

تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب المصري "خلال الاستفتاء على دستور 2014"

د. صفا محمود عثمان*

المقدمة:

أدى التطور العلمي والتقني المتسارع منذ أواخر القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين إلى تطور كبير في حياة البشرية في مختلف أنحاء العالم ، ودخل ذلك التقدم وتلك التقنية في مختلف جوانب الحياة ، بما فيها الحياة الاجتماعية والسياسية في المجتمع ، وأدى ذلك إلى تغيير شكل الحياة الاجتماعية في كثير من الدول المتقدمة والدول النامية على حدٍ سواء ، وإن كان ذلك التغيير بنسب متفاوتة، بحسب تقدم كل دولة أو تأخرها.

ويتميز العصر الحالي بأنه عصر الإعلام الجديد والمعلومات، لما يمتلكه من قدرة على التأثير والاقناع، وتشكيل الأفكار، وصياغة الرأي العام، فقد أصبح الإعلام الجديد عاملاً من عوامل التنمية وعنصرًا متزايد الأهمية في التطوير السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي .

وكان من أبرز مستحدثات ذلك التطور التقني الذي شهده العالم أخيرًا ظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، وما قامت به من تعزيز لدور الاعلام بشكل عام وفي المجال السياسي بشكل خاص فقد أتاحت له فرصة نقل الأخبار والمعلومات بأسرع وقت وبتكاليف أقل ... وقد شهدت مصر خلال الفترة الماضية العديد من التطورات والتحركات السياسية الكبيرة، وكان لوسائل الاعلام دور كبير في تلك الأحداث وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي والذي أصبح أداة جديدة من أدوات الإعلام السياسي الذي يهتم بالجوانب والقضايا السياسية ويقوم بإحداث التأثير والتغيير في الآراء والأفكار والقناعات لدى الجمهور ويساهم في عملية صنع القرار السياسي.

وبرز دور مواقع التواصل الاجتماعي بنقل وتحليل النشاط السياسي وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للتأثير على الشباب، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي ليعتمد عليها الجمهور العام بشكل عام والشباب بشكل خاص في تكوين اعتقاداتهم واتجاهاتهم ومواقفهم المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به .

* تم ترقيّة سيادتهم بهذا البحث لدرجة استاذ مساعد بكلية الإعلام – جامعة 6 أكتوبر

وقد نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي للشباب المصري وبالفعل عملت على إحداث تأثيرات واقعية على سلوكيات الشباب سواء في المشاركة في الثورات المصرية أو المشاركة في الانتخابات والاستفتاءات.

وذلك وجب علينا التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في التوعية السياسية وتأثيراتها على القرار التصويتي للشباب وقت الانتخابات أو الاستفتاءات التي تتم في مصر.

أولاً: مشكلة الدراسة:

استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي أن تکرّس مفهوم الحق في المشاركة، وبالتالي أصبحت هذه الشبكات إحدى وسائل تشكيل الوعي السياسي في الوقت الراهن لدى الرأي العام، وتلعب دوراً بارزاً ومؤثراً في تحقيق الثقافة السياسية بأساليب مبتكرة، وبالتالي يمكن القول أن هذه الشبكات كرسّت لمفهوم الحق في المشاركة السياسية.

وبالتالي يمكن بلورة مشكلة الدراسة في "معرفة طبيعة الدور الذي قامت به شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الشباب المصري في دفعه للمشاركة السياسية والتأثير على قراره التصويتي في الاستفتاء على دستور 2014 الذي يُعد تعديلاً لدستور 2012"، وبالتالي يمكن التعرف بصورة عامة على قدرة هذه الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب المصري بما تبثه من مضامين متنوعة ما بين نص وصورة وفيديو وغيره من أحداث هي مثار حديث الرأي العام.

ثانياً أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة الرئيسية في سعيها للتعرف على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب المصري والكشف عن مواطن القوة والضعف التي تعكسها هذه المواقع حتى يمكن تلافي تأثيراتها السلبية في تكوين رؤية صائبة عن عملية الاستفتاء على الدستور الجديد 2014، ومساعدة الشباب في تقييم نصوص هذا الدستور الجديد والتعرف على ميزاته وعيوبه، إلى جانب التعرف على أهم الإجراءات التي اتخذتها اللجنة العليا للانتخابات في الترتيب لهذا الحدث السياسي الهام وينبثق من الأهمية السابقة أمران هامين وذلك على النحو التالي:

1- تمثل الدراسة إضافة علمية للتراث العلمي المتعلق بدراسة الإعلام الجديد، وخاصة في مجال التأثيرات على الجمهور، حيث تسعى الدراسة لتكون إضافة علمية في التعرف على مزيد من خصائص تعامل جمهور الشباب المصري مع شبكة المعلومات بصورة عامة ومع شبكات التواصل الاجتماعي بصورة خاصة.

- 2- تساعد الدراسة في التحديد الدقيق للوسائل والآليات التي تعتمد عليها هذه الشبكات في توصيلها للمعلومات أيًا كان نوعها للجمهور الذي تستهدفه، وكذلك وسائل التفاعل مع الجمهور لاستقبال ردود فعله، وبالتالي يمكن بناء على هذه النتائج رسم رؤية عملية بسيطة تضع الخطوط العريضة في كيفية حدوث عملية الاتصال بين الأطراف المتفاعلة على صفحات هذه المواقع الاجتماعية.
- 3- الدور الفعال والحيوي لمواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب المصري ومدى قدرتها على تشكيل أجندته واهتماماته في ضوء تغطيتها الآنية والسريعة للأحداث الجارية ومتابعة تدايحاتها.
- 4- تميز مواقع التواصل الاجتماعي بقدرتها على إتاحة مساحة كبيرة للشباب في التعبير عن رأيه من خلال تنوع وسائل التفاعل عبر هذه المواقع.
- 5- أثبتت الدراسات السابقة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجانب السياسي في حياة الشعب المصري وخاصة الشباب.

ثالثًا أهداف الدراسة:

وانطلاقًا من أهمية الدراسة فهي تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التالية:

- تحاول الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب المصري، من خلال التعرف على عاداته الاتصالية مع هذه المواقع.
- الكشف عن الدور التوجيهي لهذه الشبكات على الشباب المصري للاهتمام بالأحداث السياسية وذلك بالتطبيق على حدث الاستفتاء على دستور 2014.
- معرفة أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الجمهور الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات بصورة عامة وعن الاستفتاء على الدستور 2014 بصورة خاصة.
- معرفة أكثر مواقع التواصل الاجتماعي مصداقية لدى الشباب المصري.
- تكوين رؤية عامة عن مدى مراعاة مواقع التواصل الاجتماعي لمسئولياتها الاجتماعية من خلال التعرف على نوع التأثيرات السياسية لهذه المواقع من حيث كونها سلبية أم ايجابية.
- الكشف عن مدى تأثير المعلومات السياسية التي تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي في الصفحات المتعلقة بالاستفتاء على الدستور 2014 في تشكيل اتجاهات الشباب المصري وبالتالي التأثير على قراره التصويتي بالموافقة أو المعارضة.
- الوقوف على دوافع تعرض الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالاستفتاء على الدستور 2014 كأحد نماذج الصفحات السياسية على هذه المواقع.

رابعًا تساؤلات وفروض الدراسة:

التساؤلات الخاصة بالدراسة:

يتمثل التساؤل الرئيسي في هذه الدراسة في ما هو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب المصري "خلال الاستفتاء على دستور 2014"، ومن هذا التساؤل تتفرع عدة تساؤلات فرعية تتمثل فيما يلي:

1. ما هي عادات تعرض الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 2. ما أسباب وأشكال استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 3. ما هي أشكال تفاعل الشباب المصري مع مواقع لتواصل الاجتماعي؟
 4. ما مدى متابعة أخبار الاستفتاء على دستور 2014 من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟
 5. ما هي دوافع تعرض المهتمين بقضايا وموضوعات الاستفتاء لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 6. ما هي حدود حرية التعبير من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟
 7. ما درجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن الدستور؟
 8. ما هو تقييم عينة الدراسة للموضوعات المثارة بمواقع التواصل الاجتماعي حول الاستفتاء والدستور؟
 9. ما مدى التأثيرات التي تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي في الصفحات المتعلقة بالاستفتاء على الدستور 2014 في تشكيل اتجاهات الشباب المصري وبالتالي التأثير على قراره التصويتي بالموافقة أو المعارضة؟
 10. ما هي أنماط النشاط المدعمة والمعوقة للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية عند التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- الفروض الخاصة بالدراسة:**

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفعية، وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وبين مستويات وعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
- توجد علاقة عكسية بين أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين مستويات وعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات وعي عينة الدراسة بمفهوم المشاركة السياسية وبين التأثيرات المختلفة للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي (المعرفية، الاتجاهية، الوجدانية، والسلوكية).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين المتغيرات الديموغرافية للعينة (النوع - الانتماء الحزبي- المستوى الاجتماعي الاقتصادي).
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين معرفة المواد المتعلقة بالدستور.
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين اتجاهات عينة الدراسة نحو الدستور.

خامساً: مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية:

عند النظر إلى طبيعة البنية التشريعية والإعلامية والمعلوماتية للمجتمع المصري وما يعانيه من نقص في الحريات الأساسية وخاصة حرية الرأي والتعبير والتواصل، يمكن أن ندرك أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها الفعال في تمكين الشباب من التعبير عن آرائهم بحرية.

وهو ما دفع عديداً من المنظمات والأفراد إلى تبني مواقع التواصل الاجتماعي في عملية نشر المعلومات وتداولها في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي العملية التي أدت بلا جدال إلى كشف قصور وسائل الإعلام التقليدية.⁽¹⁾

ومن المعروف أن وسائل الاتصال تلعب دوراً مهماً كمراتب للديمقراطية وكوسيط في خلق الرأي العام، كما أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة عبر الإنترنت تسهل ظهور شكل جديد من أشكال تكوين الرأي العام وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والتي تقوم بتبادل الاتصال والخبرات والمعلومات ووجهات النظر بين أعضائها، وهو ما يمكن أن يكون جزءاً في عملية تشكيل رأي عام حول موضوعات النقاش والقضايا التي يطرحونها للحوار.⁽²⁾

المشاركة السياسية:

تعد المشاركة السياسية صورة من صور المشاركة العامة في أي مجتمع من المجتمعات وتحثل المشاركة السياسية موقعا متميزاً في إطار العلاقة بين المشاركة والتنمية في كل المجتمعات باعتبار المشاركة ركناً أساسياً في الحياة السياسية وعملاً

مؤثرًا في نجاح التنمية، وقد تحولت وسائل الإعلام اليوم إلى قنوات للمشاركة السياسية وإلى منابر لترسيخ الديمقراطية والمشاركة ودعم القيم والاتجاهات والسلوكيات التي تسهل عمليات التحول الديمقراطي⁽³⁾... إن مناقشة الأمور السياسية بشكل متكرر من قبل وسائل الإعلام يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بالنشاط السياسي فالجدل السياسي والنقاش على شبكات التواصل الاجتماعي، والنقاش والجدل في الحياة العامة سواء في العمل أو الجامعات يؤثر بشكل غير مباشر على المشاركة السياسية.⁽⁴⁾

فالمشاركة السياسية هي ناتج للقيم السياسية وعلي رأسها حرية الإنسان السياسية، والتي أقرتها المنظمات الدولية، وأقرها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أكد على الحق في التفكير الحر والمشاركة في الحياة العامة الذي يتضمن: حق تأليف الأحزاب، والجمعيات، والاتحادات، وحق التجمع، وحق الانتخاب والتصويت، وحرية الفكر والتعبير بدون مضايقة، وحرية المعارضة⁽⁵⁾

فالمشاركة السياسية هي مكون أساسي وضروري لنجاح أي نظام سياسي، فالمشاركة السياسية الجادة تتطلب جهدًا ووقتًا ومعرفة بالعملية السياسية ومؤسسات الدولة، وتتطلب أيضًا إدراك الأفراد ووعيهم بمقدرتهم علي التغيير، كما أنها محاولة ترجمة القيم والأفكار والآراء السياسية التي يؤمن بها الفرد إلي واقع عملي ملموس.⁽⁶⁾

تفعيل المشاركة السياسية:

هناك أهمية كبيرة لتنمية الانتماء لدي الشباب فهناك من الشباب من يموت من أجل الوطن، ومن يراهن علي مشروع التنمية والنهضة ويتحمل من أجله مشاق الحياة، وبالتالي يكون أكثر حرصًا علي المشاركة والاهتمام بقضايا العمل العام، وتنتم هذه التنمية للشباب عن طريق تكاتف جهود المرابين والمسؤولين والمثقفين وكذلك دور الاتحادات الطلابية ومراكز الشباب التي تزيد عن أربعة آلاف مركز والتي تشكل إطارًا متميزًا لتشجيع وتطوير المشاركة المحلية والعمل الشبابي في المراحل المقبلة.

آليات تفعيل المشاركة السياسية:

تنوعت تلك الآليات ما بين التقليدي والحديث وذلك لجذب المواطن المصري وخاصة فئة الشباب القادرة علي إحداث نهضة تنموية وحرارك سياسي فاعل، ويمكن التعرف على تلك الآليات في الآتي :

أولاً : الآليات التقليدية للمشاركة السياسية .

- الأحزاب والمشاركة السياسية: تسهم الأحزاب السياسية بدور في تدعيم المشاركة السياسية بين الشباب المصري من خلال لجان الحزب على كافة المستويات في القرية والمصنع والمدرسة والكلية والحي وغيرها ، وتقديم خدمات مباشرة للجمهور، وترغب الشباب في العمل الحزبي، وإتاحة الفرصة

لهم في المناصب القيادية ، ولعل هذا ما يدعم المشاركة السياسية بين الشباب المصري (7). وتعمل الاحزاب على الاهتمام بكوادر الأجيال الشابة ومنحها الفرصة لتجديد دماء العمل السياسي (8).

- **الإعلام وتدعيم ثقافة المشاركة السياسية :** وذلك من خلال زيادة ميول الشباب المصري السياسية وخاصة الاهتمام بالوقوف على القضايا السياسية من خلال متابعة الأخبار السياسية الداخلية والخارجية(9)، وأهم تأثيرات الإعلام علي المشاركة السياسية:

1. نشر الوعي السياسي لدى المواطنين .

2. تدعيم دور المعارضة السياسية .

3. تدعيم دور القطاع الخاص (10).

- **التعليم :** إن المشاركة السياسية هي من المكتسبات وهي تحتاج إلى التدريب والخبرة، فيظهر هنا دور التعليم وتدريب الفرد علي كيفية ممارسة السلطة وأشكال العمل السياسي، وضرورة تعليمه المسؤولية السياسية من أجل زيادة حجم المشاركة ويمكن أن يتم ذلك عن طريق المناهج الدراسية والندوات بالجامعات المصرية والتي تحت الشباب على المشاركة في الحياة السياسية (11).

- **أجهزة الأمن والداخلية :** تستطيع أن تسهم في تدعيم المشاركة السياسية وذلك بانتقاء التوقيت المناسب للانتخابات والاستفتاءات بعيداً عن أوقات الامتحانات بالنسبة للطلاب، وأيضاً في زيادة أماكن الاقتراع وأعداد اللجان، وتسهيل عملية الإدلاء بالأصوات من حيث الموعد والمكان والشروط (12).

ثانياً: الآليات الجديدة للمشاركة السياسية

أدت ثورة التكنولوجيا الاتصالية إلى ظهور آليات جديدة للمشاركة في الحياة السياسية وتعتبر تلك الآليات الجديدة جوهر الاتصال التتموي، الذي يستهدف تطوير فكر أفراد المجتمع وتكوين الاتجاهات الإيجابية نحو برامج التنمية للوصول إلى سلوكيات إيجابية تدعم الحياة السياسية ، وجاءت المدونات والفييس بوك واليوتيوب وتويتر من أكثر الآليات الشائعة في مجال العمل السياسي الحديث في العديد من دول العالم .

- **الإنترنت :** يمثل الإنترنت أحد أدوات المشاركة السياسية الجديدة للشباب، ويتيح لهم فرصة التعبير عن وجهات نظرهم والحوار بين بعضهم البعض حول القضايا المختلفة بدرجة أكبر من السهولة والحرية من الأطر التقليدية للمشاركة، ويساهم هذا في الحد من ظاهرة الاغتراب واللامبالاة السياسية للشباب، ويزيد

من درجة اهتمامهم بالقضايا العامة، والإحساس بالمسئولية تجاه المجتمع، وتشير الإحصاءات الدولية إلي أن الشباب هم أكثر الفئات اعتماداً على الإنترنت كمصدر للمعلومات السياسية. (13) يرى (توفلر) أن الإنترنت مكن المواطنين من المساهمة في صنع القرار ويرى Phil Noble أن الإنترنت سيؤدي لتغيير كبير في المشاركة السياسية نتيجة لتمكين المواطنين من التصويت المباشر (14)، وكما أكد Hughes & Hill أن الإنترنت يساهم في تغيير أفعال الناخبين السياسيين ومدعمه بآليات جديدة للتأثير على السلوك السياسي (15).... وفي المملكة المتحدة 69% منهم يستخدم الإنترنت للتصويت ويساعد الإنترنت على تحفيز الأفراد للمشاركة السياسية إذ يتم التغلب على القيود في الواقع الفعلي من بعد لجان التصويت ومما يدعم الديمقراطية الرقمية (16).

- **المدونات** : إن المدونات السياسية أو المدونات الانتخابية التي تُعنى باستطلاعات الرأي قد جذبت اهتمام وسائل الإعلام، وقد برزت هذه النوعية من المدونات ثم تلاشت مؤقتاً ولكن في عام 2006 وما بعد أصبحت المدونات ووسائل الإعلام التفاعلية الأخرى محط أنظار الصحافة والسياسة (17).

- **مواقع التواصل الاجتماعي**: أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة لحشد الشباب وتوعيتهم للمشاركة في الحياة السياسية (18) ولا يمكننا أن ننكر الدور الفعال الذي لعبته تلك المواقع وخاصة الفيس بوك في إطلاق ثورة 25 يناير حيث أتاحت للشباب ساحة للحوار والتعبير عن آرائهم في أحوال البلد دون خوف ، وأيضاً تستخدم في حشد المشاركة في الاحتجاجات أو المظاهرات بالنسبة للأفراد الذين لا ينتمون إلي جماعات نشطة (19)، ويستفيد الشباب المصري من الإنترنت بشكل عام ومن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص في تفريغ طاقاتهم السياسية (20)، ولقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن القضايا السياسية في مقدمة تفضيل الشباب المصري في مناقشتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتودي المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتعقيد عملية صنع القرار نتيجة لتعدد العملية السياسية وتعدد أطرافها، وظهر مصطلح مستخدمي الإنترنت وهم من يعتمدون على الإنترنت بشدة كمصدر للأخبار السياسية بدلاً من مستهلكي الأخبار السياسية في الإعلام التقليدي، وللإنترنت دور كبير في تغيير قرارات الناخبين بتوقيت اتخاذ القرار (21)، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أداة ضرورية لتكوين رأي عام فعال في وقت تضاعلت فيه قدرة الواقع الفعلي على تشكيل رأي عام فعال (22).

وقد حددت الدراسات تقسيماً للمشاركة:

المشاركة الآلية Instrumental: كالتصويت والاقتراع وإرسال تعليقات علي البرامج السياسية على الإنترنت دون نزول لموقع الحدث فالإنترنت هو ساحة ومنندى

ديمقراطي مفتوح 24 ساعة أمام الجميع للمشاركة والحصول على المعلومات التي تدعم قراراتهم السياسية (23)، وبذلك يمكن التعرف على اهتمامات الجمهور ، وهذا النوع من المشاركة يترجم إلى نوع آخر من المشاركة وهي المشاركة الرمزية.

المشاركة الرمزية Symbolic: حيث تترجم اهتمامات الأفراد من خلال التواصل فيما بينهم إلى سلوك إيجابي علي أرض الواقع مثل القيام ببعض التظاهرات، ورفع الأعلام واللافتات، وكذا القيام باحتجاجات تجاه بعض القضايا أو الأحداث علي الساحة (24).

سادساً: الشباب والمشاركة السياسية:

أكدت بعض الدراسات أن غالبية الشباب يرى العمل السياسي كشيء ممل، وغير ملائم لطبيعة حياتهم، وأن ليس لديهم المؤهلات التي تمكنهم من الدخول في المؤسسات السياسية أو دوائر صنع القرار، وأنهم يشكون دائماً في المسؤولين السياسيين²⁵، كما تتضح أزمة عدم المشاركة السياسية للشباب من خلال عزوف بعض الشباب عن المشاركة في العمل الحزبي، وقد يرجع ذلك إلي خطاب الأحزاب نفسه القائم علي الصورة التقليدية، حيث تخلو من التجديد والحيوية، فالشباب يريدون خطاباً حيويًا جديدًا يتعامل مع مشكلاتهم بواقعية ويواكب العصر والمستقبل²⁶ كما ينظر الفرد إلى أن النشاط السياسي يعتبر تهديداً لبعض جوانب حياته، أو قد يؤثر نشاطه السياسي على علاقته بجيرانه وأصدقائه، أو قد يؤثر ذلك النشاط علي مكانته الاجتماعية، أي أن الفرد قد يواجه بضغوط متعددة، وبالتالي يرى أن اللامبالاة السياسية أكثر ملائمة لحياته، ولكن مع ظهور الانترنت وزيادة الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي ظهر الدور الفعال في تشكيل اتجاه الشباب نحو المشاركة السياسية، حيث تتنوع وتتعدد المجموعات السياسية عبر الفيسبوك، ويتم تبادل الآراء بين الشباب بدرجة كبيرة من الحرية، ويساعدهم على متابعة الأحداث الجارية والتعليق عليها، ومعرفة حقوقهم السياسية، ونشر الثقافة بين الشباب وزيادة الوعي السياسي ولأن الوسائل التقليدية للمشاركة السياسية لم تعد تكفي لاستيعاب طاقات الشباب، بسبب القيود والمحاذير السياسية العديدة التي تصنعها الحكومة، فأراد الشباب تجاوز هذه العقبات والهروب إلى فضاء رحب يستوعب طموحاته وتطلعاته، ولم يجد الشباب أرحب من الإنترنت، بما يملكه من أدوات جديدة للتعبير، ووسائل مختلفة لإبداء الرأي والتفاعل مع الأحداث بشكل مختلف²⁷.

صور المشاركة السياسية بين الشباب:

إن إسهام الشباب المصري في صور المشاركة السياسية لا يتم بدرجة واحدة وإنما بدرجات متباينة وتزيد مشاركة الشباب في الحياة السياسية بين الفئات الأكثر تعليماً والناجحين في حياتهم العلمية والذين اعتادوا ممارسة حقهم في التصويت

الانتخابي وبين الذين تتوافر لديهم معرفة كافية بالقضايا السياسية التي تدور في مجتمعهم وبين فئات الشباب القادرين على ربط أنفسهم بالأحداث المجتمعية العامة التي تحدث خارج نطاق حياتهم الخاصة، أي الذين يستطيعون التأثير على الحياة العامة لمجتمعهم ويخرجون من نطاق الاهتمامات ذات الطابع الخاص إلي الاهتمامات ذات الطابع المجتمعي العام⁽²⁸⁾... ومن أبرز تلك الصور:

1. حرص الشباب المصري على الوقوف على القضايا السياسية والعامة من خلال متابعة الأخبار السياسية الداخلية والخارجية من وسائل الإعلام المتوفرة لهم.
2. إقامة نسق للاتصال من خلال الاهتمام بالمناقشات السياسية بين الناس.
3. الاشتراك في الحملات السياسية من خلال القيام بتوعية الأهالي من الناحية السياسية والإسهام في مشروعات تحسين البيئة بالجهود الذاتية.
4. ميلهم إلى التمسك بحق التصويت من خلال الإدلاء بأصواتهم في الاستفتاءات والانتخابات التي تتم على المستويين القومي والمحلي.
5. حرصهم على الاشتراك بالعضوية في أحد الأحزاب السياسية⁽²⁹⁾.

سابعًا نموذج (روبين وكيم) للاستخدامات والتأثيرات

تعتمد الباحثة في دراستها على نموذج الاستخدامات والتأثيرات والذي يعد تطورًا لنظرية الاستخدامات والإشباعات ومدخلًا جديدًا لها، ومن هذا المنطلق ظهر نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات عام 1997م، والذي يقيس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور- بعدما كان ينظر لأفراد الجمهور على أنهم متلقون سلبيون - بالإضافة إلى مساهمته في أحداث تأثيرات محددة تنتج عن استخدام المضامين الاتصالية، كما يهدف هذا النموذج إلى التعرف على الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدى تأثيراتها في الاتصال سواء كانت هذه الأنشطة مدعمة عملية الاتصال مثل: الانتقائية، والانتباه، والاستغراق كحافظ مؤثر لأن أفراد الجمهور يتأثرون بالمضامين الاتصالية التي يختارونها وينتبهون لها ويستغرقون فيها، أو الأنشطة المعوقة مثل: التجنب، وتحويل الانتباه، والشك الذي يحد من التأثيرات الاتصالية على أفراد الجمهور لأن الجمهور لم يتأثر بالمضامين الاتصالية⁽³⁰⁾.

وقد ساعد ذلك على إيجاد حلقة وصل بين مدخل الاستخدامات والإشباعات، حيث أصبحت الدراسات الحديثة تتحدث عن وجود علاقة بين مجموعة المنافع التي يحصل عليها الجمهور من استخدامه للوسيلة أو مضمونها من جهة والتأثيرات الاتصالية من جهة أخرى.

وقد ساعدت هذه الدراسات الخاصة بالاستخدامات والتأثيرات على سد الفجوة بين منهج التأثيرات التقليدية ومنهج الاستخدامات والإشباع (31).

كما تقوم هذه النظرية بتصنيف التأثيرات الاتصالية الى عدة تصنيفات اتصالية منها ما يتعلق بزمان التأثير ومنها ما يتعلق بنوعية التأثير (32)، وهذا يتيح للباحثة الوقوف على تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب المصري "خلال الاستفتاء على دستور 2014".

ويلاحظ أن مدخل الاستخدامات والتأثيرات يبحث في كيفية استقبال الجمهور للرسائل الاتصالية بطريقة نشطة طبقاً لاحتياجاتهم وخصائصهم الفردية الخاصة، مما يؤدي في النهاية إلى تنوع التأثيرات الاتصالية نتيجة تنوع دوافع التعرض (33) وهو المدخل المناسب لهذه الدراسة.

ويقوم هذا النموذج على عدد من المفاهيم أو العناصر الأساسية كما يلي:

1- مفهوم نشاط الجمهور وعلاقته بالتأثيرات الاتصالية:

حيث يقوم هذا النموذج على افتراض أساسي وهو أن نشاط الجمهور في دراسات الاتصال يمكن يقوم بوظيفتين: إما ان يدعم ويشجع , أو يعوق ويحد من التأثيرات الاتصالية (34) وبناء على هذا قسم روبين وكيم أنماط نشاط الجمهور إلى نمطين رئيسيين وهما: أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية

2- الدوافع وعلاقتها بالتأثيرات الاتصالية:

وجد روبين عاملين رئيسيين هما: المشاهدة الطقوسية، والمشاهدة النفعية (35).

3- التأثيرات الاتصالية:

ركز كيم و روبين في اختبارهما للنموذج الخاص بالاستخدامات والتأثيرات على ثلاثة تأثيرات وهي: تأثيرات الرضا، وتأثيرات التفاعل الاجتماعي، وتأثيرات الغرس الثقافي، والتي أكد الباحثون أن هذه التأثيرات تنتج عن الاستخدام النفعي للمضمون الاتصالي.

نخلص من ذلك أن استخدام نموذج كيم و روبين للاستخدامات والتأثيرات يمكنه التغلب على بعض الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس، وخاصة فيما يتعلق بافتراض الرسائل الموحدة؛

لهذا اعتمدت الباحثة على هذا المدخل في دراستها حتى تتمكن من تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب

المصري "خلال الاستفتاء على دستور 2014" وذلك من خلال الربط بين الاستخدام والتأثيرات الاتصالية المختلفة وذلك نتيجة الاستخدامات النشطة والنفعية لمضمون الاتصال. والتعرف على الدوافع (النفعية والطقوسية) الناتجة من استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً رصد لأنواع التأثيرات الناتجة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما اتضح من خلال الاستعانة بأنواع التأثيرات المختلفة في هذا المدخل والتي تضمنت التأثيرات (المعرفية، الاتجاهية، الوجدانية والسلوكية)، فإن مدخل الاستخدامات والتأثيرات يعد من خلاله مكملًا وملائمًا لأهداف هذه الدراسة، كما أن مدخل الاستخدامات والتأثيرات ساعد الباحث في إجراء الدراسة الميدانية حيث قدم لها الطريقة المثلى في تحديد الأسئلة، وفي تحديد الحاجات والمطالب والتأثيرات الخاصة بالشباب المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي .

ثامناً: الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين وهما: دراسات تناولت المشاركة السياسية والإنترنت، دراسات تناولت استخدامات وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب.

المحور الأول: دراسات تناولت المشاركة السياسية والإنترنت.

- حاولت دراسة George Waller (2013) (36) التعرف على تأثير استخدام موقع الفيس بوك للقضاء على مشكلة اللامبالاة السياسية بين الشباب، ومدى تشجيع الفيس بوك على دفع الشباب للنقاش السياسي، تم جمع البيانات بواسطة استقصاء على عينة قوامها 752 مفردة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 15 إلى 24، وقد خلصت الدراسة إلى: أن الفيس بوك هو المجال الجديد الذي يتيح النقاش السياسي بين الشباب المهتمين بالشأن السياسي، بينما لا يشجع الفيس بوك الشباب غير المبالي سياسياً من الدخول في النقاشات السياسية، وأكدت الدراسة أن الشباب يميل إلى المناقشات السياسية وجهاً لوجه أكثر من الحديث السياسي عبر الفيس بوك، وتكون النقاشات السياسية عبر الفيس بوك حول الأحزاب السياسية وقيادة تلك الأحزاب والمؤسسات السياسية، كما كشفت الدراسة أن "الخوف من الإيذاء السياسي" هو السبب الرئيسي الذي يدفع الشباب إلى المشاركة السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- هدفت دراسة عالية عبد العال (2012) (37) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الاحتجاجات الجماهيرية وتحويلها إلى أرض الواقع، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وطبقت على عينة قوامها 200 مفردة من المشاركين في مظاهرات

ميدان التحرير في الذكرى الأولى للثورة، وكذلك أداة المقابلة لعينة من القائمين بالاتصال على صفحات الفيس بوك "الأدمن" وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص الفيس بوك من أهم الوسائل للتعرف على الحركات الاحتجاجية للثقة في مصداقية الصفحات وللقائمين عليها "الأدمن"، أكدت الدراسة أن 70% من المشاركين الفعليين في الوقفات الاحتجاجية، شاركوا كرد فعل لتعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي، كما أكد 61% على أن لصفحات التواصل الاجتماعي دورًا في حشد الاحتجاجات الجماهيرية وأن 27% يعتقدون بأن لها تأثيرًا أحيانًا، ومن أهم الأدوار التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي هي الكشف عن الحقائق ثم الإمداد بالمعلومات والتعريف بأماكن المظاهرات.

- دراسة Lucia Vesnic-Alujevic (2012) (38) تهدف إلى التعرف علي استخدام الفيس بوك في الاتصال السياسي على المستوى الأوروبي، واستخدمت الباحثة لهذه الدراسة استطلاع رأي بشأن أحد الحملات الانتخابية والذي نشر على الفيس بوك وكانت العينة 361 من المشاركين من دول الاتحاد الأوروبي الذين تزيد أعمارهم عن 18 عامًا...وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن الفيس بوك يساعد على وصول الحملة ليس فقط الفئة المستهدفة أكثر من المواطن العادي، أن المشاركة على الفيس بوك تكون للنقاش السياسي أو نشر نص، أو إعادة توجيه البحث عن المعلومات السياسية.

- دراسة Meredith Conroy وأخرين (2012) (39) تهدف إلى تحليل صفحات جماعة سياسية عبر موقع الفيس بوك، ودراسة لمستخدمي الفيس بوك مكونة من 455 طالبًا لقياس مدى المشاركة السياسية أثناء انتخابات عام 2008، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: جاءت أبرز النتائج التي تؤكد أن الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي خلق وسائل جديدة لسد الفجوة بين الجمهور والمشاركة السياسية وذلك من خلال التفاعلية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها الفعال على الحياة السياسية، كما أظهرت نتيجة تحليل محتوى المعلومات عن هذه الجماعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن لها دور فعال في زيادة الوعي السياسي لمستخدميها.

- دراسة غادة البطريق (2011) (40) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في دعم المشاركة السياسية في ظل العولمة الإعلامية بالتطبيق علي ثورة 25 يناير، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، حيث تم إجراء دراسة ميدانية علي عينة قوامها 100 مفردة من الجمهور العام بمحافظة الشرقية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: جاء موقع الفيس بوك في المرتبة

الأولى من حيث تفضيلات عينة الدراسة، أكد 72.9% من العينة أن المضمون السياسي هو أحد المضمات التي يتعرضوا لها، إن نسبة 90.6% من المبحوثين يستخدمون المواقع للاتقاء مع الأصدقاء وإبداء الآراء المختلفة، والتعارف على شخصيات جديدة، وتبادل الآراء معها وذلك لكل منهم بالتساوي، وذلك مقابل 88.2% من أفراد العينة يفضلون المشاهدة لأنها تقدم الأخبار الصادقة ذات مصداقية عالية.

- **دراسة علي الكندري ومحمد حسنين (2012)** (41) هدفا من خلال دراستهما إلى التعرف على التأثيرات السياسية للإنترنت في مصر والكويت وكذلك التعرف على تأثير الإنترنت على المشاركة السياسية، واستخدم الباحثان استبيان على 445 مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن من أهم استخدامات الإنترنت هو الحصول على المعلومات وبجانب إمكانية التعبير عن الرأي بمنتهى الحرية التعبير، كما أثبتت النتائج ان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم الأكثر انخراطاً في الحياة السياسية، كما أشارت النتائج إلي الدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام الاجتماعية خلال ثورة 25 يناير 2011 من خلال تبادل الأفكار والآراء وإرسال التحديات، والأخبار عن الثورة بين الناشطين السياسيين على الإنترنت.

- **دراسة Boroughs (2010)** (42) هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في المستخدمين للإقبال على التصويت في الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد أجريت الدراسة على عينة من الجمهور العام قوامها 2254 مفردة... وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للمضمون السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي و التصويت في الانتخابات، كما أكدت الدراسة على مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي إسهاماً كبيراً في دفع مستخدمي تلك المواقع مما ليس لهم أي ميول أو اهتمامات سياسية إلى التصويت في الانتخابات.

- **دراسة Budak (2010)** (43) هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي لعبه موقعي الفيس بوك وتويتر في التأثير على مستخدميهم للإقبال على التصويت في انتخابات الرئاسة الأمريكية خلال عام 2008، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أكدت الدراسة أن الجمهور العام يحصل على معلومات بشأن الانتخابات والموضوعات السياسية من وسائل الإعلام التقليدية، وأضافت أن موقعي الفيس بوك وتويتر كان لهما دور رغم أهميته إلا أنه دور محدود في انتخابات الرئاسة الأمريكية.

- دراسة **Cozma & Ancu (2009)** (44) هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الجمهور للصفحات الشخصية للمرشحين السياسيين في موقع ماي سبيس والإشباع المتحققة منها، وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 167 مستخدمًا من زائري الصفحات الشخصية للمرشحين السياسيين في موقع ماي سبيس تتراوح أعمارهم من 18 إلى 61 عامًا، وتمثل فئة الشباب والتي تتراوح أعمارهم من 18 حتى 35 عامًا أكثر من 75% من العينة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أبرز دوافع زيارة تلك الصفحات هو التفاعل الاجتماعي مع مؤيدي المرشحين وذلك بنسبة (65.5%)، وأكدت العينة أن السهولة في الحصول على المعلومات التي ساعدتهم على اتخاذ قرار التصويت من أسباب زيارة تلك الصفحات، أكد 84.7% من المستخدمين أن طرق تفاعلهم مع تلك الصفحات تكون من خلال ترك تعليقاتهم على ما ينشر في تلك الصفحات.
- دراسة **Hayes (2009)** (45) هدفت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة فاعلية التعلم السياسي والمشاركة السياسية لدى الشباب، وقد أجريت الدراسة على عينة متاحة من طلاب الجامعة قوامها 625 مفردة، تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 25 عامًا، كما أجريت أربع جلسات لمجموعات النقاش المستهدفة يتراوح عدد الطلاب في كل مجموعة من 5 إلى 11 طالبًا، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: تفضيل عينة الدراسة الحصول على المعلومات السياسية من خلال الأخبار التليفزيونية والصحف أكثر من وسائل مواقع التواصل الاجتماعي، توجد علاقة ارتباطية طردية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية والمشاركة السياسية وفاعلية التعلم السياسي لدى طلاب الجامعة، جاء تأييد ودعم قضية سياسية بنسبة 35.4% من الأنشطة السياسية التي قام بها الطلاب على مواقع التواصل الاجتماعي.
- دراسة **محمود حمدي عبد القوي (2009)** (46) تستهدف الدراسة التعرف على دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاته الشباب نحو المشاركة السياسية، واستخدمت الدراسة منهجي المسح والمنهج المقارن، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من الطلاب عبر موقع الفيس بوك، وكذلك تم إجراء مقابلة مع مجموعة من طلاب كلية الإعلام اشتملت على 14 طالبًا كمجموعة نقاش متعمقة ومركزة.... وقد توصلت الدراسة إلى: نسبة 83.5% يستخدمون موقع الفيس بوك، فيما يتعلق بالدوافع السياسية، فقد لوحظ انخفاض درجة التشتت حول الدوافع الخاصة بمتابعة المعلومات السياسية حيث بلغت (0.96) وكذلك انخفضت درجة التشتت حول

الدافع الخاص بالتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم السياسية بالموقع حيث بلغت 1.08، وهو ما يشير إلى الأهمية التي يحظى بها موقع الفيس بوك في نشر المعرفة السياسية بين الشباب.

- **دراسة على ليلة " 2009" 47** هدفت إلى التعرف على تأثير الفيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب وعلى القيم الثقافية والسياسية لشباب الفيس بوك من خلال رصد ردود افعال الشباب على المجموعات السياسية على موقع الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى أن عدد المجموعات التي تهتم بالقضايا السياسية تصل إلى نحو خمسمائة مجموعة سياسية يشارك بها الشباب مشاركة فعالة، واتضح أن الشباب هم الأكثر إهتماماً بالقضايا السياسية والتفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب عوامل عديدة من أهمها: أن الأبنية الحزبية غير قادرة على إستيعاب شريحة الشباب، وتحريم المجتمع التعبير السياسي الصريح.

- **دراسة Vassia Gueorjiva (2008)** (48) استهدفت الدراسة التعرف على كيفية استخدام موقعي ماي سبيس "و"يوتيوب" في الحملات الانتخابية، وخاصة من قبل الناخبين الأمريكيين الذين يمثلون الجيل الثاني للإنترنت، وقد **خلصت الدراسة إلى:** "أصبحت تلك المواقع محور اهتمام وسائل الإعلام وانتباه الجمهور في أثناء انتخابات 2006، مما أدى إلى وجوب أن تؤخذ التكنولوجيا الجديدة في الاعتبار في أي حملات انتخابية مقبلة، موقع اليوتيوب له تأثير في التخطيط وتنفيذ الحملات الانتخابية، سواء فيما يتعلق بالوصول إلي الناخبين والتبرع للمرشحين والتسويق السياسي لهم"

- **دراسة Walter (2008)** (49) هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدام طلاب الجامعة لمواقع الشبكات الاجتماعية، وقياس مدى تأثير تلك المواقع على المشاركة السياسية للطلاب، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب الجامعة قوامها 160 طالباً، وقد **توصلت الدراسة إلى:** استخدام بنسبة 28% من طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على معلومات خاصة بالعملية الانتخابية، تشير نسبة 89% من الطلاب أنها لا تشارك في أي أنشطة سياسية في موقعي فيس بوك ، وماي سبيس، وأكدت النتائج على مشاركة الطلاب في العملية السياسية، ويقل استخدامهم للفيس بوك للحصول أو نقل معلومات سياسية بشكل كبير.

- **دراسة Rebec Hayes (2008)** (50) استهدفت الدراسة التعرف على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في الوصول بمضمون الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية لعام 2008 إلى الناخبين الشباب، والتعرف على مدى تحفيزهم على

التصويت، وقد استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون لنشاط المرشحين، وأسلوب وضع السيرة الذاتية الخاصة بكل مرشح في الصفحة الأولى لمواقع التواصل الاجتماعي بداية من أكتوبر وحتى ديسمبر 2007... وقد توصلت الدراسة إلى: كشفت نتائج الدراسة على أهمية الإنترنت كقوة مؤثرة في الحملات السياسية في السنوات الأخيرة، وأكدت الدراسة أن الانتخابات الرئاسية لعام 2008 تبرز فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأشهرها موقعي "الفايس بوك" و"ماي سبيس"، كما تتيح الصفحة الأولى من مواقع التواصل الاجتماعي العديد من التفاعلية، مما أدى إلى أن أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مفضلة لدى الشباب للحصول على المعلومات السياسية وبالتالي التحفيز على التصويت في الانتخابات.

- دراسة **Maqsood Shaheen (2008)**⁽⁵¹⁾ تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على تأثيرها على النشاط السياسي للطلبة على الإنترنت، واستخدم الباحث أسلوب المسح لجمع البيانات، وتألفت العينة من 420 طالبًا وطالبة من جامعات باكستان وتم إرسال الاستبيان إلى الطلاب عن طريق البريد الإلكتروني... وقد خلصت الدراسة إلى: أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى تعزيز الديمقراطية، وحرية التعبير وزيادة الوعي حول حقوقهم خلال الأزمات السياسية في باكستان، تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على إضعاف السلطة الديكتاتورية لأنه أصبح من المستحيل على الحكومة السيطرة على مواطنيها وعلى المواد التي يتعرضون لها، وأثبتت أيضًا أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون البديل لتعزيز حرية التعبير وزيادة الوعي حول الحقوق السياسية بين الطلاب.

- دراسة **Nelissa R. Watter (2008)**⁽⁵²⁾ استهدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب اهتمام طلاب الجامعة بوسائل الإعلام الجديد، وتأثيرهم على المشاركة السياسية لهم، وقد خلصت الدراسة إلى: أن هناك 86% من الطلاب لا يشتركون في مجموعات سياسية على مواقع الفيس بوك، كما أثبتت الدراسة أن هناك 89% لا يشتركون في التنظيمات السياسية الجامعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما أنهم لا يرسلون طلبات الصداقة للمرشحين السياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- دراسة **Karakaya Polat (2005)**⁽⁵³⁾ تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإنترنت في دعم المشاركة السياسية، من خلال دراسة ثلاثة مظاهر مختلفة من الإنترنت: الإنترنت كمصدر معلومات، الإنترنت كوسيط اتصال، وكمجال عام، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أتاحت شبكة الإنترنت العديد من

أشكال المشاركة السياسية الجديدة، القدرة على التغلب على بعض القيود المفروضة ، الأمر الذي قد يؤدي بدوره إلى تعزيز المشاركة السياسية، وتوسيع المجال العام عن طريق الإنترنت، أشارت الدراسة عن وجود علاقة بين استخدام الإنترنت والمشاركة السياسية، بالإضافة إلى الدور الذي يقوم به الانترنت لتعزيز المشاركة مما يجعله أكثر سهولة وراحة.

المحور الثاني: دراسات تناولت استخدامات وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب:

- دراسة **Lisa J. Orchard (2014)** ⁵⁴ تهدف الدراسة إلى التعرف على الفروق الشخصية لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب، وطبقت الدراسة استمارة استقصاء على عينة قوامها 244 مفردة تتراوح أعمارهم من 16 إلى 48 عامًا، واستخدمت الدراسة نموذج الاستخدامات والإشباعات وتوصلت إلى النتائج التالية: هناك تأثير لشخصية الفرد على التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، هناك فروق جوهرية بين دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف ملامح الشخص وتصرفاتهم الشخصية، كما أثبتت الدراسة أن هناك علاقة بين نوع المبحوث وعدد مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها وجاء ذلك لصالح الذكور، كما أكدت الدراسة أن 29.5% من عينة الدراسة تستخدم موقع واحد فقط من مواقع التواصل الاجتماعي، بينما 42.2% يستخدمون موقعين، كما جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى من حيث تفضيلات عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 84.6 %، كما أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الوقت الذي يستغرقه الفرد للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة.

- دراسة **حمزة السيد (2012)** ⁽⁵⁵⁾ هدفت إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في إطلاق ثورة 25 يناير المصرية ومعرفة الإشباعات المتحققة لديهم نتيجة هذا الاستخدام، واعتمد الباحث على منهج المسح وجاءت عينة الدراسة قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي المصري...وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام بنسبة بلغت 56%، وأغلبهم يتعرضون لها بشكل يومي، كما جاء موقع الفيس بوك أول مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا للمشاركة في إطلاق الثورة، وأكدت النتائج أن الموضوعات السياسية أكثر الموضوعات التي يفضل الشباب عينة الدراسة مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، اتضح من النتائج أن معظم الشباب الجامعي شاركوا

مشاركة إلكترونية في إطلاق الثورة، وعن أشكال التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي جاء التعليق على بعض الأنشطة في عدة صفحات معينة بالثورة في المرتبة الأولى، ثم الدخول إلى مجموعات النقاش لتكوين رأي مناصر للثورة، ثم نشر أفكار التظاهر أو الإضراب والاعتصام.

- **كونجو شين Kuan-Ju Chen** (56) 2011 أرجع أسباب استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في الجوانب السياسية" إلى رغبتهم في تقييم مناخ الرأي، والتحدث حول الموضوعات السياسية المثيرة للجدل، كما أكدت نتائج دراسته أن المرأة أكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين العلاقات الاجتماعية بينما الرجال يستخدمون تلك المواقع للمشاركة والتفاعل السياسي.

- **دراسة Christy وآخرون (2011)** (57) تهدف الدراسة إلى التعرف استخدامات الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي، اعتمد الباحث على المنهج المسحي، وكانت العينة قوامها 182 مفردة من مستخدمي الفيس بوك ممن تتراوح أعمارهم بين 19-23 سنة... وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أثبتت النتائج أن أولى الاستخدامات الفورية من أجل التواصل مع الأصدقاء، وأيضًا مساعدة المستخدمين لمعرفة المزيد عن الأحداث، ثم الإطلاع على آخر أخبار الأحزاب السياسية، بينما جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى من حيث اهتمام الطلاب، وأما عن دوافع الاستخدام جاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة الأولى لدى الطلاب.

- **دراسة Aurista, M وآخرين (2009)** (58) هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب ودوافع استخدام طلاب الجامعة لموقعي فيس بوك وماي سبيس اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع وقد أجريت مجموعات النقاش المستهدفة على عينة قوامها 50 طالبًا... وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: يستخدم الطلاب تلك المواقع للتواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، ويقومون بنقل انطباعات عن أنفسهم وحياتهم للعديد من الأصدقاء، دون الحاجة إلى التواصل مع كل شخص بمفرده.

- **دراسة حلمي ساري 2008** (59) هدفت إلى معرفة التأثير الذي يحدثه الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح ، وقد اعتمدت على أداة الاستبيان وتم تطبيقها على عينة قوامها 471 مفردة من الشباب، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: إن الذكور أكثر استخدامًا للاتصال عبر الإنترنت من الإناث وذلك بنسبة 54.5% مقابل 45.2%، من أهم استخدامات الشباب القطري للإنترنت في التعرف على شباب من مختلف الفئات الاجتماعية والسياسية والثقافية في المجتمع العربي ،

وكذلك تقليص المسافات بينهم وبين أسرهم ومعارفهم، وإن كانت هذه الفائدة أوضح بين الشباب الذكور منها بين الشابات والإناث.

- دراسة هاجرتي Hagerty (2008) ⁽⁶⁰⁾ هدفت إلى قياس الإشباع المتحققة من استخدام موقع يوتيوب ، ومقارنة ذلك بالإشباع المتحققة من مشاهدة التلفزيون ، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب الجامعة قوامها 133 طالبًا... وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: جاءت ميزة التفاعلية التي تتوفر في موقع يوتيوب من أهم دوافع الطلاب لاستخدامه تلاها الحصول على المعلومات، والهروب من الحياة اليومية والصحة الاجتماعية، كما أكدت النتائج أن اليوتيوب يتيح لمستخدميه اختيار مقاطع الفيديو التي يريدونها وفي الوقت الذي يحلو لهم، واتضح من النتائج أيضًا أن هناك فروق بين دوافع مشاهدة الطلاب للتلفزيون ودوافع استخدامهم لموقع يوتيوب، كما جاءت الدوافع الطقوسية للتلفزيون في المقام الأول أكثر من اليوتيوب.

التعليق والاستفادة من الدراسات السابقة:

- تنوعت المناهج البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، إلا أن التركيز الأساسي على منهج المسح بالعينة لجمع البيانات عن جميع متغيرات الدراسة، واعتمدت أدوات جمع البيانات على الاستبيان للدراسة الميدانية.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة والفروض والتساؤلات الخاصة بالدراسة.
- بعد الاطلاع على الدراسات السابقة مكنت الباحثة من اختيار النظرية حيث لاحظت أن ندرة استخدام نظرية الاستخدام والتأثيرات في هذا المجال البحثي.
- من خلال العرض السابق لأهم وأبرز الدراسات السابقة لاحظت الباحثة كثرة الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وخاصة بعد ثورة 25 يناير.
- اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية على نظرية الاستخدام والإشباع والبعد عن استخدام النظريات التي توضح الجانب التأثيري للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
- بالرغم من وجود العديد من الدراسات التي تطرقت إلى المشاركة السياسية إلى أن هناك القليل بل النادر منها الذي تناول تأثير تلك المواقع على القرار التصويتي للشباب، وكيفية هذا التأثير والدافع نحو التصويت.

- اهتمت الدراسات بمواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية على الشباب، وأغفلوا المرأة المصرية ودورها الفعال في الثورة المصرية وفي الأحداث السياسية في مصر.
- كما أن هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بالتعرف على الدور الذي لعبته وسائل مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للشباب أثناء ثورات الربيع العربي، ولكن الغريب في الأمر اختلاف النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات فنجد اتفاق دراسة سان أدي Sean Aday وآخرين 2012⁽⁶¹⁾ ودراسة جيلدا لوتن Gilda Lotan وآخرين 2011م على عدم إمكانية الفصل بين دور وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية في التأثير علي إندلاع ثورات الربيع العربي، بينما اختلفت معها نتائج دراسة قام بها عدد من الباحثين في جامعة واشنطن 2011⁽⁶²⁾ مؤكدين أن الشباب استفاد من مشاركته في مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى الديمقراطية، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لها دورًا كبيرًا في عملية التغيير بصورة لم تكن متوقعة خاصة في مصر، واتفقت معها دراسة Caroline S. (2011) Nadine Kassem Chebib⁽⁶³⁾ ودراسة Karin Knessil (2011)⁽⁶⁵⁾ ودراسة Sheedy (2011)⁽⁶⁴⁾ ودراسة Yousra Allam (2011)⁽⁶⁶⁾.

تاسعًا الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة أو أزمة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها، وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، مما يساعد الباحثة على رصد الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة الاتصالية من جهة، فضلًا عن توفير بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوعها للتحليل الإحصائي، ومن ثم إمكانية التعميم والتنبؤ من جهة أخرى، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح حيث يعتبر منهج المسح واحدًا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، وينصب البحث الذي يتبع هذا المنهج على الوقت الحاضر، كما يساعد منهج المسح على إمكانية استخدام الأرقام للتوصل إلى نتائج محددة ليس فقط فيما يتعلق بوجود متغير ما أو عدم وجوده، وإنما في درجة تأثيره علي المتغيرات الأخرى، وكذلك إمكان خضوع البيانات للتحليل الإحصائي. ولتحقيق أهداف الدراسة وهو التعرف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية

للشباب المصري "خلال الاستفتاء على دستور 2014" والتحقق من صحة فروضها واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة منها تم توظيف هذا المنهج من خلال مسحاً ميدانياً على عينة من الشباب المصري .

متغيرات الدراسة:

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب	الأنماط المدعمة للاتصال الأنماط المعوقة للاتصال العوامل الديموغرافية	استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي

أدوات الدراسة

تم الاستعانة في الدراسة باستمارة الاستبيان: . تم تطبيق هذا الاستبيان بأسلوب المقابلة المباشرة المقننة لما يضمن تحقيق أهداف الدراسة ولجمع البيانات الميدانية واستكماله من أجل تحقيق رؤية أوضح حول مجتمع الدراسة في محاولة للوصول إلى مزيد من الدقة والنتائج التي تصل إليها الدراسة على عينة من الشباب المصري .

مجتمع الدراسة

وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الشباب المصري قوامها 400 مفردة .

عينة الدراسة الميدانية

تحدد عينة الدراسة الميدانية في العينة المتاحة قوامها 400 مفردة من الشباب المصري وتم تطبيقها في نطاق القاهرة الكبرى .

خصائص عينة الدراسة الميدانية

يوضح الجدول التالي خصائص وسمات مفردات عينة الدراسة علي النحو التالي:

جدول رقم (1)

خصائص وسمات عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	عدد المفردات	النسبة المئوية
النوع	ذكر	200	50
	أنثى	200	50
المرحلة العمرية	من 18 إلى أقل من 22 سنة	44	11
	من 22 إلى أقل من 26 سنة	85	21.3
	من 26 إلى أقل من 30 سنة	145	36.6
	من 30 إلى 35 سنة	126	31.5
المستوى الاقتصادي	مرتفع	191	47.8
	متوسط	163	40.8
	منخفض	46	11.5
المؤهل التعليمي	تعليم عالي	156	39
	ماجستير ودكتوراه	110	27.5
	مؤهل فوق المتوسط	106	26.5
	طالب	28	7

75.5	302	لا ينتمي	الانتماء الحزبي
24.5	98	ينتمي	
37.8	37	ديني	الحزب المنتمي له
35.7	35	ليبرالي	
18.4	18	اشتراكي	
8.2	8	قومي	
400 مفردة			العينة

اختبارات الصدق والثبات:

صدق الاستمارة:

للتأكد من صدق الاستمارة الظاهري والمحتوى معاً تم عرض الاستمارة على السادة المشرفين في مجال الإعلام، ومن خلال آرائهم، تم تعديل بعض الأسئلة وفئاتها من حيث الحذف، والإضافة تبعاً لملاحظاتهم، ثم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية، وهنا قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام ومناهج البحث للاستفادة من ملاحظاتهم بشأن الاستمارة.⁽⁶⁷⁾

ثبات الاستمارة:

يقصد به ضمان الحصول على نفس النتائج تقريباً إذا أعيد الاختبار على نفس عينة الدراسة، وهذا يعني قلة تأثير عوامل الصدفة أو العشوائية، والثبات يعني صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل له من نتائج،⁽⁶⁸⁾ حيث يهدف الاختبار القبلي للاستمارة قبل التنفيذ أو التطبيق النهائي على عينة الدراسة إلى تحقيق ما يلي:⁶⁹

- 1- التأكد من فهم واستيعاب المبحوثين لتساؤلات الاستمارة.
 - 2- إعادة النظر بالأسئلة والفئات التي يعزف المبحوثون عنها.
 - 3- التأكد من دقة وصلاحية المقياس.
 - 4- تحديد الوقت الذي يستغرقه المبحوث في ملء الاستمارة.
- اختبرت الباحثة مدى صلاحية الاستبيان ومقاييس الاستمارة على عينة قبلية مكونة من 50 مفردة، وقامت بتعديل العبارات وفقاً لآراء العينة قبلية، حيث جاءت درجة الثبات الخاصة بالاستمارة بنسبة 91%.

إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً:

وبعد مرحلة جمع البيانات من المبحوثين قامت الباحثة بالمراجعة والتدقيق على البيانات وتكويدها، والتأكد من إجابة المبحوثين على كامل أسئلة الاستمارة، لتغدو بعدئذ جاهزة لإدخالها كبيانات في الحاسب عبر برنامج Spss، وسيتم تناول المعالجة الإحصائية من إجراءات ومعاملات إحصائية في الجزء الخاص بنتائج الدراسة.

عاشراً نتائج الدراسة الميدانية:

نتائج الدراسة الميدانية

المحور الأول: عادات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- مدى حرص عينة الدراسة على التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (2)

مدى حرص عينة الدراسة الميدانية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

معدل الاستخدام	ك	%
يستخدم	350	87.5
لا يستخدم	50	12.5
مجموع	400	100

- يكشف الجدول السابق عن مدى استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي واتضح أن نسبة الاستخدام مرتفعة في عينة الدراسة مقارنة بنسبة عدم الاستخدام، وذلك بنسبة 87.5% لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مقابل 12.5% للمبحوثين ممن لا يستخدمون تلك المواقع، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات والتي منها دراسة (نرمين زكريا خضر 2009م)⁽⁷⁰⁾، (محمود حمدي عبد القوي 2009)⁽⁷¹⁾ والتي أثبتت ارتفاع نسبة استخدام الفيس بوك بين الشباب المصري وخاصة شباب الجامعات، كما تتفق أيضاً مع إحصائيات مركز اتخاذ القرار بمجلس الوزراء 2011م " ينتشر استخدام الفيس بوك في مصر بين الشباب بصفة خاصة"⁽⁷²⁾.

2- معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع:

جدول رقم (3)

مدى حرص عينة الدراسة الميدانية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

عدد الايام	ك	%
يوميًا	200	57.2
من ثلاثة أيام إلى ستة أيام	116	33.1
أقل من ثلاثة أيام	34	9.7
مجموع	350	100

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ومتابعتها لتلك المواقع بشكل يومي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 57.2% مما يعكس أهمية تلك المواقع بالنسبة لعينة الدراسة ومدى اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات اليومية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Cyr.D, Hassanein وآخرين (2008) أن أكثر من 50% يتصفحون صفحاتهم الشخصية

علي الأقل مرة واحدة في اليوم⁽⁷³⁾، كما تتفق أيضًا مع دراسة Starter (2007) أن 55% من المستخدمين يتصفح صفحاتهم الشخصية في موقع الفيس بوك مرة على الأقل يوميًا ، ويحدثون بياناتهم الشخصية من مرة واحدة إلى ثلاث مرات في الأسبوع⁽⁷⁴⁾.... بينما نسبة التعرض من ثلاثة أيام إلى ستة أيام كانت بنسبة 33.1%، ونسبة التعرض أقل من ثلاثة أيام كانت 9.7%، وقد يرجع التزايد في تصفح تلك المواقع إلى التطور الذي طرأ على تكنولوجيا خدمات التليفون المحمول حيث يمكنه الدخول على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مثل (تويتر – والفيس بوك – اليوتيوب) والتطوير المستمر للمواقع الاجتماعية لتقديم أفضل الخدمات للمستخدمين عن طريق المحمول.

3- معدل استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي في اليوم:

جدول رقم (4)

معدل استخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي

المدة الزمنية	ك	%
من خمس ساعات إلى أقل من سبع ساعات	127	36.3
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	83	23.7
أكثر من سبع ساعات يوميًا	78	22.3
من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	62	17.7
مجموع	350	100

- يكشف الجدول السابق عن عدد الساعات التي يقضيها مستخدمي عينة الدراسة أمام مواقع التواصل الاجتماعي واتضح أن نسبة من يتعرضون لتلك المواقع بمعدل يتراوح من خمس ساعات إلى أقل من سبع ساعات بلغت 36.3%، بينما نسبة الاستخدام اليومي من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات بنسبة 17.7%، وعند قراءة أخرى للجدول يمكننا القول أن التعرض اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من خمس ساعات يوميًا بلغت نسبته 58.6%، والجدير بالذكر أن معدل ساعات المشاهدة مؤشرًا لكثافة الاستخدام العام⁽⁷⁵⁾، وهناك بعض الإحصائيات التي قام بها موقع اليكسا تؤكد أن دخول المستخدمين أسبوعيًا لمواقع التواصل الاجتماعي يبلغ متوسط الوقت المستغرق يوميًا في تصفح الفيس بوك نحو 31.3 دقيقة ، بينما يتصفح زائر تويتر صفحاته بمتوسط 7.4 دقائق يوميًا واليوتيوب بمتوسط 21.5 دقيقة يوميًا.

المحور الثاني: أسباب وأشكال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

1- أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (5)

أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	ك	%
التسليية والترفيه	128	12.2
المحادثة مع الغير	306	29.1
متابعة ما يستجد على الساحة من أخبار وقضايا تمس المواطنين في مختلف المجالات	267	25.4
المشاركة في مجموعات على المواقع وتبادل المعلومات والآراء.	92	8.8
إبداء رأي في موضوعات متنوعة	82	7.8
نشر صور أو فيديو حول حدث معين	55	5.2
التسوق عبر شبكات التواصل	120	11.4
الإجمالي	1050	100

- **يكشف** الجدول السابق عن أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في مقدمة هذه الأسباب المحادثة مع الغير بنسبة 29.1% تتفق تلك النتيجة مع (دراسة 2011) (76) والتي أكدت أن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الإلكترونية للردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، بينما ذكر (36%) منهم إنهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل (31%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيس بوك وتويتر وغيرها تتفق هذه النتيجة مع دراسة (نرمين زكريا 2009) (77) جاءت دافع خلق صداقات جديدة، ودافع التواصل مع الآخرين وتطور علاقات اجتماعية بنسبتي (41.2%)، (37.5%) علي التوالي لكل منهما على حده ، ودراسة (Nicole L. Muscanell 2011) (78)، ثم متابعة ما يستجد على الساحة من أخبار وقضايا تمس المواطنين في مختلف المجالات في المرتبة الثانية بنسبة 25.4% ، ثم التسليية والترفيه في المرتبة الثالثة بنسبة 12.2% وتتفق مع (دراسة Scitt C.Silverman 2008) (79) في أن دوافع الاستخدامات الأساسية للطلاب لمواقع الفيس بوك تتمثل في التسليية والترفيه والاتصال بأصدقائهم ومقابلة أصدقاء جدد، كما أكد 11.4% أنهم يستخدمون تلك المواقع من أجل التسوق عبر شبكات التواصل، ثم المشاركة في مجموعات على المواقع وتبادل المعلومات والآراء في المرتبة الخامسة بنسبة 8.8%، ثم إبداء رأي في موضوعات متنوعة في المرتبة السادسة بنسبة 7.8% ، وأخيراً نشر صور أو فيديو حول حدث معين بنسبة 5.2%.

2- التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (6)

التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي

شكل المتابعة	ك	%
مشاركة بالرأي والتعليق على المضمون المقدم	122	30.5
مشاهدة وتسجيل الإعجاب بالمضمون المقدم	108	27
مشاركة بمقاطع فيديو	78	19.5
كل ما سبق	50	12.5
مجرد مشاهدة فقط	42	10.5
الإجمالي	400	100

- يكشف الجدول السابق عن كيفية تفاعل المبحوثين مع تلك المواقع حيث جاء في مقدمة هذه الأشكال مشاركة بالرأي والتعليق على المضمون المقدم بنسبة 30.5%، ثم مشاهدة وتسجيل الإعجاب بالمضمون المقدم في المرتبة الثانية بنسبة 27%، تلاهما مشاركة بمقاطع فيديو في المرتبة الثالثة بنسبة 19.5%، ثم كل ما سبق في المرتبة الرابعة بنسبة 12.5%، وأخيرا مجرد مشاهدة فقط بنسبة 10.5%، وعند النظر إلى النتيجة السابقة يمكننا القول أن هناك تفاعل بنسبة كبيرة جدًا بين المبحوثين ومواقع التواصل الاجتماعي فنجد ما يقرب من 90% من عينة الدراسة تتفاعل مع المحتوى المعروض على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما اتفق مع **Jeremy Makely 2011**⁸⁰

3- أكثر الصفحات التي يهتم بها عينة الدراسة عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (7)

أكثر الصفحات التي يهتم بها عينة الدراسة عند تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

المجموعات	ك	%
سياسية	234	27
أشعار	103	11.9
أغاني	85	9.8
اجتماعية	73	8.4
فنية	70	8.1
مهنية و وظائف	66	7.6
مشاهير الفن والرياضة	59	6.8
دينية	51	5.9
رياضية	51	5.9
أكاديمية أو علمية	42	4.8
رومانسية	33	3.8
الإجمالي	867	100

- **يوضح الجدول السابق أن أكثر المجموعات والصفحات التي يتصفحها** المبحوثون أثناء زيارتهم لمواقع التواصل الاجتماعي الصفحات ذات الطابع السياسي بنسبة 27%، ثم الصفحات التي تعرض للأشعار في المرتبة الثانية بنسبة 11.9%، وتراجعت الصفحات الأكاديمية والعلمية والصفحات التي تكتب نصائح لحياة رومانسية أفضل، تتفق هذه النتيجة مع دراسة (نها الأسود) Christy (2012) (81)، دراسة (حمزة السيد حمزة خليل) (2012) (82) Matthew & Chiu (2011) (83)

4- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص على متابعتها:

جدول رقم (8)

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص على متابعتها

المواقع	ك	%
الفيس بوك	335	51.1
يوتيوب	178	27.1
تويتر	54	8.2
الانستغرام	61	9.3
Hi 5	28	4.3
الاجمالي	656	100

- **يكشف الجدول السابق عن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص** المبحوثون على متابعتها حيث جاء في مقدمة هذه المواقع (الفيس بوك) بنسبة 51.1% وقد اتفق معها دراسة كلا من **صالحة الدماري 2010** (84) **وغادة مصطفى البطريق (2011)** (85)، ثم يوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة 27.1% **اتفقت دراسة أشرف جلال (2009)** (86) مع تلك النتيجة، ثم (الانستغرام) في المرتبة الثالثة بنسبة 9.3%، ثم (تويتر) في المرتبة الرابعة بنسبة 8.2%، وأخيرا (Hi 5) بنسبة 4.3%

المحور الثالث: حجم الاهتمام بموضوعات الاستفتاء:

1- مدى متابعة أخبار الاستفتاء على دستور 2014 من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (9)

مدى متابعة أخبار الاستفتاء على دستور 2014 من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

المتابعة	ك	%
يتابع	300	85.7
لا يتابع	50	14.3
مجموع	350	100

- يكشف الجدول السابق عن مدى متابعة المبحوثين لأخبار الاستفتاء على دستور 2014 من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حيث ارتفعت نسبة المتابعة فكانت بنسبة 85.7%، في مقابل نسبة 14.3% من عدم المتابعة وقد اتفقا مع تلك النتيجة كلاً من Lucia Vesnic- (2012) Alujevic⁽⁸⁷⁾ Rebec Hay⁽⁸⁸⁾ (2008) أسباب عدم متابعة قضية الاستفتاء على دستور 2014:

جدول رقم (10)

أسباب عدم متابعة قضية الاستفتاء على دستور 2014

أسباب عدم المتابعة	ك	%
لم أكن أنوي التصويت	24	48
أرفض الدستور	17	34
غير مهتم	9	18
مجموع	50	100

- يكشف الجدول السابق عن أسباب عدم متابعة المبحوثين قضية الاستفتاء على دستور 2014 حيث جاء لم أكن أنوي التصويت بنسبة 48%، ثم أرفض التصويت بنسبة 34%، ثم غير مهتم بنسبة 18%.

3- الحرص على متابعة أخبار الدستور والاستفتاء من مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (11)

الحرص على متابعة أخبار الدستور والاستفتاء من مواقع التواصل الاجتماعي

مدى الحرص	ك	%
حريص جداً	198	66
إلى حد ما	102	34
مجموع	300	100

- يكشف الجدول السابق عن مدى حرص المبحوثين على متابعة مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على أخبار الدستور والاستفتاء حيث ارتفعت نسبة الحرص فكانت بنسبة 66% في مقابل نسبة 34% من الحرص إلى حد ما.

المحور الرابع: دوافع تعرض المهتمين بقضايا وموضوعات الاستفتاء لمواقع التواصل الاجتماعي:

يستعرض الجدول التالي النتائج الخاصة بالعبارات المكونة لمقياس دوافع استخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (12)

دوافع استخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي:

الوزن المرجح	معارض		إلى حد ما		موافق		العبرة
	%	ك	%	ك	%	ك	
74.3	7.3	22	36.7	110	56.0	168	للتعرف على القضايا والموضوعات الخاصة بالحياة السياسية المصرية
54.2	29.7	89	32.3	97	38.0	114	للتعرف على ردود أفعال المواطنين حول الدستور
70.7	14.7	44	29.3	88	56.0	168	للتعرف على التقييم الصحيح للدستور
71.5	10.7	32	35.7	107	53.7	161	لزيادة معلوماتي حول قضايا وموضوعات مختلفة

67.8	18.3	55	27.7	83	54.0	162	للتحدث مع أصدقائي حول الموضوعات التي يتم تقديمها
63.8	19.7	59	33.0	99	47.3	142	للحوار وتبادل الآراء مع شخصيات جديدة وغريبة عنى واكتساب خبرات جديدة
68.5	14.3	43	34.3	103	51.3	154	لمعرفة الجديد من اخبار حول العالم
86.0	2.0	6	24.0	72	74.0	222	تعودت الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي
63.7	14.3	43	44.0	132	41.7	125	لمجرد التسلية وملء وقت الفراغ
59.7	25.0	75	30.7	92	44.3	133	للتخلص من حالة الملل التي امر بها
21.0	63.7	191	30.7	92	5.7	17	للاسترخاء والهروب من ضغوط الحياة اليومية

عند النظر بشكل تفصيلي للعبارات السابقة نجد أن أكثر عبارات الدوافع الطقوسية حظيت بدرجات ترجيحية كبيرة مقارنة بالعبارات التي كونت منها الباحثة مقياس الدوافع النفعية للإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء الوزن المرجح لمقياس الدوافع لطقوسية 57 في مقابل 51 للدوافع النفعية، وجاءت نتائج مقياس الدوافع على النحو التالي:

1. دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (13)

نتائج مقياس دوافع استخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
دوافع مرتفعة	150	50.0
دوافع متوسطة	130	43.3
دوافع منخفضة	20	6.7
الإجمالي	300	100

- كشفت نتائج مقياس دوافع استخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن ارتفاع في معدل الدوافع حيث جاءت الدوافع المرتفعة في المقدمة بنسبة 50%، تلاه الدوافع المتوسطة بنسبة 43.3%، وأخيرًا الدوافع المنخفضة 6.7%، أما على صعيد نتائج المقاييس الفرعية المكونة للمقياس العام، فجاءت النتائج على النحو التالي:

أ- مقياس الدوافع النفعية لاستخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (13)

نتائج مقياس الدوافع النفعية لاستخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
دوافع نفعية متوسطة	202	67.3
دوافع نفعية مرتفعة	53	17.7
دوافع نفعية منخفضة	45	15.0
الإجمالي	300	100

- كشفت نتائج مقياس الدوافع النفعية لاستخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتبين أن الدوافع النفعية المتوسطة جاءت في المقدمة بنسبة 67.3%، تلاه الدوافع النفعية المرتفعة بنسبة 17.7%، وأخيراً الدوافع النفعية المنخفضة 15%، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت أبرزها كما يلي:

- للتعرف على القضايا والموضوعات الخاصة بالحياة السياسية المصرية وذلك بوزن مرجح بلغ 74.3، و عبارة لزيادة معلوماتي حول قضايا وموضوعات مختلفة بلغ الوزن المرجح الخاص بها 71.5، ويمكننا تفسير ذلك إلى رغبة عينة الدراسة في الحصول بشكل أكثر على المعلومات والخوض في الحياة الساسية للمجتمع وقد يرحع اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في هذا الأمر إلى جانب الحرية التي تتيحها تلك المواقع.

ب- مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي
جدول رقم (14)

نتائج مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي		
دوافع طقوسية متوسطة	145	48.3
دوافع طقوسية مرتفعة	94	31.3
دوافع طقوسية منخفضة	61	20.3
الإجمالي	300	100

- كشفت نتائج مقياس الدوافع الطقوسية لاستخدام عينة الدراسة الميدانية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتبين أن الدوافع الطقوسية المتوسطة جاءت في المقدمة بنسبة 48.3%، تلاه الدوافع الطقوسية المرتفعة بنسبة 31.3%، وأخيراً الدوافع الطقوسية المنخفضة بنسبة 20.3%، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي:

- تعودت الاطلاع على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح بلغ 86 ، لمجرد التسلية وملء وقت الفراغ بلغ الوزن المرجح الخاص بها 63.7، أما عبارة للتخلص من حالة الملل التي أمر بها جاءت بوزن مرجح 59.7.

المحور الخامس: حدود حرية التعبير من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

1- مدى قدرة أفراد العينة في التعبير عن آرائهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (16)

مدى قدرة أفراد العينة في التعبير عن آرائهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

حرية التعبير عن الرأي		
نعم	ك	%
لا	ك	%
مجموع	ك	%

- يتضح من نتائج الجدول السابق أن هناك 79.7% من عينة الدراسة مؤكدين أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لهم القدرة على التعبير عن رأيهم بحرية، في

مقابل نسبة 20.3% يرون عكس ذلك، وهو ما اتفقت معه دراسة كلاً من (Maqsood Shaheen 2008)⁽⁸⁹⁾ ودراسة على الكندري ومحمد حسنين (2012)⁽⁹⁰⁾ وأثناء العمل الميداني للدراسة أكد بعض من المبحوثين أن هناك رقابة ستزيد على تلك المواقع بعد الدستور الجديد.

2- كيفية التعبير عن الآراء السياسية:

جدول رقم (17)

كيفية التعبير عن الآراء السياسية

كيفية التعبير	ك	%
كتابة التعليقات على الموضوعات السياسية	236	29.2
كتابة رأيي على صفحتي الشخصية	179	22.1
إضافة الفيديوهات	169	20.9
إضافة العديد من الصور	156	19.3
الردشة مع شخصيات في أماكن بعيدة دون رقابة على الحوار	69	8.5
مجموع	809	100

- أثبتت النتائج الكمية للدراسة والتي يعكسها الجدول السابق أن هناك ما يمكننا أن نطلق عليه التفاعلية السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فعند قراءة الجدول السابق نجد أن ما يقرب من 60% من عينة الدراسة يمارسون هذا الحق من خلال الكتابات والتي تتمثل في كتابة التعليقات على الموضوعات السياسية وكتابة رأييه على الصفحة الشخصية والردشة، واتفقت مع تلك النتيجة العديد من الدراسات، ونذكر منها دراسة Meredith و (2008) Rebec Hayes⁽⁹¹⁾ و Conroy واخرون (2012)⁽⁹²⁾ ودراسة Hagerly (2008)⁽⁹³⁾ حيث أكدت تلك الدراسات أن التفاعلية هي من أهم اسباب التواصل السياسي ودعم التفاعل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور السادس: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن الدستور:

1- مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن الاستفتاء على دستور 2014:

جدول رقم (18)

مدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن الاستفتاء على دستور 2014

مدى الاعتماد	ك	%
أعتبره مصدر أساسي للمعلومات	240	80
أعتبره مصدر ثانوي للمعلومات	34	11.3
يصعب التحديد	26	8.7
مجموع	300	100

- **يكشف الجدول السابق عن درجة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن الاستفتاء على دستور 2014 حيث أكد 80% من عينة الدراسة أنه مصدر أساسي للمعلومات عن الدستور بالنسبة لهم، ثم اعتبره البعض مصدر ثانوي للمعلومات بنسبة 11.3% ، وأكدت نسبة 8.7% أنه من الصعب التحديد.**

2- **أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار الاستفتاء على الدستور ... كشفت نتائج الدراسة الكمية أن هناك 68% من عينة الدراسة أكدوا أن من أول أسبابهم هي سهولة التعرف على كل ما هو جديد على الساحة السياسية بشأن الدستور، ثم أكد 46.3% أن من أسباب اعتمادهم هي معالجة الأحداث الخاصة بالدستور فور حدوثها، تلاهما إمكانية التعرف على توجهات النخب نحو الدستور، ثم وجود أكثر من مصدر للأخبار الخاصة بالدستور، وفي النهاية بسبب الشرح الوافي لبنود مواد الدستور والذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي.**

المحور السابع: تقييم الموضوعات المثارة بالاستفتاء والدستور:

1- اتجاهات العينة نحو أبرز الموضوعات المثارة والقضايا الخاصة بالدستور:

جدول رقم (19)

اتجاهات عينة الدراسة نحو الدستور

الوزن المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه
	%	ك	%	ك	%	ك	
61.8	23.0	69	30.3	91	46.7	140	أطالب بإشراف دولي على عملية الاستفتاء
55.8	27.3	82	33.7	101	39.0	117	أوافق أن تكون مصر دولة مدنية
64.8	13.7	41	43.0	129	43.3	130	من الممكن أن تكون مصر دولة ديمقراطية ذات حكومة مدنية
62.3	24.7	74	26.0	78	49.3	148	لا مانع من محاكمة المدنيين أمام القضاء العسكري
72.8	14.7	44	25.0	75	60.3	181	الدستور متوفر في كتب للجمهور خطوة جيدة
59.5	26.0	78	29.0	87	45.0	135	دستور 2014 هو دستور لكل المصريين
62.5	24.0	72	27.0	81	49.0	147	ما تقوم به جماعة الإخوان من دعوة الجمهور لمقاطعة الدستور من مظاهر الحياة الشرعية في مصر
75.8	10.0	30	28.3	85	61.7	185	أهم ما يميز الدستور عن غيره المواد الخاصة بحقوق ذوي الإحتياجات الخاصة
63.2	21.3	64	31.0	93	47.7	143	لجان الوافدين خطوة إلى مشاركة سياسية فعالة للمصريين
80.7	6.3	19	26.0	78	67.7	203	نجحت قوات الأمن من الداخلية والجيش في تأمين لجان الاستفتاء على الدستور

اتضح من نتائج الجدول السابق أن هناك العديد من الموضوعات والقضايا المرتبطة بالاستفتاء والدستور والتي كون عنها الجمهور اتجاهًا إيجابيًا من أبرز تلك الموضوعات:

- الموضوعات المثارة حول نجاح قوات الأمن من الداخلية والجيش في تأمين لجان الاستفتاء على الدستور، ثم المواد الخاصة بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة والتي ظهرت في الدستور بوزن مرجح 80.7 ، 75.8 على التوالي لكلاً منهما، وقد أيد عينة الدراسة ما قامت به لجنة تعديل الدستور من طبع الدستور في الكتب وطرحها في الأسواق متاح للجمهور لقراءته بوزن مرجح 72.8.

وتراجع اتجاه المبحوثين نحو بعض القضايا والموضوعات وابرزها:

- جاء الوزن المرجح الخاص برؤية المبحوثين حول أن مصر دولة مدنية ليصل إلى 55.8، كما تراجع اتجاه العينة نحو عبارة دستور 2014 هو دستور لكل المصريين ليصل الوزن المرجح لها 59.5.

2- رأي العينة في مدى مطابقة ما تعالجه مواقع التواصل الاجتماعي للواقع:

جدول رقم (20)

وجهة نظر العينة عن معالجة المواقع لمواد الدستور

الرأي	ك	%
تعكسها بشكل كبير	185	61.7
الى حد ما	102	34
لا تعكسها	13	4.3
مجموع	300	100

- يكشف الجدول السابق عن وجهة نظر المبحوثين حول مدى مطابقة تقييم مواد الدستور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لأراء المواطنين على أرض الواقع، حيث ارتفعت نسبة العينة التي تؤكد أنها تعكس الواقع لتصل إلى بنسبة 61.7% ، ثم أنها تعكسها إلى حد ما بنسبة 34% ، وفي المؤخرة أنها لا تعكسها بنسبة 4.3%، وهو ما اتفقت معه نتيجة دراسة عالية عبد العال (2012)⁽⁹⁴⁾

المحور الثامن: مقياس تأثيرات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (21)

العبارات التي توضح تأثيرات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي علي عينة الدراسة الميدانية

الوزن المرجح	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
71.3	5.3	16	8.7	26	17.0	51	33.3	100	35.7	107	مواقع التواصل الاجتماعي زودت معلوماتي عن الدستور
68.3	6.0	18	14.3	43	19.3	58	21.0	63	39.3	118	المعلومات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي تدعم جوانب بعينها من الدستور
56.8	12.3	37	12.3	37	35.3	106	16.0	48	24.0	72	قررت ان أصوت في الاستفتاء على الدستور بناء على الحملات التي تعرضت لها من مواقع التواصل الاجتماعي
68.1	8.7	26	10.3	31	15.0	45	32.0	96	34.0	102	استطعت تقييم مواد الدستور بناء على الآراء التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي
55.3	15.3	46	8.7	26	27.7	83	36.0	108	12.3	37	مواقع التواصل الاجتماعي ليست لديها القدرة على التأثير في اتجاهات بعض الشخصيات نحو الدستور والاستفتاء
36.0	33.7	101	22.3	67	20.3	61	13.7	41	10.0	30	أعرف بعض الاصدقاء قرروا عدم التصويت بعد ما تعرضوا له من حملات المقاطعة على مواقع التواصل الاجتماعي
58.8	18.7	56	13.7	41	7.7	23	33.7	101	26.3	79	قمت بدعوة اصدقائي لجروبات وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتني في اتخاذ قراري بشأن التصويت على الاستفتاء
63.2	10.7	32	12.0	36	20.7	62	27.3	82	29.3	88	مواقع التواصل الاجتماعي غيرت اتجاهاتي نحو الدستور
42.9	20.7	62	22.3	67	31.3	94	16.0	48	9.7	29	بعد متابعتي للصفحات والجروبات التي تحدثت على الدستور أصبحت أقيم الدستور بصورة أكثر موضوعية
62.8	8.3	25	15.0	45	22.0	66	26.3	79	28.3	85	مواقع التواصل الاجتماعي جعلتني اتوخى الحذر والتكلم بحيادية عن الدستور والاستفتاء مع الشخصيات المغايرة لرأبي
62.9	8.0	24	15.3	46	23.0	69	24.3	73	29.3	88	مواقع التواصل الاجتماعي أهم المصادر التي اعتمد عليها لمعرفة مواد الدستور
64.8	7.3	22	14.0	42	20.7	62	28	84	30	90	قررت المشاركة في أعمال وأنشطة اجتماعية وبذل مجهود أكب في دراستي أو عملي بعد إقرار الدستور

يستعرض الجدول السابق أنواع التأثيرات التي تتعرض لها عينة الدراسة الميدانية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وشكلت العبارات السابقة في مجموعها مقياساً عاماً للتأثيرات، والذي يتكون من مقاييس فرعية هي مقياس التأثيرات المعرفية ومقياس التأثيرات الاتجاهية والتأثيرات الوجدانية ومقياس التأثير السلوكية، وعلى صعيد التفصيل ف جاء ما يلي:

أ- مقياس التأثيرات المعرفية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي : يكشف هذا المقياس التأثيرات المعرفية، بمعنى التأثير على المعلومات المكتسبة من التعرض عن ما تعالجه تلك المواقع من قضايا وموضوعات خاصة بالدستور والاستفتاء ، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس التأثيرات المعرفية:

جدول رقم (22)

نتائج مقياس التأثيرات المعرفية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
مرتفع	191	63.7
متوسط	93	31.0
منخفض	16	5.3
الإجمالي	300	100

يتضح من الجدول السابق نتائج مقياس التأثيرات المعرفية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المرتفع جاء في المقدمة بنسبة 63.7%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 31%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 5.3%، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي: مواقع التواصل الاجتماعي زودت معلوماتي عن الدستور بوزن مرجح 71.3، استطعت تقييم مواد الدستور بناء على الآراء التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي: بوزن مرجح 68.1، مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المصادر التي اعتمد عليها لمعرفة مواد الدستور بوزن مرجح 62.9.

ب- مقياس التأثيرات الاتجاهية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي : يكشف هذا المقياس التأثيرات الاتجاهية أي تأثير التعرض لموقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الفرد نحو الأحداث والقضايا الخاصة بالاستفتاء والدستور، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس التأثيرات الاتجاهية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (23)

نتائج مقياس التأثيرات الاتجاهية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
مرتفع	156	52.0
متوسط	114	38.0
منخفض	30	10.0
الإجمالي	300	100

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس التأثيرات الاتجاهية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المرتفع جاء في المقدمة بنسبة 52%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 38%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 10%، أما على صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت: المعلومات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي تدعم جوانب بعينها من الدستور بوزن مرجح 68.3، مواقع التواصل الاجتماعي غيرت اتجاهاتي نحو الدستور بوزن مرجح 63.2، مواقع التواصل الاجتماعي ليست لديها القدرة على التأثير في اتجاهات بعض الشخصيات نحو الدستور والاستفتاء بوزن مرجح 55.3.

ت- مقياس التأثيرات الوجدانية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي : يكشف هذا المقياس التأثيرات الوجدانية أي تأثير التعرض لموقع التواصل الاجتماعي على مشاعر الفرد نحو الأحداث والقضايا الخاصة بالاستفتاء والدستور، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس التأثيرات الوجدانية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (24)

نتائج مقياس التأثيرات الوجدانية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
مرتفع	151	50.3
متوسط	124	41.3
منخفض	25	8.3
الإجمالي	300	100

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس التأثيرات الوجدانية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدي عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المرتفع جاء في المقدمة بنسبة 50.3%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 41.3%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 8.3%، أما على صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي: قمت بدعوة أصدقائي لجروبات وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي ساعدتني في اتخاذ قراري بشأن التصويت على الاستفتاء: بوزن مرجح 58.8، بعد متابعتي للصفحات والمجموعات (الجروبات) التي تحدثت على الدستور أصبحت أقيم

الدستور بصورة أكثر موضوعية بوزن مرجح 42.9، مواقع التواصل الاجتماعي جعلتني أتوخى الحذر وأتكلم بحيادية عن الدستور والاستفتاء مع الشخصيات المغايرة لرأبي بوزن مرجح 62.8.

ث- مقياس التأثيرات السلوكية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي : يكشف هذا المقياس التأثيرات السلوكية للعينة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (25)

نتائج مقياس التأثيرات السلوكية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المستوى	ك	%
مرتفع	146	48.7
متوسط	103	34.3
منخفض	51	17.0
الإجمالي	300	100

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس التأثيرات السلوكية من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المرتفع جاء في المقدمة بنسبة 48.7%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 34.3%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 17%، أما على صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي: قررت أن أصوت في الاستفتاء على الدستور بناء على الحملات التي تعرضت لها من مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح 56.5 وتلك النتيجة اتفقت مع دراسة (شيماء 2014)⁹⁵ انقسم مستخدمو فيس بوك من عينة الدراسة حول دور الموقع في تكوين الآراء، فعلى سبيل المثال، ذكر ما يقرب من نصف أفراد عينة الدراسة أن الآراء التي طرحت على فيس بوك ساعدتهم في تحديد موقفهم من التعديلات الدستورية، بينما نفي النصف الآخر أن يكون لها أي تأثير في أصواتهم التي أدلوا بها في استفتاء 19 مارس 2011، وعبارة أعرف بعض الأصدقاء قرروا عدم التصويت بعد ما تعرضوا له من حملات المقاطعة على مواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح 36، أما عبارة قررت المشاركة في أعمال وأنشطة اجتماعية وبذل مجهود أكبر في دراستي أو عملي بعد إقرار الدستور فظهرت بوزن مرجح 64.8.

المحور التاسع : مقياس أنماط النشاط المدعمة والمعوقة للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية عند التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- مقياس أنماط النشاط المدعمة للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية عند التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (26)

نتائج مقياس أنماط النشاط المدعمة للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة

الوزن المرجح	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
56.8	26.3	79	33.7	101	40.0	120	أقرأ بعمق المعلومات المعروضة على المواقع وأقارنها بالواقع
57.5	24.6	74	35.7	107	39.7	119	أتذكر آراء بعض الاصدقاء حول الدستور أثناء تعرضي للمواقع
57.5	27.6	83	29.7	89	42.7	128	أفكر في تقييم المواقع للدستور وما يدور حولي من تقييم لأسرتي والنخب في البرامج
66.0	12.6	38	42.7	128	44.7	134	أتعرض للمجموعات والصفحات التي تتفق مع آرائي حول الدستور فقط
65.0	22.3	67	25.3	76	52.4	157	تجذب انتباهي الجروبات أو الصفحات التي تقدم الجديد عن الدستور
62.3	17.0	51	41.3	124	41.7	125	أنتبه جيدًا لتعليقات الجمهور التي تدعو لمقاطعة الدستور
60.7	23.3	70	32.0	96	44.7	134	أشعر بالاطمئنان عندما يتفق تعليقات المشاركين في تلك الصفحات مع رأيي الشخصي
62.3	17.3	52	40.7	122	42.0	126	يلفت انتباهي المعالجات التي تقدمها صفحات النخب على مواقع التواصل وارانهم حتى لو كانت عكس آرائي
68.2	16.7	50	30.3	91	53.0	159	أحب الصفحات التي تتطرح وجهات نظر تتقارب مع وجهة نظري

يستعرض الجدول السابق أنماط النشاط المدعمة للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وشكلت العبارات السابقة في مجموعها مقياسًا عامًا لأنماط النشاط المدعم، والتي تتكون من مقياس فرعية هي مقياس نشاط الانتباه، ومقياس نشاط الاستغراق، ومقياس نشاط الإدراك الانتقائي، وعلي صعيد التفصيل ف جاء ما يلي:

جدول رقم (27)

نتائج مقياس أنماط النشاط المدعمة للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	مستويات المقياس
45.3	136	مرتفع
38.0	114	متوسط
16.7	50	منخفض
100.0	300	الإجمالي

كشفت نتائج مقياس أنماط النشاط المدعمة للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصورة عامة، وتبين أن المستوى المرتفع جاء في المقدمة بنسبة 45.3%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 38%، وأخيرًا المستوى المرتفع بنسبة 16.7%، والجدير بالذكر أن تقدم المستوى المرتفع في المقياس العام يرجع إلي تقدمه في غالبية المقاييس الفرعية المكونة له، أما على صعيد نتائج المقاييس الفرعية المكونة للمقياس العام، فجاءت النتائج على النحو التالي:

أ- مقياس نشاط الانتباه عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يكشف هذا المقياس عن مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على جذب انتباه عينة الدراسة الميدانية للموضوعات الخاصة بالتصويت والمشاركة السياسية في الاستفتاء على الدستور، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس نشاط الانتباه عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (28)

نتائج مقياس نشاط الانتباه عند تصفح استخدام التواصل الاجتماعي

مرتفع	129	43.0
متوسط	101	33.7
منخفض	70	23.3
الإجمالي	300	100.0

كشفت نتائج الجدول السابق أن المستوى المرتفع للانتباه أفراد عينة الدراسة جاء في المقدمة بنسبة 43%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 33.7%، وأخيرًا المستوى المرتفع بنسبة 23.3%، أما على صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي:

1. تجذب انتباهي المجموعات أو الصفحات التي تقدم الجديد عن الدستور: حيث كان دائما بنسبة 52.4% ، وأحيانا بنسبة 25.3% ، ونادراً بنسبة 22.3%
2. انتبه جيداً لتعليقات الجمهور التي تدعو لمقاطعة الدستور: حيث كان دائما بنسبة 41.7% ، وأحيانا بنسبة 41.3% ، ونادراً بنسبة 17%
3. يلفت انتباهي المعالجات التي تقدمها صفحات النخب على مواقع التواصل وأرائهم حتى لو كانت عكس آرائي: حيث كان دائما بنسبة 42% ، وأحيانا بنسبة 40.7% ، ونادراً بنسبة 17.3%.

ب- مقياس نشاط الاستغراق عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي : يكشف هذا المقياس عن قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على دفع عينة الدراسة الميدانية لاستمرار التفكير في القرار التصويتي والمشاركة في الاستفتاء على الدستور، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس نشاط الاستغراق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (29)

نتائج مقياس نشاط الاستغراق عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	مستويات المقياس
91.3	274	مستوى متوسط
8.7	26	مستوى مرتفع
100	300	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس نشاط الاستغراق من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المتوسط جاء في المقدمة بنسبة 91.3%، ، وأخيراً المستوى المتوسط بنسبة 8.7%، أما على صعيد العبارات التي كونت المقياس فجاءت كما يلي:

- 1- أقرأ بعمق المعلومات المعروضة على المواقع واقارنها بالواقع : حيث كان دائماً بنسبة 40% ، وأحياناً بنسبة 33.7% ، ونادراً بنسبة 26.3%
- 2- أتذكر اراء بعض الاصدقاء حول الدستور اثناء تعرضي للمواقع: حيث كان دائماً بنسبة 39.7% ، وأحياناً بنسبة 35.7% ، ونادراً بنسبة 24.6%
- 3- أفكر في تقييم المواقع للدستور وما يدور حولي من تقييم لأسرتي والنخب في البرامج: حيث كان دائماً بنسبة 42.7% ، وأحياناً بنسبة 29.7% ، ونادراً بنسبة 27.6%.

ت- مقياس نشاط الإدراك الانتقائي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي : يكشف هذا المقياس عن طبيعة المضمون التي يفضلها عينة الدراسة الميدانية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ويوضح الجدول التالي نتائج نشاط الإدراك الانتقائي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (30)

نتائج مقياس نشاط الإدراك الانتقائي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	مستويات المقياس
58	174	مستوى مرتفع
32	96	مستوى متوسط
10	30	مستوى منخفض
100	300	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس نشاط الإدراك الانتقائي من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المرتفع الذي

جاء في المقدمة بنسبة 58%، تلاه المستوى المنخفض بنسبة 32%، وأخيراً المستوى المرتفع بنسبة 10%، أما على صعيد العبارات التي كونت المقياس فجاءت كما يلي:

1- أتعرض للمجموعات والصفحات التي تتفق مع آرائ حول الدستور فقط: حيث كان دائماً بنسبة 44.7% ، وأحياناً بنسبة 42.7% ، ونادراً بنسبة 12.6%

2- أشعر بالاطمئنان عندما يتفق تعليقات المشاركين في تلك الصفحات مع رأيي الشخصي: حيث كان دائماً بنسبة 44.7% ، وأحياناً بنسبة 32% ، ونادراً بنسبة 23.3%

3- أحب الصفحات التي تتطرح وجهات نظر تتقارب مع وجهة نظري: حيث كان دائماً بنسبة 53% ، وأحياناً بنسبة 30.3% ، ونادراً بنسبة 16.7%

2- مقياس أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية عند التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (31)

نتائج مقياس أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة

الوزن المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
34.0	38.7	116	54.7	164	6.7	20	عرض معلومات عن الدستور جعلتني محبط
34.0	48.0	144	36.0	108	16.0	48	أشعر باليأس أثناء قراءة تقييم مواد الدستور الجديد
41.0	42.7	128	32.7	98	24.7	74	بعد التعرض للصفحات السياسية أشعر انها بعيدة عن الحياة الواقعية
60.0	24.7	74	30.7	92	44.7	134	تهتم المواقع بعرض السلبيات أكثر من الإيجابيات
33.7	48.7	146	35.3	106	16.0	48	تعرض جميع الصفحات نفس الآراء والتحليلات مما جعلتني أتجنب التعرض لها
52.3	28.0	84	39.3	118	32.7	98	دعوات الصفحات لنعم للدستور جعلتني لا أتعرض لها
44.7	41.3	124	28.0	84	30.7	92	في بعض الصفحات تعالج مواد الدستور وتشرحها بشكل مخالف للواقع
52.3	26.0	78	43.3	130	30.7	92	لا أتق في كل المعلومات التي قدمتها مواقع التواصل لأنها عادة تكون آراء شخصية
54.3	26.7	80	38.0	114	35.3	106	هناك بعض الآراء الشخصية التي عرضت على مواقع التواصل على أنها آراء الجماهير والمواطنين

يستعرض الجدول السابق أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وشكلت العبارات السابقة في مجموعها مقياساً عاماً لأنماط النشاط المعوق، والذي يتكون من مقياس فرعية هي مقياس تحويل الانتباه ومقياس الشك، ومقياس التجنب ، وعلي صعيد التفصيل وجاء ما يلي:

جدول رقم (32)

نتائج مقياس أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة
نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	مستويات المقياس
45.7	137	منخفض
40.3	121	متوسط
14	42	مرتفع
100.0	300	الإجمالي

كشفت نتائج مقياس أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية التي يمارسها عينة الدراسة الميدانية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصورة عامة، وتبين أن المستوى المنخفض جاء في المقدمة بنسبة 45.3%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 40.3%، وأخيرًا المستوى المنخفض بنسبة 14%، والجدير بالذكر أن تقدم المستوى المنخفض في المقياس العام يرجع إلى تقدمه في غالبية المقاييس الفرعية المكونة له، أما علي صعيد نتائج المقاييس الفرعية المكونة للمقياس العام، فجاءت النتائج على النحو التالي:

أ- مقياس تحويل الانتباه عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: يكشف هذا المقياس عن مدى قدرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي تحويل انتباه عينة الدراسة الميدانية، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس تحويل الانتباه عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (33)

نتائج مقياس تحويل الانتباه

النسبة	التكرار	مستويات المقياس
47.5	190	مستوى منخفض
39	156	مستوى متوسط
13.5	54	مستوى مرتفع
100	300	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس تحويل الانتباه من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المنخفض جاء في المقدمة بنسبة 47.5%، تلاه المستوى المتوسط بنسبة 39%، وأخيرًا المستوى المرتفع بنسبة 13.5%، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي:

- 1- عرض معلومات عن الدستور جعلتني محبط: حيث كان موافق بنسبة 6.7% ، ومحايد بنسبة 54.7% ، ومعارض بنسبة 38.7%
- 2- اشعر باليأس أثناء قراءة تقييم مواد الدستور الجديد: حيث كان موافق بنسبة 16% ، ومحايد بنسبة 36% ، ومعارض بنسبة 48%
- 3- بعد التعرض للصفحات السياسية أشعر أنها بعيدة عن الحياة الواقعية: حيث كان موافق بنسبة 24.7% ، ومحايد بنسبة 32.7% ، ومعارض بنسبة 42.7%

ب- مقياس الشك عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: يكشف هذا المقياس عن مدى قدرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على شك عينة الدراسة الميدانية في المعلومات المتقدمة، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس الشك عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (34)

نتائج مقياس الشك

النسبة	التكرار	مستويات المقياس
59.3	178	متوسط
27.7	83	منخفض
13	39	مرتفع
100	300	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس الشك من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المتوسط جاء في المقدمة بنسبة 57.3%، تلاه المستوى المنخفض بنسبة 27.7%، وأخيراً المستوى المرتفع بنسبة 13%، أما على صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي- مرتبة من أعلى متوسط حسابي مرجح فالأقل:-

- 1- تهتم المواقع بعرض السلبيات أكثر من الإيجابيات: حيث كان موافق بنسبة 44.7% ، ومحايد بنسبة 30.7% ، ومعارض بنسبة 24.7%
- 2- في بعض الصفحات تعالج مواد الدستور وتشرحها بشكل مخالف للواقع: حيث كان موافق بنسبة 30.7% ، ومحايد بنسبة 28% ، ومعارض بنسبة 41.3%
- 3- لا أثق في كل المعلومات التي قدمتها مواقع التواصل لأنها عادة تكون آراء شخصية: حيث كان موافق بنسبة 30.7% ، ومحايد بنسبة 43.3% ، ومعارض بنسبة 26%

ت- مقياس التجنب عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: يكشف هذا المقياس عن مدى قدرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي تجنب عينة الدراسة الميدانية لأخبار عن الاستفتاء الدستوري ، ويوضح الجدول التالي نتائج مقياس الشك عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

جدول رقم (35)

مقياس التجنب

النسبة	التكرار	مستويات المقياس
43	172	منخفض
33.7	86	مرتفع
23.3	42	متوسط
100	300	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن نتائج مقياس التجنب من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة الميدانية، وتبين أن المستوى المنخفض جاء في المقدمة بنسبة 43%، تلاه المستوى المنخفض بنسبة 33.7 %، وأخيرًا المستوى المرتفع بنسبة 23.3 %، أما علي صعيد العبارات التي كونت هذا المقياس فجاءت كما يلي- مرتبة من أعلى متوسط حسابي مرجح فالأقل:-

- 1- تعرض جميع الصفحات نفس الآراء والتحليلات مما جعلتني أتجنب التعرض لها: حيث كان موافق بنسبة 16% ، ومحايد بنسبة 35.3% ، ومعارض بنسبة 48.7%
 - 2- دعوات الصفحات لنعم للدستور جعلتني لا أتعرض لها: حيث كان موافق بنسبة 32.7% ، ومحايد بنسبة 39.3% ، ومعارض بنسبة 28%
 - 3- هناك بعض الآراء الشخصية التي عرضت علي مواقع التواصل علي أنها آراء الجماهير والمواطنين: حيث كان موافق بنسبة 35.3% ، ومحايد بنسبة 38% ، ومعارض بنسبة 26.7%
- المحور العاشر: القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب:**
- 1- رؤية الباحثين حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي:

جدول رقم (36)

تأثير المواقع على القرار التصويتي

مدى التأثير	ك	%
إلى حد كبير	187	62.3
إلى حد ما	72	24
إلى حد ضعيف	41	13.7
مجموع	300	100

- جاءت نتائج الجدول السابق لتؤكد أن هناك ما يقرب 86% من عينة الدراسة مؤكدين أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت من الأدوات الفاعلة والهامة والمؤثرة على قرارهم التصويتي بشكل كبير، اتفقت مع تلك النتيجة دراسة (2008) Walter⁽⁹⁶⁾ دراسة (2008) Maqsood Shaheen⁽⁹⁷⁾

2- مدى مساعدة المعلومات المثارة في مواقع التواصل الاجتماعي علي اتخاذ قرار التصويت:

جدول رقم (37)

مساعدة المعلومات المثارة في مواقع التواصل الاجتماعي علي اتخاذ قرار التصويت

مدى المساعدة	ك	%
نعم	277	92.3
لا	33	7.7
مجموع	300	100

- يكشف الجدول السابق عن مدى مساعدة المعلومات المثارة للمبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي علي اتخاذ قرار التصويت حيث ارتفعت نسبة مساعدتها بنسبة 92.3% في مقابل نسبة 7.7% من عدم مساعدتها في اتخاذ القرار.

3- مدى تأثير متابعتك لمواقع التواصل الاجتماعي عن الاستفتاء علي دستور 2014 علي قرار تصويتك النهائي:

جدول رقم (38)

شكل التأثير علي القرار التصويتي

مدى التأثير	ك	%
غيرت الرأي من الرفض إلي القبول	136	49.1
لم تؤثر في تغير الرأي لكن دعمت رأي بالموافقة	66	23.8
غيرت الرأي من القبول للرفض	34	12.3
دعمت الرأي بالمقاطعة	16	5.8
غيرت الرأي بالمقاطعة	15	5.4
لم تؤثر في تغير الرأي لكن دعمت رأي بالرفض	10	3.6
مجموع	277	100

- يكشف الجدول السابق عن شكل تأثير متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عن الاستفتاء علي دستور 2014 علي قرارهم التصويتي النهائي، حيث جاء في المقدمة غيرت الرأي من الرفض إلي القبول بنسبة 49.1% ، ثم لم تؤثر في تغير الرأي لكن دعمت رأي بالموافقة (في المرتبة الثانية بنسبة 23.8% ، ثم غيرت الرأي من القبول للرفض في المرتبة الثالثة بنسبة 12.3% ، ثم دعمت الرأي بالمقاطعة في المرتبة الرابعة بنسبة 5.8% ، ثم غيرت الرأي

بالمقاطعة في المرتبة الخامسة بنسبة 5.4% ، وأخيرا لم تؤثر في تغير الرأي لكن دعمت رأي بالرفض بنسبة 3.6%.....

- وعند قراءة الجدول السابق بشكل آخر يمكننا القول أن أبرز أشكال التأثير هو تغيير القرار للجنة وذلك بنسبة اقتربت من 67%، في حين أننا نجد أن هناك 33% من أشكال التأثير جاء بمجرد الدعم لقراراتهم، وفي سياق متصل يمكننا أن نؤكد أن ما يقرب من 73% جاء قراره بالموافقة ودعم الدستور.

4- مقياس دور المواقع في التوعية بمعنى المشاركة السياسية:

جدول رقم (39)

يوضح العبارات التي تكون مقياس المشاركة السياسية لدى عينة الدراسة

الوزن المرجح	معارض		محايد		موافق		العبرة
	%	ك	%	ك	%	ك	
63.7	16.7	50	39.3	118	44.0	132	تعرفت على معنى المشاركة ومفهومها ومبادئها وصورها وقضاياها
61.3	11.3	34	54.7	164	34.0	102	تأكدت أن الحرية تشمل كافة مناحي السلوك السياسي للإنسان
63.7	23.3	70	26.0	78	50.7	152	تعلمت كيفية التعبير الجاد الناقد الواعي علي الأمور دون مبالغة أو تقليل من شأن الأمر
64.7	13.7	41	43.3	130	43.0	129	نزلت فإلذلاء بصوتي في الاستفتاء نظرا لدعوات مواقع التواصل الاجتماعي
62.2	25.0	75	25.7	77	49.3	148	عرفت المعنى الحقيقي للديموقراطية
73.5	23.3	70	6.3	19	70.3	211	المرأة أثبتت أنها شريك أساسي وفعال في الثورة ولها دور هام في مرحلة التحول الديمقراطي
71.3	8.7	26	40.0	120	51.3	154	عمقت المشاركة السياسية بالرأي والإذلاء بصوتي في صناعة الدستور إحساسي بأهمية
74.8	10.7	32	29.0	87	60.3	181	علمتني أن لصوتي الانتخابي قيمة هامة جدًا في تحديد مصير أمة
78.0	11.3	34	21.3	64	67.3	202	المشاركة السياسية واجب وطني
71.2	9.3	28	39.0	117	51.7	155	الاستفتاء على الدستور من مظاهر الحياة السياسية الجيدة
64.3	21.7	65	28.0	84	50.3	151	تعد المشاركة السياسية وسيلة لإثبات الوجود وتأكيد علي حرية الإنسان
72.7	15.0	45	24.7	74	60.3	181	المشاركة تعد من واجب الفرد نحو وطنه في مقابل حرصه علي واجباته
56.5	25.6	77	35.7	107	38.7	116	البنود الدستورية تمثل نصوصًا واضحة بالنسبة لي
63.2	18.7	56	36.3	109	45.0	135	لدي القدرة علي إجراء مناقشات حول مواد الدستور الجديد مع الآخرين
77.8	6.0	18	32.3	97	61.7	185	أحرص علي أن يكون لي دور في حياة السياسية
67.8	13.3	40	37.7	113	49.0	147	قرار لجان الوافدين من القرارات الصائبة للجنة العليا للانتخابات

- يستعرض الجدول السابق عبارات من واقع الحياة اليومية والموضوعات المرتبطة الدستور والاستفتاء وذلك للتعرف على مستوى الوعي السياسي

واختراق الشباب الحياة السياسية من بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي،
علي صعيد التفصيل كما يلي:

- جاءت العبارات التي حظيت نسبة موافقة عالية: المشاركة السياسية واجب وطني، ثم أحرص علي أن يكون لي دور في الحياة السياسية، تلتها علمتني أن لصوتي الانتخابي قيمة هامة جداً في تحديد مصير أمة ، ثم المرأة أثبتت أنها شريك أساسي وفعال في الثورة ولها دور هام في مرحلة التحول الديمقراطي، ثم عمقت المشاركة السياسية بالرأي والإدلاء بصوتي في صناعة الدستور إحساسي بأهمية، ثم الاستفتاء على الدستور من مظاهر الحياة السياسية الجيدة.

- أما العبارات التي تعكس مستوى وعي منخفض لعينة الدراسة: البنود الدستورية تمثل نصوصاً واضحة بالنسبة لي، ثم عبارة تأكدت أن الحرية تشمل كافة مناحي السلوك السياسي للإنسان، ثم عرفت المعنى الحقيقي للديموقراطية.

ويتضح مما سبق أن هناك تأكيد غير مباشر من قبل بعض أفراد العينة أن ليس هناك ديموقراطية وحرية، وأن ليس لديهم رؤية واضحة حول بنود الدستور، مما يجعلنا ندرك أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤكد على عدم تمتع المجتمع بالديموقراطية والحرية حتى الآن وبعد مرور ثورتين على الشعب المصري وبعد نزول العديد من المصريين للمشاركة في العملية الانتخابية بعد ثورة 25 يناير سواء للاستفتاء على الدستور أو الانتخابات البرلمانية وبعدها الرئاسية وغيرها من المحافل السياسية.

النتائج المتعلقة بفروض الدراسة الميدانية:

الفرض الرئيسي الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدوافع النفسية، وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وبين مستويات وعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي...ولاختبار صحة الفرض تم استخدام معامل الارتباط بيرسون لبيان نوع العلاقة وشدتها والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (40)

العلاقة بين الدوافع النفسية وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وبين مفهوم المشاركة السياسية

الدوافع النفسية		أنماط النشاط المدعم
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	الوعي بالمشاركة السياسية
0.000	0.380	منخفض
0.000	0.415	متوسط
0.010	0.590	مرتفع

يكشف الجدول السابق عن قبول الفرض القائل بوجود علاقة دالة إحصائياً بين كل من الدوافع النفعية، وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية مستويات ووعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.... وذلك علي النحو التالي:

- ثبت وجود علاقة دالة إحصائياً بين الدوافع النفعية ونمط النشاط المدعم (المنخفض) للتأثيرات الاتصالية وبين إدراك عينة الدراسة لمفهوم الوعي السياسي، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.38) والتي تدل علي أن العلاقة طردية متوسطة، أي كلما انخفض تأثير الأنشطة المدعمة للاتصال كلما انخفض مستوى الوعي بمفهوم المشاركة السياسية.
 - كما ثبت وجود علاقة دالة إحصائياً بين الدوافع النفعية ونمط النشاط المدعم (المتوسط) للتأثيرات الاتصالية وبين إدراك عينة الدراسة لمفهوم الوعي السياسي، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.415) والتي تدل علي أن العلاقة طردية متوسطة.
 - ثبت وجود علاقة دالة إحصائياً بين الدوافع النفعية ونمط النشاط المدعم (المرتفع) للتأثيرات الاتصالية وبين إدراك عينة الدراسة لمفهوم الوعي السياسي، وذلك عند مستوى معنوية (0.010)، عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.6) والتي تدل علي أن العلاقة طردية قوية، أي كلما ارتفع معدل الأنشطة المدعمة للاتصال كلما زاد ووعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية،
اتفقت النتيجة السابقة مع ما توصلت له دراسة Hayes (2009)⁽⁹⁸⁾
- الفرض الرئيسي الثاني:**

توجد علاقة عكسية بين أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين مستويات ووعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.... ولاختبار صحة الفرض تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان لبيان نوع العلاقة وشدتها والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (41)

العلاقة بين أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين مستويات ووعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي....

مفهوم المشاركة السياسية		أنماط النشاط المعوق
مستوى المعنوية	قيمة سبيرمان	
0.003	- 0.35	

يكشف الجدول السابق عن قبول الفرض الثاني والقائل بأن هناك علاقة دالة عكسية بين كل أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين مستويات وعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية بعد التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.... وذلك عند مستوى معنوية (0.003)، عندما كانت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (- 0.35) والتي تدل على أن العلاقة عكسية متوسطة أي كلما زاد تأثير أنماط النشاط المعوق للاتصال كلما انخفض مستوى وعي العينة بمفهوم المشاركة السياسية.

الفرض الرئيسي الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات وعي عينة الدراسة بمفهوم المشاركة السياسية وبين التأثيرات المختلفة للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي (المعرفية، الاتجاهية، الوجدانية، والسلوكية).

استخدمت الباحثة اختبار (One WaY Anova) حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات وعي عينة الدراسة بالمشاركة السياسية وبين التأثيرات بشكل عام، وذلك عند مستوى معنوية (0.042) وعندما كانت قيمة ف (9.99)، وعلي صعيد النتائج التفصيلية للفرض علي صعيد كل نوع تأثير، فكانت النتائج علي النحو التالي:

جدول رقم (42)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One WaY Anova) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية مستويات وعي عينة الدراسة بالمشاركة السياسية وبين التأثيرات المختلفة

التأثيرات	مستويات الوعي	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
التأثيرات الاتجاهية	منخفض	32	2.0625	2	13.894	.000
	متوسط	160	2.2938	297		
	مرتفع	108	2.5370	299		
التأثيرات السلوكية	منخفض	32	1.9375	2	7.517	.001
	متوسط	160	1.9250	297		
	مرتفع	108	2.1759	299		
التأثيرات الوجدانية	منخفض	32	1.3750	2	26.858	.000
	متوسط	160	1.7438	297		
	مرتفع	108	2.1574	299		
التأثيرات المعرفية	منخفض	32	2.0000	2	1.804	.166
	متوسط	160	2.0250	297		
	مرتفع	108	1.9722	299		
التأثيرات بشكل عام	منخفض	32	2.1875	2	9.991	.042
	متوسط	160	2.0625	297		
	مرتفع	108	2.2130	299		

يكشف الجدول السابق عن اختبارات التحليل الإحصائي لكل نوع من أنواع التأثيرات وعلاقته مستويات وعي عينة الدراسة بمفهوم المشاركة السياسية ، وتبين ما يلي:

- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الوعي بمفهوم المشاركة السياسية وبين التأثيرات الاتجاهية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وكانت قيمة ف (13.8).
 - تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الوعي بمفهوم المشاركة السياسية وبين التأثيرات السلوكية، وذلك عند مستوى معنوية (0.01) وكانت قيمة ف (17.5).
 - تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الوعي بمفهوم المشاركة السياسية وبين التأثيرات الوجدانية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) وكانت قيمة ف (26.8).
 - تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الوعي بمفهوم المشاركة السياسية وبين التأثيرات المعرفية، وذلك عند مستوى معنوية (0.166) وكانت قيمة ف (1.8).
- وتعليقاً على النتائج التفصيلية، تبين أن صحة الفرض تحققت عند ثلاث أنواع من التأثيرات الاتصالية وهي (الوجدانية- الاتجاهية- السلوكية) ولم تتحقق عند التأثيرات المعرفية.

الفرض الرئيسي الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين المتغيرات الديموغرافية للعينة (النوع – الانتماء الحزبي- المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

تبين من التحليل الإحصائي قبول هذا الفرض جزئياً، حيث ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين النوع، والانتماء الحزبي، بينما ثبت عدم وجود فروق بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، وينبثق من الفرض الرئيسي الرابع مجموعة من الفروض الفرعية علي النحو التالي:

الفرض الفرعي الأول للفرض الرئيسي الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين النوع.

- تبين من استخدام اختبار (T-test) قبول الفرض الفرعي والفائل بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين النوع ، وذلك عند مستوى معنوية (0.010) وعندما كانت قيمة ت (6.7)، وذلك لصالح للإناث عند متوسط حسابي (60.3) في مقابل (36.5)، وقد اختلفت تلك النتيجة مع دراسة كونجو شين

Kuan-Ju Chen⁽⁹⁹⁾ 2011 وحيث أكدت نتائج الدراسة أن الرجال يستخدمون تلك المواقع للمشاركة والتفاعل السياسي، وهي النتائج التي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (43)

يوضح نتائج اختبار T-test عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

وبين النوع

النوع معدل الاهتمام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ن=170		ن=130	
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
36.5865	8.12897	60.3309	9.42753	6.7	0.010	مستوي المعنوية

- الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين مدى الانتماء الحزبي لهم. تبين من استخدام اختبار (T-test) قبول الفرض الفرعي والقائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي من حيث حجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين نوع التعليم، وذلك عند مستوي معنوية (0.000) وعندما كانت قيمة ت (21.1)، وذلك لصالح عينة الدراسة الميدانية المنتمية للأحزاب السياسية عند متوسط حسابي (68.9) في مقابل (43.5) للمبحوثين الغير منتمين لأية أحزاب سياسية، اتفق هذا الفرض مع دراسة Lucia Vesnic-Alujevic (2012)⁽¹⁰⁰⁾، وهي النتائج التي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (44)

يوضح نتائج اختبار T-test عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

وبين الانتماء الحزبي

الانتماء الحزبي معدل الاهتمام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ن=77 ينتمي		ن=223 لا ينتمي	
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
68.9935	6.75901	43.4978	10.48377	21.1	0.000	مستوي المعنوية

- الفرض الفرعي الثالث المتفرع من الفرض الرئيسي الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

تبين من استخدام اختبار (One Way Anova) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل الاهتمام بموضوعات الاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين المستوى الاقتصادي الاجتماعي، لأن مستوى المعنوية (0.284) أي أكبر من (0.05)، وبذلك نرفض الفرض الفرعي السابق، وعلى صعيد النتائج التفصيلية للفرض فكانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (45)

يوضح نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way Anova) عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل اهتمام عينة الدراسة بمتابعة موضوعات الاستفتاء وبين المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

المستوى الاقتصادي	ن	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
منخفض	6	1.6667	2	1.266	.284
متوسط	181	2.0221	297		
مرتفع	113	2.0265	299		

الفرض الرئيسي الخامس:

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة... ولاختبار صحة الفرض تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان لبيان نوع العلاقة وشدتها والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (46)

العلاقة بين حجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة

القرار التصوتي		معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي
مستوى المعنوية	قيمة سبيرمان	
0.000	0.427	

يكشف الجدول السابق عن قبول الفرض الخامس والقائل بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، عندما كانت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (0.427) والتي تدل على أن العلاقة طردية متوسطة القوة أي كلما زاد حجم تعرض العينة لمواقع التواصل الاجتماعي كلما ساعدهم ذلك على اتخاذ القرار التصويتي، وجاءت نتيجة الفرض السابق تتفق مع ما توصلت له دراسة كلا من (2010) Borouhs⁽¹⁰¹⁾، (2010) Budak⁽¹⁰²⁾.

الفرض الرئيسي السادس:

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة... ولاختبار صحة الفرض تم استخدام معامل الارتباط جاما لبيان نوع العلاقة وشدتها والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (47)

العلاقة متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة

القرار التصويتي		متابعة الموضوعات المتعلقة بالإستفتاء
مستوى المعنوية	قيمة جاما	
0.000	0.623	

يكشف الجدول السابق عن قبول الفرض السادس والقائل بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين القرار التصويتي لعينة الدراسة ، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، عندما كانت قيمة معامل الارتباط جاما (0.623) والتي تدل علي أن العلاقة طردية قوية اي كلما زاد حرص عينة الدراسة على متابعة الموضوعات والأخبار المتعلقة بالدستور والاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كلما ساعدهم ذلك على اتخاذ القرار التصويتي، وهو ما اتفق مع دراسة Meredith Conroy وآخرون (2012)⁽¹⁰³⁾.

الفرض الرئيسي السابع:

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين معرفة المواد المتعلقة بالدستور... ولاختبار صحة الفرض تم استخدام معامل الارتباط جاما لبيان نوع العلاقة وشدتها والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (48)

العلاقة متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين معرفة المواد المتعلقة بالدستور

المعرفة		متابعة الموضوعات المتعلقة بالإستفتاء
مستوى المعنوية	قيمة جاما	
0.155	0.074	

يكشف الجدول السابق عن عدم وجود علاقة بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين معرفة المواد المتعلقة بالدستور، وذلك لأن مستوي معنوية (0.155)، أي أكبر من (0.05)، وبذلك يرفض الفرض السابق.

الفرض الرئيسي الثامن:

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين اتجاهات عينة الدراسة نحو الدستور... ولاختبار صحة الفرض تم استخدام معامل الارتباط بيرسون لبيان نوع العلاقة وشدتها والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (49)

العلاقة متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين اتجاهات عينة الدراسة نحو الدستور

الاتجاه		متابعة الموضوعات المتعلقة بالإستفتاء
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	
0.000	- 0.485	

يكشف الجدول السابق عن قبول الفرض الثامن والقائل بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الموضوعات المتعلقة بالدستور وبين اتجاهات عينة الدراسة نحو الدستور ، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (- 0.485) والتي تدل علي أن العلاقة عكسية متوسطة القوة أي كلما زاد حرص عينة الدراسة على متابعة الموضوعات والأخبار المتعلقة بالدستور والاستفتاء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كلما رفضوا الدستور وجاءت اتجاهاتهم سلبية نحوه.

وخلصت الدراسة إلي مجموعة من النتائج التي ساعدت الباحثة علي استخلاص بعض الاستنتاجات وهي :

- هناك إقبال من جانب الشباب إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما توصلت له العديد من الدراسات الأخرى في نفس السياق، كما اتضح من النتائج زيادة معدل التعرض وتصفح الشباب لتلك المواقع والذي قد يصل إلى أكثر من خمسة ساعات يوميًا، وقد أرجعت الباحثة هذا التزايد في تصفح تلك المواقع إلى التطور الذي طرأ على تكنولوجيا خدمات التليفون المحمول حيث يمكنه الدخول على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مثل (تويتر - والفيس بوك - اليوتيوب) والتطوير المستمر للمواقع الاجتماعية لتقديم أفضل الخدمات للمستخدمين عن طريق المحمول.
- أصبحت تكنولوجيا الاتصال والتي أنتجت مواقع التواصل الاجتماعي من العوامل الهامة والتعبير عن الرأي وساهمت في خلق وسائل جديدة للقضاء على حالة إجمام الشباب عن المشاركة في الحياة السياسية.
- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيط الجديد للمشاركة السياسية، وأصبحت من الأدوات الهامة والفعالة للتأثير علي القرار السياسي والحياة السياسية.
- استخدام الشباب مواقع التواصل الاجتماعي بكثافة لمناقشة القضايا السياسية والتعبير عن رأيهم بحرية دون خوف أو رقابة من السلطات أو الحكومات.

- التفاعلية السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت بشكل فعال ومؤثر وخاصة بعد ثورة 25 يناير وكانت من أشكال تلك التفاعلية هو التعليق على الأحداث والموضوعات السياسية.
- العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية علاقة متكاملة ومتفاعلة وكل منهما يغذي الآخر ولا غنى عن كل طرف بها فلقد أصبحت العلاقة بينهما متشابكة.
- وتعكس نتائج الدراسة ونتائج العديد من الدراسات والتي اهتمت بمواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية إلى أن هناك البعض من يؤكد على عدم إمكانية قيام مواقع التواصل الاجتماعي بصنع قاعدة جماهيرية وقد ترجع الباحثة هذا السبب إلى زيادة نسبة الأمية، مؤكداً أن هذا الرأي الذي تؤثر فيه تلك المواقع هو الرأي النخبوي فقط وليس الجماهيري، على الجانب الآخر تؤكد بعض الدراسات أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتعدى ليشمل تفعيل المشاركة السياسية الإيجابية للأفراد، حيث أكدت نتائج العديد من الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك تساهم بشكل فعال في بناء المعتقدات السياسية لشباب الجامعات، كما تساعدهم على التفاعل مع المرشحين بشكل أكثر إيجابية، بالإضافة إلى أن النشاط السياسي الافتراضي على مواقع التواصل الاجتماعي.

التوصيات

1. التركيز على طرح قضايا الشباب والمشاركة لإيجاد حلول لها حيث يستطيع الجميع الإطلاع على موقع الفيس بوك حيث يأخذ صفة العالمية من الشبكة المتواجدة شبكة الإنترنت عكس بعض الوسائل كالصحف التي يمكن ألا تصل لكثير من الأماكن وكذلك إبراز القضايا الثقافية والاجتماعية بشكل يعمل على تنمية المجتمع.
2. الدعوة إلى عدم إغلاق موقع الفيس بوك في أوقات الثورات والأزمات، وتبني سياسة حرية الرأي والتعبير والمحافظة عليه باعتبارها الوجهة الوحيدة لتلك الحريات في حين عدم توافرها.
3. البعد الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعية ومدى تأثيرها على المراهقين والشباب، دراسة مقارنة لمواثيق وأخلاقيات المهنة بين الإعلام القديم والإعلام الجديد.
4. التوجهات السياسية في المواقع الاجتماعية وتأثيراتها المستقبلية على جمهور المتلقين، دراسة تحليلية لشبكة الفيس بوك.

5. التركيز على فئة الشباب ومحاولة التأثير عليهم بشكل مباشر من خلال تفعيل دور أليات المشاركة التقليدية وخاصة دور الأحزاب.
6. دراسة الاحتياجات السياسية للشباب وإدماجه في العمل السياسي.
7. الاهتمام بشكل فعال من قبل الدولة بوسائل الإعلام السياسي لأنها أصبحت أداة مؤثرة على الفكر السياسي وتوجهات الشباب.

المراجع:

- (¹)- Daniel W . Drezner &Henry Farrell , "Introduction : Blogs, Politics and power " , **In Public choice** ,Vol .134 , 2008 p.2.
- (²)- Goke Hermes . "Citizenship in Age of the Internet ". **In European Journal of Communication** .Vol.21,No.3 2006 ,p.300, Available online at:[http:// ejc.sagepub .com](http://ejc.sagepub.com).
- (³) دواد الباز : **حق المشاركة في الحياة السياسية** ، ط1 القاهرة، دار النهضة العربية، 2002 ، ص 13
- (4) Dietram A.. scheufele and other, " social structure and citizen ship examining the tempest of social setting, network, the erogeneity and information variables an political participation", **presented at the annual meeting of American political science**, vol. 4, no. 3, 2004. P.165.
- (⁵) Gregory Fox . : Right to Political Participation in International Law , **In Law Journal Library** , vol 17 ,1992,P.555.
- (⁶) ثروت مكي: **إعلام والسياسة، وسائل الاتصال والمشاركة السياسية**، القاهرة: عالم الكتب، 2005، ص 68.
- (⁷)-إكرام أحمد الصاوي."الأبعاد الاجتماعية المؤثرة علي عملية المشاركة السياسية لدي الشباب في المجتمع المصري" : دراسة (تطبيقية علي بعض الفئات الاجتماعية في مدينة المنصورة " رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الاجتماع ، 1995)، ص ص162،163.
- (⁸) تهاني محمد الجبالي . القاهرة: مجلس القومي للمرأة، (2005) .
- (⁹) إكرام أحمد الصاوي."الأبعاد الاجتماعية المؤثرة علي عملية المشاركة السياسية لدي الشباب في المجتمع المصري" مرجع سابق، ص162
- (¹⁰) عمرو هاشم ربيع (محرر). "مصر والإصلاح، عقب الانتخابات الرئاسية والبرلمانية " ، (القاهرة :مركز للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2006)
- (¹¹) أحمد عبد العال . "الشباب والمشاركة السياسية، دراسة ميدانية علي عينة من شباب محافظة سوهاج " رسالة دكتوراه غير منشورة،(جامعة أسيوط :كلية الآداب، 1992)ص 84 .
- (¹²) إكرام أحمد الصاوي."الأبعاد الاجتماعية المؤثرة علي عملية المشاركة السياسية لدي الشباب في المجتمع المصري" مرجع سابق، ص162
- (¹³) أحمد سعيد تاج الدين . " الشباب والمشاركة السياسية " ص36
It is available at : youthdo.org/ar/images/stories/youth/16.pdf
- (14) Kai Hafez . "the myth of media globalization" ,(Cambridge , polity press,2007) ,P.329
- (15) Eric Louv . " the media and political process" ,(London :sage publications ,2006),P.124-128 .
- (¹⁶) شريف احمد سعيد . " الانترنت وإمكانيات الديمقراطية الرقمية في مصر "، مرجع سابق ، ص101.
- (¹⁷) شريف درويش . "مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني علي الانترنت . (دار العالم العربي، القاهرة، 2011) ص 82
- (¹⁸) أحمد سعيد تاج الدين . " الشباب والمشاركة السياسية " مرجع سابق ص38

- (19) Michael Boyle ,Media and Protest . " Implication of Mainstream and Alternative Media for student Protest , paper presented at the Annual International Meeting for the Association for Education in Journalism and Mass Communication San Antonio ,Texas ,10-14 August ,2005.
- (20) حنان جنيد . " تكنولوجيا الاتصال التفاعلي الانترنت وعلاقتها بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية ،دراسة ميدانية عاي طلاب الجامعات الخاصة المصرية ، " ، بحث مقدم الي **المجلة المصرية لبحوث** ،العدد الثامن ،مارس 2003،ص11
- (21) دينا فكري خضر . "المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية العربية في موقع القنوات التلفزيونية العربية علي شبكة الانترنت " ،رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2008) ص ص 100-104.
- (22) إيناس محمد سرج . " أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري إزاء القضايا الدولية " ،رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ،كلية الإعلام ، 2006) ، ص211.
- (23) السيد بخيت . "الصحافة و.. والانترنت "،(دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000)، ص 228
- (24) -Hunter ,G ."the Internet &the Public Sphere: Revitalization or Decay?" , University of Pennsylvania for communication 1988, , Available at :<http://www.asc.upenn.edu>.
- (25) - White ,C.B Sara and Ritchie , Jane , " **Young People's Political Interest and Engagement Amongst 14-24 year old** ".(Uk: Joseph Rowntree Memorial Trust ,2002) ,p. p . 3-5
- (26) أحمد تهامي عبد الحي، التوجهات السياسية للأجيال الجديدة، مجلة الديمقراطية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، العدد 6، إبريل، 2002، ص 272
- (27) محمد نصر مهنا. في النظرية العامة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية" ، ط ١ ،(المكتبة الجامعية، القاهرة ، ٢٠٠٣) ،ص ١٢٨
- ليا ترهون " الانترنت تحدث ثورة في جمع التبرعات للحملات الانتخابية " مكتب برامج الإعلام الخارجي ،وزارة الخارجية الأمريكية ، ٢٠٠٨
- It is available at :[http:// www.america .gov/ st/washfile Arabic/2008/july/200801135942b shew0.48389.html](http://www.america.gov/st/washfile Arabic/2008/july/200801135942b shew0.48389.html)
- (28) إكرام أحمد الصاوي . "الأبعاد الاجتماعية المؤثرة علي عملية المشاركة السياسية لدي الشباب في المجتمع المصري" مرجع سابق ص 97
- (29) محمد عاطف غيث وآخرون . "مجالات علم الاجتماع المعاصر أسس نظرية ودراسات واقعية " ، ط1 ،(الإسكندرية :دار المعرفة الجامعية ،1985) ، ص ص525-526.
- ³⁰ Kim.Jungkee, & Rubin, M.Alan. "The Variable Influence of Audience Activity on Media Effect". **Communication Research**.V.24.N.2.April,1997.PP.107-135.
- (31) سامي طابع ، **بحوث الإعلام**، ط1(القاهرة : دار النهضة العربية ، 2001) ص:125.
- (32) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد. **الاتصال ونظرياته المعاصرة** .ط4. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2003). ص. 408.

- (33) محمد عبد الحميد. نظريات الاعلام واتجاهات التأثير . ط3. (القاهرة : عالم الكتب ، 2004) . ص ص . 302-303.
- (34) Kim.Jungkee, & Rubin, M.Alan. Op.cit.pp 107-135.
- (35) Livingstone. Sonia Making sense of television : **The psycho logy of audience interpretation**. 2nd ed (London and New York : Rutledge ,1998)pp. 48-49.
- (36) Lloyd George Waller.Enhancing Political Participation in Jamaica: The Use of Facebook to "Cure" the Problem of Political Talk Among the Jamaican Youth. SAGE Open April-June 2013: 1-9© The Author(s) 2013.aviabal: sagepub.com
- (37) عالية أحمد عبد العال: "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الحركات الاحتجاجية الجماهيرية"، المؤتمر السنوي الأول تحت عنوان "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية"، (القاهرة: جامعة الأهرام الكندية - كلية الإعلام ، الفترة من 19 إلى 21 مارس 2012م).
- (38) Alujevic,L." Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Face book" In Public Relations Review. **In Press, Corrected Proof, 25 February 2012 Available online <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811112000276> . Retrieved 2013-5-15** ,p.p 284- 290.
- (39) Meredith Conroy,M,. Jessica, T& Guerrero,F " Face book and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement "*Computers in Human Behavior*, In Press, Corrected Proof, 24 April 2012 Available online <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212000787> . Retrieved 2013-5-15 p.p.1-5.
- (40) غادة مصطفى أحمد محمد البطريق. " دور الإعلام الإلكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية: دراسة ميدانية علي أحداث ثورة مصر في 25 يناير 2011م " ، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الأول لقسم الاجتماع" العلوم الإنسانية والعولمة "، (القاهرة : جامعة قناة السويس - كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، قسم الإعلام، الفترة من 29-30 مايو 2011م).
- (41) Al-Kandari, A., Hasanen,M." The impact of the Internet on political attitudes in Kuwait and Egypt" **In Telematics and Informatics** ,Vol .29. 2012 p.p . 245-253
- (42) Boroughs,B "social networking websites and voter turnout ". **Unpublished M.A** (Washington ,Dc : Georgetown University.2010)
- (43) Budak , A."facebook ,Twitter and Barack Obama:New Media and the 2008presidential elections". **Unpublished M.A** (Washington ,Dc: Georgetown University.2010)
- (44) Ancu ,M & Cozma ,R R ." Myspace Politics :Uses and Gratifications of Befriending Candidates ".In **:journal of Broadcasting & Electronic Media** . Vol.53,No.4,December 2009.pp.567-583 .

- (45) Rebecca, A. "New media ,new political learning efficacy and the examination of uses of network sites political engagement". **Unpublished PhD.** (Michigan: michign State University ,2009).
- (46) حمود حمدي عبد القوي. "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب ، دراسة تطبيقية علي الشبكات الاجتماعية الافتراضية "، ورقة بحثية مقدم إلي مؤتمر الإعلام والإصلاح والواقع والتحديات ، (القاهرة : جامعة القاهرة- كلية الإعلام ، 7-9 يوليو، 2009م).
- (47) علي ليلة. تأثير "الغيس بوك على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب. (المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني - 2009).
- (48) Gueorjiva ,V 2008 " Voters ,Myspace and Youtube :Th Impact of Alternative Communication Channels on the 2006" Available at: <http://ssc.sagepub.com/cgi/content / teft/26/3/288>.
- (49) Melissa, R."Compaingning in the new millennium:how the new media affects college Students attention to and participation in the political process". **Unpublished M.A** (Alabama :university of Alabama.2009).
- (50) Hayes ,R ."Providing What they Want and Need on their Own Turf :Socail Networking ,the Web and Young Voters ",**Paper Presented at the Annual of the NCA 94th Annual Convention 2008**,San Diego ,CA,Nov,20,
- (51) Shaheen ,M ." Use of social networks and information seeking behavior of students during political crises in Pakistan: A case study'**In The International Information & Library Vol. 40, No.3, September 2008, p.p 142-147.**
- (52) Nelissa , R" comparing in the New Millennium:How the Nw Media Affects Colleg Students' Attention to and Participation in the Political Process,Master Thesis" **Unpublished M.A** (Alabama :university of Alabama.2008)
- (53) Polat, R.(2005). " The Internet and Political Participation" **In Journal of Communication.Vol 20.No 4,.P.434-459.**
- (54) Lisa J. Orchard. Chris Fullwood Niall Galbraith &Neil Morris. Individual Differences as Predictors of Social Networking. Journal of Computer-Mediated Communication 19 (2014) 388-402 © 2014 International Communication Association,
- (55) حمزة السيد حمزة خليل. "استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية " رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة طنطا - كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي 2012).
- 56 - Kuan-ju Chen. A test of the spiral of silence theory on young adults use of social networking sites for political purposes. Iowa State University, kuanjuc@iastate.edu.2011

- (⁵⁷) Cheung ,C ., Chiu ,P & Lee ,M " Online social networks: Why do students use facebook?" **In Computers in Human Behavior**, Vol . 27 , 2011,p.p1337–1343
- (⁵⁸) Aurista,M,. Dong, O,. & Kenneth D." Explaining why young Adults Use Myspace and facebook through Uses and Gratifications Theory ".**In :Human communication** .Vol.12,No.2,. 2009 pp.215–229.
- (⁵⁹) حلمي خضر ساري : "تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية .دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، **مجلة جامعة دمشق**، المجلد 24 ، العدد الأول والثاني ، (سوريا : جامعة دمشق ، 2008) ، ص ص 295- 351.
- (60) Melissa.R ."Compaigning in the new millennium:how the new media affects college Students attention to and participation in the political process". Unpublished M.A (Alabama :university of Alabama,2009)
- (⁶¹) – Sean Aday, Henry Farrell, Marc Lynch, John Sides &Deen Freelon." NEW MEDIA AND CONFLICT AFTER THE ARAB SPRING".Peaceworks No. 80. First published 2012.© 2012 by the United States Institute of Peace.
- (⁶²) موقع أخبار الساعة، دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية، 2011/9/15
– It is available at :
[http://www.alsaanews.com/2011/09/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-\(12/7/2012\)](http://www.alsaanews.com/2011/09/%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D9%85%D8%B1%D9%8A%D9%83%D9%8A%D8%A9-(12/7/2012))
- (63) Nadine Kassem Chebib and Rabia Minatullah Sohail, The Reasons Social Media Contributed To The 2011 Egyptian, **In International Journal of Business Research and Management**, (IJBRM), Volume 2,Issue 3, 2011
- (64)Caroline S. Sheedy. Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution, **Unpublished M.A Presented to the Faculty of the School of Communication of American University for giving**. April 28, 2011
- (⁶⁵)Karin Knessil, Elements for a scientific analysis for Arab revolution in Spring 2011.**AAS working papers in social anthropology**, volume 21, 2011.
- (⁶⁶)Yousra Allam , **social media and politics** : Amplification in Arab world , case study of the Egyptian revolution. 2011.
- (⁶⁷) أ.د/ماجى الحلواني.عميدة كلية الإعلام سابقًا
أ.د/عصام نصر سليم.أستاذ بقسم الإذاعة- كلية الإعلام
أ.د/ إيناس أبو يوسف.أستاذ مساعد.قسم الصحافة -كلية الإعلام
أ.م/ أحمد فاروق.أستاذ مساعد -قسم الإعلام كلية الآداب - جامعة حلوان
د/سماح المحمدي مدرس بقسم الصحافة -كلية الإعلام
د/علياء سامي.مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام

- (68) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (بيروت: دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، 2009) ص 223
- (69) خالد صلاح الدين، "دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000) ص 64.
- (70) نرمين زكريا خضر. "الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة علي مستخدمي مواقع الفيس بوك"، مراجع سابق، ص 974.
- (71) حمود حمدي عبد القوي. "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدي الشباب، دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، مرجع سابق، ص 1578.
- (72) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار "الإعلام الإلكتروني في مصر .. الواقع والتحديات" تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات اتخاذ القرار - مجلس الوزراء المصري، السنة الرابعة، العدد 38، 2010 ص 4.
- (73) Cyr.D, Hassanein .K, Head .M & Ivanov.A " The Role of Social Presence in Establishing Loyalty in e-Service Environments" In : **Interacting With Computers** .Vol.19,2008.pp.95-97
- (74) Starter .K, Richter,H. " Examining privacy and disclosure in a social Networking community".**Paper presented at the symposium on privacy and security .Pittsough,pA,july 2007**
- (75) بارعة حمزة شقير. "تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون علي إدراك الشباب اللبناني لواقع الاجتماعي،" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 1999)، ص 153.
- (76) - وقع (CNN) العربية، غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدرشة، في 2 أكتوبر 2011. It is available at : <http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html>
- (77) - نرمين زكريا خضر : "الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة علي مستخدمي مواقع الفيس بوك"، مراجع سابق ص 974
- (78) - Nicole. L. , Rosanna . E (2011) " Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use " Computers in Human Behavior It is available at : www.elsevier.com/locate/comphumbeh (25/6/2012)
- (79) - نرمين زكريا خضر : "الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة علي مستخدم مواقع الفيس بوك"، مراجع سابق، ص 974
- (80) Makely, Jeremv David. "Bevond Cyberpessimism and Cyberoptimism: The Dual Nature of Social Network Site Interaction." (2011). *Electronic Theses and Dissertations*. Paper 1280. <http://dc.etsu.edu/etd/1280>
- (81) نها نبيل الاسوددي. " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011". مرجع سابق.
- (82) حمزة السيد حمزة خليل. "استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية " رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة طنطا - كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي 2012).

- (83) Cheung ,C ., Chiu ,P & Lee ,M " Online social networks: Why do students use facebook?" **In Computers in Human Behavior**, Vol . 27 , 2011,p.p1337-1343
- (84) صالحه الدماري."الطلاب والشبكات الاجتماعية - دراسة ميدانية في استخدامات وإشباعات طلاب كلية الفنون والإعلام للفتيس بوك كشبكة اجتماعية " مدونه صالحه الدماري.
- It is available at: alola.maktoobblog.com/date/2010/05/29/11/5/2012
- (85) غادة مصطفى أحمد محمد البطريق. " دور الإعلام الإلكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية : دراسة ميدانية علي أحداث ثورة مصر في 25 يناير 2011م " ، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الأول لقسم الاجتماع" العلوم الإنسانية والعولمة " ، (القاهرة : جامعة قناة السويس - كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، قسم الإعلام ، الفترة من 29-30 مايو 2011م).
- (86) أشرف جلال حسن ، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية دراسة تشخيصية مقارنة علي الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل ، المؤتمر الدولي العلمي الأول ، الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، 15-17 فبراير 2009 (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2009).
- (87) Alujevic,L." Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Face book" **In Public Relations Review**. **In Press, Corrected Proof**, 25 February 2012 Available online <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811112000276> . Retrieved 2013-5-15 ,p.p 284- 290.
- (88) Hayes ,R ."Providing What they Want and Need on their Own Turf :Socail Networking ,the Web and Young Voters ",ipid.
- (89) Shaheen ,M . " Use of social networks and information seeking behavior of students during political crises in Pakistan: A case study'**In The International Information & Library** Vol. 40, No.3, September 2008, p.p 142-147.
- (90) Al-Kandari, A., Hasanen,M." The impact of the Internet on political attitudes in Kuwait and Egypt" **In Telematics and Informatics** ,Vol .29. 2012 p.p . 245-253
- (91) Hayes ,R ."Providing What they Want and Need on their Own Turf :Socail Networking ,the Web and Young Voters ",**Paper Presented at the Annual of the NCA 94th Annual Convention 2008**,San Diego ,CA,Nov,20,
- (92) Meredith Conroy,M,. Jessica, T& Guerrero,F " Face book and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement "**Computers in Human Behavior**, In Press, Corrected Proof, 24 April 2012 Available online <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212000787> . Retrieved 2013-5-15 p.p.1-5.

- (93) Melissa.R ."Compaigning in the new millennium:how the new media affects college Students attention to and participation in the political process". Unpublished M.A (Alabama :university of Alabama,2009)
- (94) عالية أحمد عبد العال: "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الحركات الاحتجاجية الجماهيرية"، المؤتمر السنوي الأول تحت عنوان "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية"، (القاهرة: جامعة الأهرام الكندية - كلية الإعلام ، الفترة من: 19 إلى 21 مارس ، 2012م).
- (95) - شيماء العزب. "مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية." قسم الإعلام كلية الآداب جامعة حلوان ، 2014م.
- (96) Melissa, R."Compaigning in the new millennium:how the new media affects college Students attention to and participation in the political process". **Unpublished M.A** (Alabama :university of Alabama.2009).
- (97) Shaheen ,M ." Use of social networks and information seeking behavior of students during political crises in Pakistan: A case study'**In The International Information & Library Vol. 40, No.3, September 2008, p.p 142-147.**
- (98) Rebecca, A. ."New media ,new political learning efficacy and the examination of uses of network sites political engagement". **Unpublished PhD.** (Michigan: michign State University ,2009).
- 99 - Kuan-ju Chen. A test of the spiral of silence theory on young adults use of social networking sites for political purposes. Iowa State University, kuanjuc@iastate.edu.2011
- (100) Alujevic,L." Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Face book" In Public Relations Review. **In Press, Corrected Proof, 25 February 2012 Available online <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811112000276> . Retrieved 2012-5-15** ,p.p 284- 290.
- (101) Boroughs,B "social networking websites and voter turnout ". **Unpublished M.A** (Washington ,Dc : Georgetown University.2010)
- (102) Budak , A."facebook ,Twitter and Barack Obama:New Media and the 2008presidential elections". **Unpublished M.A** (Washington ,Dc: Georgetown University.2010)
- (103) Meredith Conroy,M,. Jessica, T& Guerrero,F " Face book and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement "*Computers in Human Behavior*, In Press, Corrected Proof, 24 April 2012 Available online <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212000787>. Retrieved 2013-5-15 p.p.1-5.