العينة على طلبة ثلاث جامعات عراقية حكومية كانت مناطقها تشهد بدايات الحراك الشعبي.

وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، من خلال توزيع استبانة على طلبة الجامعات في كل من الموصل والأنبار وتكريت، موزعة حسب نسبة العدد الكلي للطلبة من كل جامعة.

وقد توصلت الدراسة الي عدة نتائج من اهمها أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, YouTube) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية وفي طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وبالأخص في التأثير في

السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي، وانعكاساته على الشارع العراقي وحاز فيسبوك المرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة (٧٥.٥%) من فئة الشباب الجامعي، وهي الأعلى في الاستخدام، تلاه يوتيوب في المرتبة الثانية، وحاز تويتر المرتبة الأخيرة بسبب قلة استخدامه، وتبين أن (٨٠.٠%) من أفراد العينة مقتنعون بأن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي كانت محرضاً أساسياً على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية، وأنها فيما بعد لعبت دوراً مماثلاً بتحريك الوعي السياسي على الساحة العراقية، وأن (٥٩.٠%) من أفراد العينة باتوا مقتنعين بأن الأحداث التي شهدتها الدول العربية كانت سبباً لاشتراكهم بشبكات التواصل الاجتماعي، يقيماً منهم بأن اشتراكهم في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي سيزيد وعيهم السياسي، وظناً منهم أنها الآلية الديمقراطية الوحيدة القادرة على تغيير مسار العملية السياسية في العراق نحو الأفضل.

• دراسة الرعود (٢٠١٢) بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين :

هدفت الدراسة الي معرفة الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في مصر وتونس مثل الكشف عن دورها في التهيئة التحريض للاحتجاجات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

وتكونت العينة من (٣٤٢) مفردة، تم اختيارها بواسطة العينة العشوائية البسيطة وتم تحليل الاستبانة والتأكد من صدق الأداة وثباتها بواسطة الطرق العلمية المعروفة كما تم استخدام التحليل الاحصائي

ومن اهم النتائج التي توصلت اليها:

- جاء المجال الثاني (مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الاعلان الرسمي من مجالات دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر في الترتيب الاول بمتوسط حسابي بلغ (٢,٧٥)

- جاء المجال الثالث (التأثير على الراي العام المحلي والاقليمي والدولي في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (٢,٦٨).

ب- الدراسات الاجنبية:

- دراسة أولووو(٢٠١٨) دور الشبكات الاجتماعية والإعلام في التوعية السياسية في الجمهور

Role of Social Networking and Media in Political Awareness in Public

هدفت الدراسة الي التعرف علي مدي تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي من خلال الدور الذي تلعبه في نشر الوعي السياسي في الجمهور، وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة علي تحليل اراء بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة المتحدة، وتوضيح النظرة العالمية الجديدة حول شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت .

ومن اهم نتائج الدراسة أن الانترنت اصبح امر طبيعي يتعلق بجذب الانتباه السياسي لدي الافراد في المجتمع، كما توصلت الي أن النشاط السياسي قد ينتهي به المطاف الي أن يكون اكثر قوه في المشاركة الوطنية في قضايا المجتمع.

- دراسة رويتر (٢٠١٣) بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت والتوعية السياسية في الأنظمة الاستبدادية

Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes

هدفت هذه الدراسة الي التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت في زيادة الوعي السياسي بالاحتيايل في الانتخابات في النظم غير الديمقراطية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي للانتخابات البرلمانية الروسية عام ٢٠١١ وتوضيح صورتها، ايضا من خلال توتير وفيس بوك من قبل النخبة المعارضة .

ومن اهم النتائج أن استخدام منصات الشبكات الاجتماعية في روسيا في تلك الفترة زاد من الاحتيايل الانتخابي في المجتمع، كما توصلت الدراسة الي اسباب الاحتجاجات ما بعد الانتخابات، من خلال السبب الرئيسي لها في الوعي السياسي حول عدم مصداقية الانتخابات في المجتمع الروسي في تلك الفترة.

- دراسة يونس (٢٠١٣) دور وسائل الإعلام الاجتماعي في خلق الوعي السياسي في فترة الاحتجاجات السياسية

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN CREATING POLITICAL AWARENESS AND MOBILIZING POLITICAL PROTESTS.

هدفت الدراسة الي معرفة دور وسائل الاعلام الاجتماعية في التوعي السياسية في المجتمع التركي خاصة في فترة الانتخابات وتنفيذ الناشطين السياسيين لحماتهم السياسية و خلق الوعي حول القضايا السياسية في المجتمع .

حيث ركزت الدراسة علي رصد الاحتجاجات السياسية من خلال وسائل الاعلام الاجتماعية ودورها في خلق هذا الوعي

وقد جمعت الدراسة بين اساليب البحث النوعي والكيفي في تناولها لمشكلة الدراسة ورصد الادبيات المتعلقة بالوسائل الاجتماعية والسياسية في المجتمع واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي مستخدمة اداة المقابلة لفهم دور وسائل التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي

ومن اهم النتائج التي توصلت اليها أن وسائل الاعلام الاجتماعية اصبحت مصدرا بديلا للمعلومات السياسية في المجتمع ومن المتوقع زيادة هذا الدور خاصة في فترة الانتخابات والاحتجاجات السياسية.

• التعقيب على الدراسات السابقة:-

- هناك اتفاق بين الدراسة الحالية وبعض الدراسات السابقة من حيث تناولها لموضوع الوعي السياسي وسبل تدعيمه والمعوقات التي قد تقف أمام اكتسابه بين فئات مختلفة في المجتمع، كذلك من خلال موضوع الشائعات عامة ومدى تأثيرها على المجتمع وأفراده.
- تتميز الدراسة الحالية بتناولها للشائعات عبر شبكة اليوتيوب والموجهة لفئة الشباب المصري خاصة وتعرضها لمحتوى هذه الشائعات خاصة السياسية منها، وطرح قضية جديدة تتمثل في أن الشائعات السياسية قد تكون سبب رئيس في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب في المجتمع المصري خاصة بعد مرور المجتمع المصري بتحويلات عديدة ومختلفة حتى وقتنا الراهن .

سابعا - التوجه النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة الراهنة على نظرية البنائية الوظيفية الحديثة، حيث تعتبر البنائية الوظيفية من النظريات الاجتماعية أو من الأطر المنهجية للنظرية الحديثة بنائياً في علم الاجتماع السياسي، والتي تسعى لتحليل الوقائع الاجتماعية أو الفعل الاجتماعي باعتباره البنية التي يتفاعل داخلها الافراد أو الوظيفة أو الدور داخل البنية الاجتماعية.

كما ينطلق البحث من نظرية التفاعلية الرمزية التي تقوم على دراسة وتجليد الانساق الاجتماعية حيث تبدأ بالوحدات الصغيرة لفهم الوحدات الكبيرة

ويمكن توظيف نظرية البنيوية الوظيفية في الدراسة الحالية من خلال دراسة دور الشائعات ووظيفتها في مجتمع الشباب علي قنوات اليوتيوب، وتحليل الدور الوظيفي الذي تقوم به في تدعيم أو تقليل الوعي السياسي لدى الشباب المصري، حيث تعتمد البنائية الوظيفية الحديثة علي التحليل الوظيفي لأي ثقافة أو فكرة أو نسق في المجتمع وتأثيره علي مناحي وأفراد المجتمع الأخرى ومنها فئة الشباب.

كما توظف نظرية التفاعلية الرمزية في الدراسة في رصد وتحليل التفاعل الرمزي بين وجود الشائعات على اليوتيوب ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب من خلال الاتصال الرمزي والاتصال غير الرمزي بينهما.

ثامنا:- الإجراءات المنهجية

١-نوع الدراسة :-

دراسة وصفية تحليلية حيث أن الدراسات الوصفية تقول على تحليل ووصف واقع أو ظاهرة ما وصفا دقيقا والتعبير عنها كيفيا أو كميا.

٢- المنهج:-

اعتمدت الدراسة علي منهج المسح الاجتماعي المصاحب للدراسات الوصفية ويدرس الظواهر الاجتماعية في الوقت الراهن ، فالمسح الاجتماعي يعتبر من أحدث المناهج التقليدية في دراسة الظاهرة السياسية .

٣- أداة جمع البيانات:-

اعتمدت الدراسة علي الاستبيان، حيث تم تقسيمه لقسمين:

الأول:- يمثل البيانات الأولية، والثاني:- يمثل قضايا ومحاوير الدراسة الرئيسية، وتم قياس صدق أداة الدراسة من خلال الصدق الظاهري (صدق المحكمين)، وصدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة، وتم قياس ثبات الأداة من خلال معامل كرو نباخ ألفا للتأكد من أن الإجابة ستكون واحدة لو تكرر تطبيق الاستبيان على نفس الافراد في أوقات مختلفة.

٤- مجالات الدراسة:-

المجال المكاني: طبقت الدراسة في مدينة كفر الشيخ، وهي عاصمة محافظة كفر الشيخ، التي تعد من محافظات الوجه البحري.

المجال الزمني: تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من ١٠/١١/٢٠١٩ حتي ١٠/١٢/٢٠١٩ علي شباب مدينة كفر الشيخ.

المجال البشري: طبقت الدراسة الميدانية علي الشباب مرتادي اليوتيوب بمدينة كفر الشيخ .

٥- عينة الدراسة:-

اعتمدت الدراسة علي العينة العشوائية البسيطة من الشباب مرتادي اليوتيوب من مدينة كفر الشيخ طبقا لشروط معينة لتحقيق التمثيل الأمثل لمجتمع الدراسة وخصائص العينة بواقع (٢٠٠) مفردة

- أساليب التحليل الإحصائي:-

- تم استخدام الأساليب الاحصائية **Spss** وفق ما يناسبها من أسئلة الدراسة وهي:-

- التكرارات والنسب المئوية لتوزيع متغيرات الاستبيان
- معامل كرو نباخ ألفا لقياس ثبات أداة الدراسة
- المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري
- تم تحويل البيانات من الصور الكمية المجدولة الي بيانات كيفية عند عرض النتائج.

تاسعا:- نتائج الدراسة:-

تمثلت نتائج الدراسة من خلال تحليل بيانات استمارة الاستبيان حول موضوع الدراسة واجاباتها على تساؤلات البحث ، وربطها بالاطار النظري له، حيث نتج عن تحويل البيانات الكمية الي كيفية ومع استخدام بعض المعالجات الإحصائية ما يلي:-

- إن النسبة الأعلى للمشاركة في الدراسة الميدانية كانت من الإناث بواقع (٥٤%)، وقد يرجع ذلك إلي أنهم كن أكثر تعاونًا مع الباحث من الشباب

الذكور الذين كانوا يتسمون بالسلبية واللامبالاة في أغلب الأوقات التي عرضت عليهم استمارة الاستبيان.

• بينت الدراسة الميدانية أن ما يقرب من ثلث العينة من الفئة العمرية (٤٠ لأقل من ٤٥) هي الأكثر استجابة لتساؤلات الاستبيان وقد يرجع ذلك إلي أنهم أكثر الفئات العمرية في مرحلة الشباب شعورا بالمسئولية تجاه أنفسهم وأسرهم، حيث أن السواد الأعظم منهم متزوجون ويعولون بنسبة (٨٤.٥%) من حجم عينة الدراسة.

• أوضحت الدراسة الميدانية أن أكثر الحالات التعليمية تعاوناً مع الباحث من حاملي الدكتوراه بنسبة (٣٦.٦%) وأقل الفئات تعاوناً هم شباب الجامعات بنسبة (٥%) من إجمالي حجم العينة، وقد يرجع ذلك إلي اهتمام حاملي الدكتوراه بالبحث العلمي وحرصهم علي التعاون مع الباحث خاصة أن معظمهم أثني علي موضوع البحث وأهميته في الوقت الراهن، وقلة مشاركة شباب الجامعات قد يرجع إلي اللامبالاة في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية الراهنة وانشغالهم بأمرٍ آخري كالحصول علي فرص عمل أو تأمين دخل محدد أو الاهتمام بالدراسة وأعبائها، مما يفسر أن أكثر فئات للشباب الذين تعاونوا مع الدراسة من موظفي القطاع العام بنسبة (٤٦.٥%) من إجمالي حجم العينة وأقل الفئات تعاوناً مع الدراسة الميدانية الطلاب بنسبة (٥.٦%) من إجمالي حجم العينة، مما قد يؤكد النتيجة السابقة.

• كما أظهرت معطيات الدراسة الميدانية أن ما يقرب من ثلثي حجم العينة يستخدمون اليوتيوب (أحياناً) بأعلى متوسط حسابي بلغ (٤.٣٧%) وبتحرف معياري (٠.٩٣) وأن ثلث حجم العينة من الشباب يستخدمون

اليوتيوب (دائماً) وهي نسبة كبيرة ، وقد يرجع ذلك الي أهمية موقع اليوتيوب بين الشباب وبين شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل ومعرفة الأخبار والتحقق منها ،حيث يحتل اليوتيوب مركز متقدم جدا بينهم، وقد يرجع ارتفاع نسبة المستخدمين لموقع اليوتيوب أحياناً إلي الظروف الاقتصادية وارتفاع أسعار باقات الانترنت في مصر ، والرغبة في توفير النفقات بتقليل الدخل علي اليوتيوب خاصة أنه من أكثر شبكات الاجتماعي استهلاكاً للإنترنت

• كما كشفت معطيات الدراسة الميدانية أن نسبة (٧٢.١%) من إجمالي حجم العينة يشاهدون اليوتيوب من أكثر من ثلاثة سنوات، بمتوسط حسابي (٤.٤٤%) بانحراف معياري (٠.٧٧)، وقد يرجع ذلك إلي أن غالبية الشباب المصري يتفاعلون معه منذ فترة كبيرة لمشاهدة الفيديوهات المختلفة ومتابعة الأخبار ومشاهدة الأحداث الراهنة، مما يؤكد أهميته في رصد وتحليل دور الشائعات في الوعي السياسي للشباب المصري، كما يستخدم الهاتف الذكي بنسبة أكبر من ثلثي حجم العينة، وقد يرجع ذلك لسهولة تصفح ومشاهدة اليوتيوب من خلاله والدخول منه في أي وقت وأي مكان لمشاهدة ومتابعة اليوتيوب.

• بينت نتائج الاستبيان أن الغالبية من عينة الدراسة من الشباب يشاهدون اليوتيوب فقط دون تسجيل إعجاب أو كتابة تعليق بنسبة (٥٨%) من إجمالي حجم العينة المتفاعلين مع اليوتيوب، بمتوسط حسابي (٣.٦٦%) بانحراف معياري (٠.٨٢)، وقد يرجع ذلك إلي أن غالبية الشباب يهتمون فقط بتتبع الأخبار ومعرفة الأحداث والتحقق من الشائعات خاصة السياسية

منها دون اهتمامهم باي تفاعل آخر كتسجيل إعجاب أو كتابة تعليق أو الاشتراك في قناة علي اليوتيوب.

• أوضحت نتائج الدراسة ان الغالبية العظمى من أفراد العينة لا يصدقون كل ما يشاهدونه من شائعات على اليوتيوب بأعلى متوسط حسابي (٣.٥٤%) بانحراف معياري (٠.٦٧)، ويرجع ذلك أن معظم هذه الفيديوهات الخاصة بالأخبار والأحداث والمواقف تكون مفبركة وموجهة لغرض معين وهذا سبب رئيس في عدم تصديقهم لغالبية الفيديوهات علي اليوتيوب، مما قد يوضح دور الشائعات السياسية والتحقق منها في زيادة الوعي السياسي عند الشباب المصري من خلال شبكة اليوتيوب، حيث أوضح معظم المفسرين بانها قد تكون موجهة لأغراض أخرى مثل تحقيق أهداف سياسية معينة أو أن صانعيها ليس لديهم انتماء لوطنهم ويريدون زعزعة الامن القومي وتقليل الانتماء والمواطنة بين الشباب المصري.

• وأوضحت بيانات الدراسة الميدانية أن أكثر من نصف حجم العينة بقليل يرون أن الشائعات عبر اليوتيوب ادت الي زيادة الوعي والتثقيف السياسي للشباب المصري لسهولة الاطلاع علي الحقائق وليس العكس بأعلى متوسط حسابي (٤.٧٦%) وبانحراف معياري (٠.٤٨)، حيث أقر ثلثي حجم العينة تقريبا أنهم يستطيعون اكتشاف الشائعات بكل أنواعها علي اليوتيوب وخاصة التي لها أغراض سياسية مباشرة أو غير مباشرة، حيث قال ما نسبته (٨٧.٩%) من إجمالي حجم العينة أنهم شاهدوا شائعات سياسية مختلفة علي اليوتيوب وتحققوا منها فقد ادت الي زيادة الوعي السياسي المتعلق بقضايا المجتمع المصري السياسية، ولكن هناك من أقر بوجود أخبار واحداث سياسية حقيقية وليست اشاعات عند التحقق منها،

وقد يرجع ذلك ايضاً إلي إن اثبات صحة الإشاعة السياسية يزيد من الوعي السياسي عند الشباب المصري بقضايا المجتمع.

- كشفت معطيات الدراسة أن أكثر من نصف حجم العينة تقريباً يرون السبب الرئيس في انتشار الشائعات السياسية علي اليوتيوب هو سهولة فبركة الفيديوهات والأخبار عليه، وبثها من مصادر غير معلومة ، بأعلى متوسط حسابي (٣.٥٧%) بانحراف معياري (٠.٤٤)، وقد يرجع ذلك الي أن السواد الأعظم من الشباب المصري لديه وعي سياسي بحقيقة الشائعات ودورها الخفي في تقليل الانتماء الوطني وزعزعة الاستقرار المجتمعي وتهديد السلم الاجتماعي ، مما قد يؤكد ما ذكره غالبية أفراد العينة بنسبة (٨٥.١%) أن الشائعة السياسية منتشرة علي صفحات اليوتيوب وذكروا أن الهدف الرئيس في انتشارها هو تضليل الشباب المصري حيث أقروا بذلك ما نسبته (٤٥.٥%) من اجمالي حجم العينة، وقد يرجع ذلك الي ادراك الشباب المصري مرتادي اليوتيوب بحقيقة الشائعات ووعيهم بسبل التحقق منها وبالأهداف المختلفة التي بثت من أجله.

- أوضحت الدراسة الميدانية أن ما يقرب من نصف حجم العينة يرون السبب في جاذبية اليوتيوب في نشر الشائعات عامةً والشائعات السياسية بصفة خاصة هو بث الأحداث والأخبار صوت وصورة بدقة وجودة عالية، بأعلى متوسط حسابي (٤.٧٨%) وبانحراف معياري (٠.٤٩) وهو مستوى مرتفع ، مما قد يرجع الي تفضيل الشباب المصري لمتابعة الأحداث والأخبار، والتحقق منها عبر قنواته المختلفة، مما جعله من اكثر شبكات التواصل الاجتماعي اقبالاً بين الشباب، وقد أقر أكثر من نصف حجم العينة تقريباً أن وعيهم السياسي بقضايا المجتمع وما يدور فيه من احداث

سياسية، قد تأثر بمشاهدتهم وتتبعهم الشائعات علي قنوات اليوتيوب، حيث أرجع نصف أفراد العينة أن السبب في زيادة هذا الوعي السياسي يعود لمشاهدة الأحداث والأخبار السياسية التي يرغبون في مشاهدتها في أي وقت وأي مكان

• بينت نتائج الدراسة الميدانية أن ما يقرب من ثلث حجم العينة يرون أن التحقق من الشائعات السياسية لها أثر علي ثقافتهم السياسية من خلال مشاهدتهم لليوتيوب الذي يعد عاملاً مهماً في التأثير على الثقافة السياسية عبر اليوتيوب، بمتوسط حسابي (٤.٥٩%) بانحراف معياري (٠.٤٧)، وقد يرجع ذلك الي حرص الشباب المصري خاصةً المهتمون منهم بالشأن العام علي معرفة الحقيقة حول ما يثار من احداث واخبار سياسية في الوقت الراهن، حتي يفهمون الحاضر و يتنبؤون بالمستقبل، مما جعلهم يقرروا بأن الشائعة السياسية تنتشر أكثر في قنوات اليوتيوب في كل الأوقات حيث تصل لثلث حجم العينة ، ويليهما النسبة التي أقرت بأن الشائعات السياسية تنتشر في أوقات الأزمات التي تصيب المجتمع بنسبة (٢٦.٦%) من اجمالي حجم العينة، وقد يرجع ذلك الي وعي الشباب المصري بالأوقات التي توجه فيها مثل هذه الشائعات، والدور الخفي لها في محاولة تشكيل الحياة السياسية المصرية حالياً.

• كما أظهرت معطيات الدراسة الميدانية أن أكثر من نصف حجم العينة تقريباً يرون أن من أكثر الشائعات السياسية التي تم تداولها عبر اليوتيوب هي الدعوة للمظاهرات في أوقات محدد بمتوسط حسابي (٤.٤٣%) بانحراف معياري (٠.٤٦) ويليهما بعد ذلك الشائعات حول فساد رجال السياسة بنسبة تفوق الثلث من اجمالي حجم العينة ، وقد يرجع ذلك الي

وعى الشباب المصري في رصد وتحليل الشائعات المختلفة عبر اليوتيوب والهدف منها والتحقق منها لمعرفة صدقها من عدمه وكذلك يبين لنا مدي متابعة أفراد العينة ووعيهم بها .

- كما أوضحت نتائج التحليل الميداني أن نسبة (٢١.٩%) من اجمالي حجم العينة حول معرفة وعى الشباب بكيفية الحد من انتشار الشائعات السياسية عبر اليوتيوب يرون أن السبيل للحد من انتشارها يكون بسرعة توضيح الحقائق للرأي العام حول أي شائعة تثار في قنوات اليوتيوب وقد يرجع ذلك الي حرص الشباب المصري ورغبتهم في معرفة الحقائق من الجهات الرسمية حتي لا ينساقون وراء الشائعات من الجهات غير المعلومة والمضللة، مما يعكس وعيهم السياسي بقضايا المجتمع السياسية، وجدير بالذكر أن اقل نسبة من أفراد العينة في هذا السياق يرون أن مواجهة الشائعات السياسية علي اليوتيوب يكون بعدم نشرها وحجب القنوات التي تبثها، مما قد يكشف ذلك عن مدي ادراك غالبية الشباب المصري لأهمية الشائعة السياسية في تنمية الوعي السياسي ودورها في الوصول للحقيقة

عاشرا: - ..التوصيات:-

- حث الباحثين وطلاب الدراسات العليا علي دراسة سوسيلوجيا الشائعات السياسية لما لها من دور هام في تكريس أو ضعف قيم الانتماء والمواطنة عند الشباب .
- ضرورة إنشاء مراكز متخصصة لمواجهة الشائعات عامة والشائعات السياسية خاصة تضم في أعضائها علماء علم الاجتماع وعلم النفس والسياسية ورجال الدين وفقهاء القانون لمحاربة الأفكار الهدامة التي تروج لمثل هذه الشائعات.
- تشديد الرقابة علي قنوات اليوتيوب التي تبث الشائعات السياسية ، ووضع تقنين قانوني لها حتي تتحري الحقيقة فيما تبثه من اخبار وأحداث .
- سن القوانين التي تجرم نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة اليوتيوب ، ونشرها في وسائل الاعلام الرسمية وغير الرسمية لتبصير الشباب بها حتي لا يضعون أنفسهم أمام القانون.
- التوسع في إقامة الندوات والمحاضرات التوعوية حول الشائعات ودورها في الأمن القومي وتأثيرها علي الشباب، مع ضرورة التعاون مع الجهات الرسمية المهمة بالشباب والتوعية الفكرية.
- ضرورة وجود برامج حوارية وتوعوية بجميع وسائل الاعلام المسموعة والمقروءة والمرئية لما لها من جاذبية وجمهور عريض من الشباب ودور فعال في التوجيه والإرشاد.

الحادي عشر. المراجع:

- ابن منظور، جمال(١٩٩٧)، لسان العرب ،دار صادر ، ط ١ ، بيروت.
- ابو القاسم، ليلي، احمد، ناصر(٢٠١٧) مفهوم واهمية الوعي السياسي تجاه الدولة والمجتمع، مجلة جامعة تكريت للعلوم السياسية، م ٣، ع ٩.
- الاسود، صادق(١٩٩٠) علم الاجتماع السياسي اسسه وأبعاده ، جامعة بغداد، بغداد .
- البكور ،نايل(٢٠٠١) الاساليب الحديثة في التحصين النفسي والاجتماعي ضد الشائعات، ورقة عمل مقدمة لندوة أساليب مجابهة الشائعات جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، ط١، الرياض
- التهامي، مختار(١٩٧٩)الرأي العام والحروب النفسية، دار المعارف للنشر، القاهرة.
- الجبير ،احمد (٢٠٠٠)مبادئ العلوم السياسية ،منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس.
- السيد، امينة، عبد العال، هبة(٢٠٠٩) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي والمكتبة ، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات ، المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر ، بعنوان المكتبة والمجتمع في مصر.
- الشراذي، شايف (٢٠١٦)قيمة الوعي السياسي في حياة الامة، مجلة الوعي، ع ٣٦١

<http://www.al-waie.org/archives/article/9903>

- العوامة، عبدالسلام، الدباية، بكر (٢٠١٨) دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الاردنية، مجلة دراسات العلوم التربوية، م٤٥، ع٤٤، الاردن
- النفيسة، عبد العزيز (٢٠١٣) الشائعات واثرها على الروح المعنوية لرجال الامن، دورة تدريبية بعنوان اساليب واجهة الشائعات بتاريخ (٢٠٢٠-٢٤/٤/٢٠١٣)، قسم البرامج التدريبية، كلية التدريب، الرياض.
- اليزيد، حصة (٢٠١٤) أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال الدعوة "موقع اليوتيوب نموذجا"، دراسة ميدانية في منطقة الرياض، دار التدميرة للنشر والتوزيع، ط١، الرياض، السعودية.
- اوجار، محمد (٢٠١٠) الوعي السياسي واختيار الناخب، ندوة، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين.
- جسام، ريم (٢٠١٧) دور الاعلام في تعزيز الوعي السياسي لدى المرأة الاردنية من وجهة نظر الناشطات في قضايا المرأة، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الاردن.
- حجاب، محمد (٢٠٠٤) المعجم الاعلامي، دار الفجر للطبع والنشر والتوزيع، ط١، القاهرة.
- ديس، عائشة (٢٠١٨) دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس ملينة، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس ملينة، الجزائر.

- زايد ،حيدر(٢٠١٨) الدور الذي تلعبه البرامج الحوارية التلفزيونية في تنمية الوعي السياسي لدى الفرد، مجلة الدراسات الاعلامية، المركز الديمقراطي العربي، ع٤، برلين، المانيا.
- زهران، حامد(١٩٧٧) علم النفس الاجتماعي، دار غريب للنشر، ط١، القاهرة.
- سلمان، احمد(٢٠١٧) شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، رسالة ماجستير، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن
- شفيق، حسنين (٢٠١١)الاعلام الجديد الاعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة
- عباس، عائشة(٢٠١٧) اشكالية التنمية السياسية والديمقراطية في دول المغرب العربي تونس نموذجا، إشكالية التنمية السياسية والديمقراطية في دول المغرب العربي : تونس نموذجا ، المركز الديمقراطي المركز الديمقراطي العربي ، ط١، المانيا، برلين.
- عبد الرزاق، رأفت، الدليمي، عبد الرزاق(٢٠١٦) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت للفترة من ٢٠١٣/٣/١ حتى ٢٠١٣/٦/١ ، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، م٤٣، العراق.

- فطراونة ،اكرم(٢٠١٢) فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الاسلامية غزة،، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين.
- قنديلجي ، عامر، السامرائي، ايمان(٢٠١٢) شبكة المعلومات والاتصالات ، دار المسيرة للنشر، الطبعة الثانية، الاردن
- محمود ،ايمان(٢٠١٢) دور الاذاعة في مجابهة الشائعات، مجلة الامن والحياة، ع٣٦٢، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض.
- مصطفى، حسام(٢٠١٧) الشائعات والرسائل المتسلسلة(البناء واستراتيجيات التصدي)، مجلة دراسات اعلامية ، ع٢٤، كلية الاعلام جامعة افريقيا العالمية، السودان
- هاشم، سامي(٢٠٠٣) الشائعات من المنظور النفسي في عصر المعلومات، ورقة عمل مقدمة لندوة الشائعات في عصر المعلومات جامعة نايف للعلوم الامنية، الرياض
- ويكيبيديا عربي(٢٠٠٢) يوتيوب <https://ar.wikipedia.org>
- يعقوب، شدان(٢٠١٦) اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدي طلبة جامعة النجاح الوطنية رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين
- Reuter, Ora John (2013) Online Social Media and Political Awareness in Authoritarian Regimes, British Journal of Political Science 45(1) April 2013, University of Wisconsin , Milwaukee

-uwbimi awlww, iimanuil (2018) Role of Social Networking and Media in Political Awareness in Public, OSR Journal of Mobile Computing & Application (IOSR-JMCA) e- ISSN: 2394-0050, P-ISSN: 2394-0042. Volume 5, Issue 4 (Jul. - Aug. 2018)

- YUNUS, ENDER(2013) THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN CREATING POLITICAL AWARENESS AND MOBILIZING POLITICAL PROTESTS, Master's Thesis in Media Management ECTS credits, Royal Institute of Technology, Stockholm, Sweden.