

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجامعي على المشاركة في القضايا المجتمعية "دراسة ميدانية"

د. عزة جلال عبدالله حسين (*)

مقدمة:

برزت في الآونة الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد بات بعضها من أكثر المواقع زيارة في العالم، بالإضافة كذلك إلي دورها الاتصالي الفعال بين مختلف الجنسيات والثقافات والتي تحول معها العالم إلي قرية كونية صغيرة، ولقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي وفرة وتدفق هائل في المعلومات في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة الي دورها الفعال في سرعه نقل الأحداث التي تحدث حول العالم أولاً بأول والذي معه شجع متصفح الانترنت من مختلف الفئات ولاسيما الشباب الجامعي من الإقبال عليها والتفاعل معها لكونها وسيلة لتقريب وجهات النظر والرؤي مع الآخرين، ووسيلة لنقل أفكارهم وآرائهم حول القضايا المجتمعية والتي تعد بعدا أساسيا من أبعاد التنمية المستدامة .

ومن الجدير بالذكر أن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت جزءا أساسيا في حياة الشباب الجامعي، حيث تعتبر تلك المواقع مصدرا للكشف عن مواهب وامكانيات تلك الشباب وميولهم ومشاركتهم في شتي مجالات الانشطة الثقافية والمجتمعية ، فالتنمية المستدامة المتعلقة بالقضايا المجتمعية لا يمكن أن تتم بدون الشباب الذي يعتبر أداة التنمية وله دور فعال في التغيير والتطوير، فبقدر ما يتوفر لهؤلاء الشباب من قدرة وابتكار وابداع ومهارات تقنية وإحساس بالمسؤولية وأن لهم دورا في التغيير يأخذ بعين الاعتبار بقدر ما يتوفر للمجتمع القدرة الذاتية علي التطور والنمو.

وعلي صعيد الشباب الجامعي السعودي أصبحنا نري تعامل قطاع كبير من فئة الشباب مع مواقع التواصل الاجتماعي مستخدما الموضوعات المتاحة عبر هذه المواقع في شتي المجالات ومتفاعلا معها كمحاولة منهم في تنمية إحساسهم بقضايا مجتمعهم ومن ثم مشاركتهم في هذه القضايا المجتمعية وكذلك مشاركة الآخرين الحديث عن تلك القضايا والموضوعات ومحاولة إيجاد الحلول لها من أجل تنمية مستدامة للمجتمع.

ولا يخفي علي الجميع أن مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد (فيس بوك-تويتر) لعبت ولازالت تلعب دورا لا يستهان به في زيادة مساحة حرية التعبير عن الآراء والمشاركة في مختلف القضايا المجتمعية والموضوعات المتعلقة بمختلف المجالات، بالإضافة إلي دورها في تعبئة الرأي العام تجاه العديد من القضايا بل أصبحت تلك المواقع تمثل جماعات ضغط علي الجهات المسؤولة باختلاف تخصصاتها من أجل اتخاذ التدابير والإجراءات اللازمة لحل بعض القضايا في المجتمع من أجل تنمية مستدامه حيث تمثل القضايا المجتمعية عقبة في سبيل تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المختلفة.

مشكلة الدراسة:

أظهرت الإحصاءات العالمية تزايد الإقبال على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم مع تنوع غير مسبوق في مضامينها العامة والخاصة ، وأصبح استخدامها واضحا بين فئات الجمهور بشكل عام وجمهور الشباب بشكل خاص لا سيما مع الانخفاض المستمر في كلفة الاشتراك بشبكة الانترنت، ولقد أصبحت تلك المواقع تلعب دورا محوريا إزاء القضايا المجتمعية وغيرها لدورها في بلورة القضية والمواقف والاتجاهات نحوها وإيجاد حلول واقعية لها، وأصبحت تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في تحفيز الشباب علي المشاركة في القضايا المجتمعية، حيث أصبح الشباب يقوموا بإنشاء الصفحات الخاصة بهم على تلك المواقع ويتبنون من خلالها بعض قضايا المجتمع التي تدخل في نطاق اهتمامهم ويقوموا بنشرها والدفاع عنها باستخدام وسائل التواصل مع الآخرين، لذا من الضروري الاهتمام بفئة الشباب لدورهم الفعال في تقدم المجتمع او تأخره.

لذا تتبلور مشكلة الدراسة في معرفة:ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجامعي على المشاركة في القضايا المجتمعية؟

أهمية الدراسة:

تنقسم أهمية الدراسة الحالية إلى:

أ- أهمية عملية تطبيقية:

١- تظهر أهمية هذه الدراسة في إنها تسعى لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي والتي تساعد علي تحفيزهم علي المشاركة في القضايا المجتمعية ليصبحوا عنصر أكثر فعالية في بناء مجتمعهم.

٢- توجيه القائمين علي اتخاذ القرارات والجهات المسئولة حول أهميه مواقع التواصل الاجتماعي في دعم واستمرار مسيرة التنمية ومشاركة الشباب فيها.

٣- تحديد الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في ظل التطور التكنولوجي الهائل، ومدى قدرتها علي خدمة المجتمع قضاياه.

ب- أهمية علمية نظرية:

١- تناولت هذه الدراسة وسيلة هامة من وسائل الاتصال الحديث والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت ذات انتشار واسع ومكملًا لوسائل الإعلام التقليدية.

٢- تستمد الدراسة اهميتها من أهمية مرحلة الشباب ودوره الفعال في تنمية وخدمة المجتمع والذي يعتبر محورا هاما من محاور التنمية المستدامة.

٣- ارتفاع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حيثوصل عدد مستخدميها في نهاية عام ٢٠١٤ إلى ٢.٥ مليار شخص حول العالم.^(١)

٤- تظهر اهمية الدراسة من خلال محاوله الربط بين الإعلام الجديد ممثلا في مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية توظيفه لخدمه القضايا المجتمعية من أجل تنمية مستدامة للمجتمعات.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة الحالية فيما يلي:

- ١- معرفة معدل استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر).
- ٢- معرفة عدد ساعات استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) يوميا.
- ٣- التعرف علي مدى متابعة الباحثين للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر).
- ٤- معرفة الصفحات التي تتناول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) ويشارك بها الباحثون.
- ٥- التعرف علي الفئات التي يتناقش معها الباحثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر).
- ٦- معرفة أكثر القضايا المجتمعية انتشاراً علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) من وجهة نظر الباحثين.

- ٧- معرفة مدى نجاح مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في علاج أي من القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين.
- ٨- التعرف علي طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين.
- ٩- معرفة دور المبحوثين تجاه المنشورات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير).
- ١٠- معرفة درجة اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية.
- ١١- التعرف علي درجة ثقة المبحوثين في المعلومات التي حصلوا عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير).
- ١٢- التعرف علي الإجراء الذي يقوم به المبحوثون عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير).
- ١٣- التعرف علي الاستراتيجية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) من أجل تحفيز الشباب الجامعي نحو المشاركة في القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين.
- ١٤- معرفة أهم القضايا المجتمعية التي يهتم بمتابعتها المبحوثون ويبدون الرأي فيها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير).
- ١٥- معرفة استجابات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير).
- ١٦- معرفة استجابات المبحوثين علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير).

الإطار النظري: مدخل الاعتماد علي وسائل الإعلام:

يعد هذا المدخل جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، ففي عام ١٩٧٦م، قدم كل من ساندرابول - روكيتش وملفين ديفلور أول إطار لنموذج تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، ويفترض المدخل أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، وأن هناك حالات يتزايد فيها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتلبية أهدافهم المعرفية وهي الحالة التي ترتفع فيها درجات الصراع داخل المجتمع أو خارجه .

- ويحدد هذا المدخل التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يلي^(٢)
- ١- **التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects** والتي تتمثل فيما يلي:
 - ٢- **تجاوز مشكلة الغموض Ambiguity**: ويحدث الغموض عندما يكون هناك نقص أو تضارب في المعلومات المقدمة من وسائل الإعلام وبخاصة في الأحداث غير المتوقعة، مثل الكوارث؛ حيث تقدم وسائل الإعلام المعلومات غير مكتملة، ويعرف الجمهور بوقوع الحدث، لكنهم لا يعرفون ماذا يعني؟ ولا كيف يفسرونه؟ ويتم إزالة الغموض بما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات.
 - ٣- **تشكيل الاتجاهات Attitude Formation**: تسهم وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الجمهور نحو القضايا والأحداث، مثل: أزمت الطاقة، والمشكلات البيئية والفساد السياسي، وتلعب العمليات الانتقائية دوراً مهماً في تشكيل الاتجاهات.
 - ٤- **ترتيب الأولويات Agenda-Setting**: تلعب وسائل الإعلام دوراً في ترتيب أجندة الجمهور نحو الموضوعات والقضايا المطروحة.
 - ٥- **اتساع المعتقدات Enlargement**: حينما يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام تزيد معتقداتهم ومعارفهم عن الناس والأماكن وغيرهم، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات، مثل: الأسرة، الدين، السياسة، وهكذا.
 - **القيم**: تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح القيم، مثل: الأمانة، الحرية، المساواة... وغيرها.
 - ٦- **التأثيرات الوجدانية Affective effects**: تشير التأثيرات الوجدانية إلى المشاعر والعواطف، التي ترتبط بالحب والكراهية، وتتمثل التأثيرات الوجدانية فيما يلي:
 - ٧- **الفتور العاطفي أو الحساسية Desensitization**: هناك فرض يرى أن كثرة التعرض لموضوعات العنف في وسائل الإعلام يقلل من الرغبة في مساعدة الآخرين.
 - ٨- **الخوف والقلق Fear And Anxiety**: على سبيل المثال، ربما يؤدي التعرض الكثيف للدراما التي تصور العنف في مدينة ما، وإلى خوف الناس وقلقهم من الإقامة في هذه المدينة .
 - ٩- **التأثير الأخلاقي والاعتراب Morale And Alienation**: في المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسة، فإنها تؤثر في المستوى الأخلاقي والاعتراب لدى أفراد المجتمع.
 - ٣- **التأثيرات السلوكية Behavioral Effects**: وهي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، ومن بين التأثيرات السلوكية العديدة لوسائل الإعلام ركز "ديفلير" على التنشيط

Activation، وعدم التنشيط Deactivation، والتنشيط يعني: قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية.

ويقوم مدخلا اعتماد على عدة افتراضات رئيسية هي :

- تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، حيث أنه كلما زادت درجة عدم استقرار المجتمع كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لعدم وجود قنوات بديلة للحصول على المعلومات.
- تؤثر طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور على الاختلافي درجة الاعتماد على وسائل الإعلام.(٣)

ويتميز مدخل الاعتماد بعدة مزايا منها إنه يقوم على عدة تأثيرات محتملة لوسائل الإعلام على المجتمع أو الجمهور ، بالإضافة لوجود مجموعة متغيرات تسبب حدوث الظاهرة ، لكن توجد في هذا المدخل عدة نقاط أهمها إنه يوحى بأن وسائل الإعلام هي : المصدر الأقوى الذى يوفر الاحتياجات للجمهور حيث إنها وسائل مهيمنة على المجتمع وهو وضع غير واقعى في كل الظروف.(٤)

وقد صُنِفَ المدخل ضمن المداخل المتميزة للأسباب التالية : تضمنها لعناصر من علم الاجتماع والنفس ومنها : دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام، تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة الاجتماعية المختلفة، جمعها لمزايا مدخل الاستخدامات والإشباع من ناحية ونظريات التأثير التقليدية من ناحية أخرى، حيث يحاول المدخل فهم العلاقات المتبادلة بين الجمهور والإعلام ويحاول الإجابة على سؤال ماهي الأهداف التي يتابع لأجلها الجمهور ووسائل الإعلام(٥) ومن هذه الأهداف الحصول على معلومات حول موضوع معين، الترفيه، التعلم، تنمية الأفكار، الاقتناع وتبنى مفهوم أو سلوك معين، وتقويم سلوك معين بهدف الوقاية من الوقوع في خطأ وذلك من خلال مشاهدة قصص عن ارتكاب أخطاء عديدة .

ويعد مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلا ملائماً لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

يحاول هذا المدخل اختبار مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي تحفيز الشباب الجامعي علي المشاركة المجتمعية ولهذا يعد هذا المدخل مناسباً لأنه يتضمن توصيفاً دقيقاً لدوافع الاعتماد وتأثيراته المختلفة.

أصبحت دراسة تأثيرات وسائل الإعلام وخاصة الإعلام الجديد على المعارف والاتجاهات والسلوكيات لأفراد الجمهور الأساس الأكثر استخداماً والأكثر تركيزاً عليه في أبحاث الاتصال الجماهيري، والكثير من هذه الأبحاث تعترف بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا الشأن.(٦)

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة باستعراض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة من خلال التعرض للدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والدراسات التي تناولت دور الإعلام في المشاركة المجتمعية وذلك على النحو التالي:

أولاً: الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي ومنها:

- دراسة (أحمد محمد أبو زيد ٢٠١٤)^(٧) والتي أشارت نتائجها إلي أن مواقع الشبكات الاجتماعية وغيرها من الوسائل التي تقوم علي التفاعل وتحويل المستخدم إلي منتج قادر علي الإضافة والمناقشة، تمتلك قدرات عديدة يمكن استثمارها في طرح مبادرات تعمل علي تجديد دماء الاستراتيجيات الأمنية عبر وسائل جديدة تحمل ثقافته مختلفة وأساليب مبتكرة وقيما تدعم دور الفرد ومسئوليته.
- بينما أظهرت دراسة (حسن السوداني ٢٠١٤)^(٨) والتي طبقت علي (١٠٠) شخصية ثقافية واجتماعيه أن وسائل الإعلام الجديد تسهم بشكل فاعل في انتهاك الحياه الخاصة للمواطن من خلال برامجها او مطارحاتها الفكرية التي تسيء للمعتقدات أو المهن أو أصول الأفراد.
- وأكدت دراسة (محمد سليم الزبون، ضيف الله عوده ٢٠١٤)^(٩) أن أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي في الاطفال في سن المراهقة من وجهة إهدار الوقت من خلال متابعة موضوعات وألعاب غير مفيدة لساعات طويلة، والإدمان علي شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالرغبة الملحة لمتابعتها.
- وأكدت نتائج دراسة (حنان بنت شعشوع الشهري ٢٠١٣)^(١٠) والتي طبقت علي ١٥٠ طالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية ان استخدام الفيس بوك وتوتير له آثار إيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، بينما جاء قلة التفاعل الأسري أحد اهم الآثار السلبية.
- وأسفرت نتائج دراسة (محمود اسماعيل، وممدوح مكاوي ٢٠١٣)^(١١) التي توصلت إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات سياسية ملحوظة علي طلاب الجامعات، ظهر ذلك جليا في الإعداد لثورة ٢٥ يناير وإثائها وبعدها. من خلال توجيه دعوة صريحة ومباشرة للانخراط في أحد أشكال المشاركة السياسية، تنوعت هذه الدعوات مابين التظاهر، التصويت، الاحتجاجات، الانضمام لمشروع أو حملة، حضور ندوة أو مؤتمر.

- وأكدت دراسة (Mario Guerrero، Jessica T. Feezell، Meredith Conroy) (٢٠١٢)^(١٢) أن الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي خلق وسائل جديدة لتقليل الهوية بين المستخدمين من خلال التفاعلية وتأثيرها على السياسة، وأن نشر معلومات عن هذه الجماعات عبر المواقع يساعد في اكتساب المعرفة السياسية عن هذه الجماعات من خلال هذه الوسيلة.
- وأفادت دراسة (Christy, Chiu, Matthew، ٢٠١١م)^(١٣) والتي طبقت على ١٨٢ مفردة من مستخدمي الفيس بوك إن معظم الطلاب يستخدمون الفيس بوك للحصول على الاتصالات الفورية والاتصال مع أصدقائهم، ومن أكثر الدوافع أهمية عندهم هو دافع الترفيه.

ثانياً: الدراسات التي تناولت دور الإعلام في المشاركة المجتمعية.

- توصلت دراسة (أحمد حمودة ٢٠١٣)^(١٤) والتي طبقت على (٤١٠)مبحوثاً بأن المبحوثين يعتقدون بعدم كفاية ما تتناوله شبكات التواصل الاجتماعي لتغطية القضايا المجتمعية، كما أظهرت الدراسة بأن المبحوثين يتقنون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي.
- فادت دراسة (Boroughs ٢٠١٠)^(١٥) إليوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض للمحتويات السياسية في مواقع الشبكات الاجتماعية واحتمالية التصويت فيالانتخابات، كما تسهم مواقع الشبكات الاجتماعية إسهاماً كبيراً في دفع الجمهورالذي ليست لديه أية اهتمامات سياسية، إلى التصويت في الانتخابات.
- توصلت دراسة(محمود عبد القوي ٢٠٠٩)^(١٦) إلي وجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب للفيس بوك لأغراض سياسية واتجاه الشباب نحو المشاركة السياسية ويتضح ذلك من اهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي(الفيس بوك)في تشكيل اتجاه الشباب نحو المشاركة السياسية.
- واستهدفت دراسة(هشام عطية٢٠٠٩)^(١٧) التعرف علي أجندة القضايا التي تطرحها مدونات"الوعي المصري،نورا يونس" للتعرف علي اولويات اهتماماتها في مجال معالجة وتقديم الشئون العامة ودلالات ذلك،وتوصلت الدراسة إلي أن المدونات قدمت مجالاً منافساً وأحياناً بديلاً يطرح ما لا تقدمه وسائل الإعلام السائدة من موضوعات وقضايا الشئون العامة، وسعت نحو تعبئة الرأي العام في اتجاهات محددة كما حدث في بعض قضايا التعذيب ومسألة التحرش الجنسي بالمرأة، واهتمت المدونتان بالتفاعل مع مختلف وسائل الإعلام عبر تضمين روابطهما وعملت في أحيان كثيرة كناقذ لبعض مواقفها وأنماط تغطيتها للأحداث والقضايا العامة.

- توصلت دراسة (A.Hayes Rebecca ٢٠٠٩) (١٨) والتي طبقت علي (٦٢٥) مبحثا تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٢٥) عاما في الولايات المتحدة الامريكية أن استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية يمكن أن يكون له تأثير ايجابي علي كفاءة التعلم السياسي وعلي المعرفة والمشاركة السياسية، وأن المصادر الالكترونية للأخبار والمعلومات السياسية ليست هي المصادر المعلوماتية المفضلة لدي الفئة العمرية التي تهتم بها الدراسة بل كانت وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والاخبار التلفزيونية أكثر تفضيلا.
- وأفادت دراسة (Masahiro Yamamoto & Matthew j.kushin ٢٠٠٨) (١٩) والتي أجريت علي عينة من الشباب الجامعي الأمريكي في مقاطعه (نورث ويست) أن هناك علاقة ايجابية بين كل من استخدام (وسائل الإعلام الاجتماعية-التعبير علي الانترنت- استخدام مصادر الانترنت التقليدية) والكفاءة السياسية، وان المبحوثين الذين يولون انتباها أكبر للمعلومات المقدمة في الحملة عبر مصادر الانترنت التقليدية كانوا أكثر فاعلية وكفاءة سياسية، وان مصادر الانترنت التقليدية كمواقع الاخبار ومواقع المرشحين والمواقع الحكومية ساهمت بدور كبير في تسهيل المشاركة السياسية بين الشباب في الانتخابات الرئاسية الامريكية.
- وصلت دراسة (Stella C.China & Weiwu Zhang ٢٠٠٦) (٢٠) أن قراءة الصحف ومشاهدة الشؤون العامة عبر التلفزيون تؤثر علي المشاركة السياسية في حين لم تؤثر علي المشاركة المدنية، فيما كانت قراءة الصحف ومشاهدة لشؤون العامة من مؤشرات التنبؤ بالمشاركة السياسية في حين لم تمثل المتغيرات الديموغرافية مؤشرات للتنبؤ بالمشاركة السياسية.
- وتوصلت دراسة (حنان جنيد ٢٠٠٣) (٢١) والتي طبقت علي (٢١٠) مفردة من الطلاب المقريدين بثلاث جامعات مصرية خاصة ان للإنترنت تأثير علي أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعات، وكذلك أكدت الدراسة علي تزايد أهمية الإنترنت كمصدر رئيسي من مصادر معلومات طلاب الجامعات.
- وأفادت دراسة (وليد فتح الله بركات ٢٠٠٣) (٢٢) أن الإنترنت كوسيلة إخبارية ما زال في موقع متأخر نسبيا بين اختيارات المبحوثين، وأنه توجد علاقة ارتباطيه موجبه بين الوسيلة التي يعتمد عليها المبحوث للحصول علي الاخبار بصفة عامة وبين كثافة استخدامه لوسائل الإعلام.
- أكدت دراسة (Hou, Cheng.N.& wang, Ming.H 2003) (٢٣) أن هناك إمكانية لتعاون وسائل الإعلام البديل ووسائل الإعلام المطبوعة في معالجة نفس القضايا الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

- أكدت غالبية الدراسات السابقة الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد (الفييس بوك) كإحدى وسائل الإعلام الجديد ودورة في المشاركة السياسية بشكل اكبر عن القضايا المجتمعية الأخرى .
- أشارت الدراسات السابقة الي الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في إحداث الحراك السياسي وكانت البداية لانطلاق الثورات في البلدان المختلفة.
- تبين من خلال العرض السابق للدراسات السابقة أن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي(الفييس بوك-توتير) في تناول القضايا المجتمعية.
- أثبتت أغلب الدراسات السابقة أن جمهور الشباب هم الأكثر استخداما للإنترنت ولمواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد(الفييس بوك).
- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها، بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها، وكذلك الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة.

تساؤلات الدراسة:

تتلخص تساؤلات الدراسة في عدد من الأسئلة يتم الاجابة عنها من خلال نتائج الدراسة وهي كالتالي :

- ١- ما معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فييس بوك-توتير)؟
- ٢- ما عدد ساعات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فييس بوك-توتير) يومياً؟
- ٣- ما مدى متابعة المبحوثين للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فييس بوك-توتير)؟
- ٤- ما الصفحات التي تتناول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فييس بوك-توتير) ويشارك بها المبحوثون؟
- ٥- ما الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فييس بوك-توتير)؟
- ٦- ما أكثر القضايا المجتمعية انتشاراً علي مواقع التواصل الاجتماعي (فييس بوك-توتير) من وجهة نظر المبحوثين؟
- ٧- ما مدى نجاح مواقع التواصل الاجتماعي(فييس بوك-توتير) في علاج أي من القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين؟
- ٨- ما طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي(فييس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين؟

- ٩- ما دور المبحوثين تجاه المنشورات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)؟
- ١٠- ما درجة اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية؟
- ١١- ما درجة ثقة المبحوثين في المعلومات التي حصلوا عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)؟
- ١٢- ما الإجراء الذي يقوم به المبحوثون عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)؟
- ١٣- ما الاستراتيجية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) من أجل تحفيز الشباب الجامعي نحو المشاركة في القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين؟
- ١٤- ما أهم القضايا المجتمعية التي يهتم بمتابعتها المبحوثون وبيدون الرأي فيها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)؟
- ١٥- ما استجابات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير)؟
- ١٦- ما استجابات المبحوثين علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير)؟

المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

- مواقع التواصل الاجتماعي (تعريف إجرائي)

يقصد بها إحدى التقنيات الموجودة علي شبكة الانترنت والتي يستخدمها الجمهور في التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض في مجتمع افتراضي يجمعهم فيه الاهتمام أو الانتماء لبلد أو ثقافة أو فئة معينة، وتعني بها الباحثة في هذه الدراسة "فيس بوك" Face book و"توتير" Twitter

- تعريف الشباب الجامعي(تعريف إجرائي)

ويقصد بها المرحلة التي يلتحق فيها الشباب بالجامعات المختلفة تبعاً لاهتماماتهم وتتميز تلك المرحلة بالنضوج الجسمي والعقلي للشباب ويصبح في هذه المرحلة أكثر قدرة علي المشاركة الفعالة في العمليات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع الذي يعيش فيه وكذلك القدرة علي اتخاذ القرارات المختلفة.

- تعريف القضايا المجتمعية(تعريف إجرائي)

ويقصد بها في هذه الدراسة: تلك القضايا التي بها انحراف عن المعايير المتفق عليها في ثقافة من الثقافات أو مجتمع من المجتمعات مما تشكل عقبة في سبيل التنمية المستدامة لمثل هذه المجتمعات وتحتاج إلي تضافر جهود جميع الأطراف والجهات في المجتمع لحل هذه القضايا.

فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** "توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية".
- **الفرض الثاني:** "توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين كل من معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية ، والمشاركة في القضايا المجتمعية".
- **الفرض الثالث:** "توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) تبعاً للنوع".
- **الفرض الرابع:** "توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً للنوع".
- **الفرض الخامس:** "توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الاعتماد علي تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية".
- **الفرض السادس:** "توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الثقة في تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية".

الإجراءات المنهجية:**نوع ومنهج الدراسة:**

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية والتي تعتمد على منهج المسح بالعينة للشباب الجامعي في المملكة العربية السعودية وبالتحديد (مكة المكرمة-جدة) وذلك بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجامعي علي المشاركة في القضايا المجتمعية.

مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في عينة من الشباب الجامعي في بعض مناطق المملكة العربية السعودية ممن يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي، والذين تتراوح أعمارهم من (٢١:١٨) سنة.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على العينة العمدية **Purposive sample** في اختيار أفراد العينة من المراهقين في بعض المناطق في المملكة العربية السعودية تحديداً منطقة (مكة المكرمة- جدة-)، وذلك لقرب الباحثة من تلك المناطق وبها تمثيل للعينة التي يقوم عليها البحث وذلك بواقع (٤٠٠) مفردة مقسمة بنسبة (٥٠%) بين (٢٠٠) مفردة من الذكور والإناث بجامعة أم القرى بمكة المكرمة، و(٢٠٠) مفردة من الذكور والإناث بجامعة الملك عبد العزيز بجدة.

وقد روعي في اختيار العينة الشروط التالية:-

- ١- أن يكونوا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر).
- ٢- أن يكون أفراد العينة من حيث النوع (ذكور-إناث)
- ٣- أن يتراوح العمر الزمني لأفراد عينة الدراسة ما بين (٢١:١٨) سنة

أداة جمع البيانات:

- صحيفة الاستقصاء

اعتمدت الباحثة على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجامعي علي المشاركة في القضايا المجتمعية التي تسعى الدراسة للتعرف عليها وفقاً لأهداف وفروض الدراسة، وللتأكد من صدق وثبات الاستمارة قامت الباحثة أولاً بعرضها على مجموعة من المحكمين* وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات، بالإضافة إلى ذلك قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي pre -test على عينة قوامها (١٠%) من المبحوثين عينة الدراسة من أجل التأكد من سلامة صحيفة الاستبيان وما تتضمنه من أسئلة، وأيضاً للتأكد من ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار test-Re على عينة قوامها (١٠%) من العينة بعد فترة تمثلت في أسبوع من تطبيق الاستبيان وأوضحت نتائج التطبيق تطابق الاستقصاء في الحالتين وهو ما يشير إلى معدل مرتفع للثبات ٩٠% مما يشير إلى صلاحية الاستمارة ودقتها.

- مقياس المسؤولية الاجتماعية.

قامت الباحثة بالاطلاع علي بعض المقاييس التي تقيس المسؤولية الاجتماعية وقد استقرت علي مقياس المسؤولية الاجتماعية من إعداد سيد عثمان حيث انه من انسب المقاييس وأشهرها التي تقيس المسؤولية الاجتماعية حيث ان للمقياس صورتين احدهما توجه للصغار والآخر يوجه للكبار ، وتم استخدام صورة المقياس الموجهة للكبار ، وتمثلت عبارات هذا المقياس حول العبارات المتعلقة بمسئولية الفرد تجاه ذاته، والعبارات المتعلقة بمسئولية الفرد امام الجماعة التي ينتمي إليها، والعبارات المتعلقة بمسئولية الفرد تجاه المجتمع الذي يعيش فيه، وقد تناولت الباحثة في هذه الدراسة فقط العبارات المتعلقة بمسئولية الفرد تجاه المجتمع الذي يعيش فيه مع التعديل علي بعض العبارات لتتوافق مع الدراسة الحالية وما تقيسه.

-أسباب تبني الباحثة لهذا المقياس.

- ١-تبنت الباحثة في الدراسة الحالية أحد مفاهيم مقياس سيد عثمان حول المسؤولية الاجتماعية وهو مفهوم(المشاركة) لذا كان من المناسب تبني هذا المقياس.
- ٢-حادثة تقنين المقياس (سميرة كردي،٢٠٠٣) حيث قامت بتطبيقه علي البيئة السعودية علي عينة مشابهة لعينة الدراسة الحالية وهي(طالبات كلية التربية بالطائف).

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: تم اللجوء الي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

- اختبار (Z) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتيين مؤبتيين ، وقد اعتبرت قيمة Z غير دالة إذا لم تصل ١.٩٦ ، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة ٩٥% فأكثر إذا بلغت ١.٩٦ وأقل من ٢.٥٨ ، واعتبرت دالة عند مستوي ثقة ٩٩% فأكثر إذا بلغت ٢.٥٨ فأكثر .
 - معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
 - تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفرق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
 - الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة اقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر ، أي عند مستوى معنوية (٠.٠٥) فأقل .

نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها

(أولاً) النتائج المتعلقة باستمارة الاستبيان

١- معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير):

جدول (١)

معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة معدل الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
٨٣.٠%	٣٣٢	٨٩.٠%	١٧٨	٧٧.٠%	١٥٤	دائماً
١٢.٠%	٤٨	٧.٠%	١٤	١٧.٠%	٣٤	أحياناً
٥.٠%	٢٠	٤.٠%	٨	٦.٠%	١٢	نادراً
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٠.٨٦٨ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠.٠٠٤ الدلالة = ٠.٠١

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) دائماً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٨٣.٠%، موزعة بين ٧٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث ، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) أحياناً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٢.٠% ، موزعة بين ١٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) نادراً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥.٠% ، موزعة بين ٦.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا ٢٤ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١٠.٨٦٨ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١ ، أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير).

وتشير النتيجة السابقة إلي أن نسبة كبيرة من الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك تشير تلك النتيجة إلي أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن استخدامها وتوظيفها لخدمة القضايا المجتمعية.

٢- عدد ساعات استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) يومياً:

جدول (٢)

عدد ساعات استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) يومياً وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة عدد الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
٤٥.٠%	١٨٠	٤٢.٠%	٨٤	٤٨.٠%	٩٦	أقل من ساعه
٢٧.٥	١١٠	٢٧.٠	٥٤	٢٨.٠	٥٦	من ساعه إلي ٣ساعات
٥٥.٠	٢٢٠	٥٨.٠	١١٦	٥٢.٠	١٠٤	من ٣ساعات فأكثر
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١.٤٥٥ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠.٢٢٨ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) أقل من ساعة يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٥.٠% ، موزعة بين ٤٨.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٧.٥% ، موزعة بين ٢٨.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) من ٣ ساعات فأكثر ٥٥.٠% موزعة بين ٥٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ١ ، وجد أنها = ١.٤٥٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وعدد ساعات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) يومياً. وتشير النتيجة السابقة إلي الاستخدام المتزايد من قبل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) مما يؤكد علي فعاليتها وأهميتها في تناول مختلف الموضوعات بالنسبة للمبحوثين.

٣-مدى متابعة المبحوثين للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير):

جدول (٣)

مدى متابعة المبحوثين للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى المتابعة
%	ك	%	ك	%	ك	
٤١.٠%	١٦٤	٤٣.٥%	٨٧	٣٨.٥%	٧٧	دائماً
٣١.٠%	١٢٤	٣٠.٥%	٦١	٣١.٥%	٦٣	أحياناً
٢٨.٠%	١١٢	٢٦.٠%	٥٢	٣٠.٠%	٦٠	نادراً
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١.٢١٣ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠.٥٤٥ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعون القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) دائماً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤١.٠% ، موزعة بين ٣٨.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣.٥% من

إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتابعون القضايا المجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) أحياناً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣١.٠% ، موزعة بين ٣١.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتابعون القضايا المجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير) نادراً من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٨.٠% ، موزعة بين ٣٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.٢١٣ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) مدى متابعة الباحثين للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير).

-وتشير النتيجة السابقة إلي مدي اهتمام الباحثين بقضايا المجتمع السعودي ووعيهم بتلك القضايا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) ورغبتهم في المعرفة بها. ٤-الصفحات التي تتناول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) ويشارك بها الباحثون:

جدول (٤)

الصفحات التي تتناول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) ويشارك بها الباحثون وفقاً للنوع

الصفحة	العينة		الذكور		الإناث		قيمة Z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
صفحة قضايا سعودية	١	٦	١	٥	٢	٥٩	٠.٤٢	غير دالة
صفحة قضايا اجتماعيه وتربوية	١	٥	١	٦	٢	٥٧	٠.٦٦	غير دالة
صفحة قضايا المجتمع السعودي	١	٥	٧	٣	١	٤٦	٣.٠٠	٠.٠٥
صفحة قضايا فتيات سعوديات	٧	٣	٨	٤	١	٤٠	١.٣٢	غير دالة
أخري	٦	٣	١	٨	٢	٥٠	١.١١	غير دالة
جملة من سئلوا		٢٠٠		٢٠٠		٤٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى الصفحات التي تتناول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) ويشارك بها الباحثون وفقاً للنوع ، حيث جاء في الترتيب الأول صفحة قضايا سعودية بنسبة بلغت ٥٩.٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد

بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٤٢٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب التانيصفحه قضايا اجتماعيه وتربوية سعودية بنسبة بلغت ٥٧.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٤.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٦١ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث صفحة قضايا المجتمع السعودي بنسبة بلغت ٤٦.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٣.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٠٠٦ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع صفحة قضايا فتيات سعوديات بنسبة بلغت ٤٠.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٣٢٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٥- الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير):

جدول (٥)

الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) وفقاً للنوع

الدالة	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الفئات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	٠.٩٦٤	%٨١.٨	٣٢٧	%٨٣.٠	١٦٦	%٨٠.٥	١٦١	الأصدقاء
غير دالة	٠.٥٤٤	%٤٩.٣	١٩٧	%٤٩.٥	٩٩	%٤٩.٠	٩٨	الأسرة
غير دالة	٠.٦٤٦	%٣٠.٣	١٢١	%٣١.٥	٦٣	%٢٩.٠	٥٨	الزملاء
٠.٠٥	٢.٢١٢	%٢٨.٣	١١٣	%٢٣.٠	٤٦	%٣٣.٥	٦٧	أشخاص جدد
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠	جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) وفقاً للنوع ، حيث جاء في

الترتيب الأول الأصدقاء المقربين بنسبة بلغت ٨١.٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٣.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٩٦٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني لأسرة بنسبة بلغت ٤٩.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٤٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث الزملاء بنسبة بلغت ٣٠.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣١.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٤٦ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع أشخاص جدد بنسبة بلغت ٢٨.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٢١٢ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

-وقد ترجع النتيجة السابقة ووجود الاصدقاء المقربين في مقدمة الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي إلي أن الأصدقاء المقربين عادة ما يكون منفقين في الآراء ووجهات النظر حول العديد من القضايا والأمور علي عكس الأشخاص الجدد والتي جاءت في المرتبة الأخير حيث قد لا يكون للمبحوثين علاقة قوية بهم أو يتوافقوا معهم في الرأي مما يشكل صعوبة في التواصل بينهم بشكل سريع وفي وقت قصير فالوصول إلي نقطة اتفاق بينهم قد تأخذ فترة طويلة وقد لا يتم الاتفاق.

٦- أكثر القضايا المجتمعية انتشاراً علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٦)

أكثر القضايا المجتمعية انتشاراً علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الدالة	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة أكثر القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٥	٢.٣٢٩	%٨١.٨	٣٢٧	%٨٨.٠	١٧٦	%٧٥.٥	١٥١	قضايا ارتفاع تكاليف المعيشة
غير دالة	٠.٥٤٤	%٦٩.٨	٢٧٩	%٦٨.٥	١٣٧	%٧١.٠	١٤٢	قضايا العنف الأسري
٠.٠٥	٢.٦٩٧	%٦٧.٢	٢٦٨	%٧٣.٥	١٤٧	%٦٠.٨	١٢١	قضايا الرشوة
غير دالة	١.٣٥٠	%٦٤.٨	٢٥٩	%٦١.٥	١٢٣	%٦٨.٠	١٣٦	قضايا الغش
غير دالة	٠.٦١٠	%٢٧.٠	١٠٨	%٣٠.٠	٦٠	%٢٤.٠	٤٨	قضايا المحسوبة
غير دالة	٠.٤٦٤	%٢٤.٥	٩٨	%٢٣.٥	٤٧	%٢٥.٥	٥١	قضايا الطلاق
غير دالة	١.٣٥٩	%٢١.٣	٨٥	%٢٢.٥	٤٥	%٢٠.٠	٤٠	قضايا التفحيط والتهور في قيادة الدرجات النارية
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر القضايا المجتمعية انتشاراً علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع ، حيث جاء في الترتيب الأول قضايا ارتفاع تكاليف المعيشة بنسبة بلغت %٨١.٨ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين %٧٥.٥ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل %٨٨.٠ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٣٢٩ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة %٩٥.

وجاء في الترتيب الثاني قضايا العنف الأسري بنسبة بلغت %٦٩.٨ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين %٧١.٠ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل %٦٨.٥ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٤٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة %٩٥.

وجاء في الترتيب الثالث قضايا الرشوة بنسبة بلغت %٦٧.٢ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين %٦٠.٨ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل %٧٣.٥ من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٦٩٧ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة %٩٥.

وجاء في الترتيب الرابع قضايا الغش بنسبة بلغت %٦٤.٨ من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين %٦٨.٠ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل %٦١.٥ من

إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٣٥٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس قضايا المحسوبة بنسبة بلغت ٢٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٤.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦١٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس قضايا الطلاق بنسبة بلغت ٢٤.٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٥.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٤٦٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السابع قضايا التفحيط والتهور في قيادة الدرجات النارية بنسبة بلغت ٢١.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٢.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٣٥٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

-وتشير النتيجة السابقة إلي ضرورة إيجاد حلول لمثل تلك القضايا والتي تعد عائقاً في سبيل تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع السعودي.

٧-مدى نجاح مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) في علاج أي من القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (٧)

مدى نجاح مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) في علاج أي من القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى النجاح
ك	%	ك	%	ك	%	
٣٨	٩٠.٥%	١٩	٩٠.٥%	١٩	٩٠.٥%	دائماً
٣٦٢	٩٠.٥%	١٨١	٩٠.٥%	١٨١	٩٠.٥%	أحياناً
١١٢	٢٨.٠%	٥٢	٢٦.٠%	٦٠	٣٠.٠%	نادراً
٤٠٠	١٠٠%	٢٠٠	١٠٠%	٢٠٠	١٠٠%	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٠.٥٠٠٠ درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية = ٠.١١١ الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) تتجح دائماً في علاج أي من القضايا المجتمعية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٩.٥% ، موزعة بين ٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) تتجح أحياناً في علاج أي من القضايا المجتمعية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٩٠.٥% ، موزعة بين ٩٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) تتجح نادراً في علاج أي من القضايا المجتمعية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٨.٠% موزعة بين ٣٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ١ ، وجد أنها = ٠.٥٠٠ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى نجاح مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في علاج أي من القضايا المجتمعية من وجهة نظر الباحثين. وتشير النتيجة السابقة إلى نجاح وفعالية مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في علاج أي من القضايا المجتمعية أحياناً بنسبة مرتفعة مما يجعل لها دوراً لا يغفل في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع بعلاجها لبعض القضايا المجتمعية.

٨- طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية من وجهة نظر الباحثين:

جدول (٨)

طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية من وجهة نظر الباحثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة طبيعة المعلومات
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٠.٨%	٨٣	١٩.٥%	٣٩	٢٢.٠%	٤٤	هادفة
٥٨.٥%	٢٣٤	٥٩.٥%	١١٩	٥٧.٥%	١١٥	حديثه
٢٠.٨%	٨٣	٢١.٠%	٤٢	٢٠.٥%	٤١	سطحية
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٠.٣٨٢ ، درجة الحرية = ٢ ، مستوى المعنوية = ٠.٨٢٦ ، الدلالة = غير دالة تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية هادفة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٢٠.٨% ، موزعة بين ٢٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن المعلومات

المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية حديثة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٨.٥% ، موزعة بين ٥٧.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يرون أن المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية سطحية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٠.٨% ، موزعة بين ٢٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢١.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٠.٣٨٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وطبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية من وجهة نظر الباحثين.

-وتشير النتيجة السابقة إلى تقديم مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات الحديثة حول القضايا المجتمعية التي تهم الشباب الجامعي وتوليها أهمية خاصة مما يشير للدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في تقديم المعلومات الحديثة دائما فيما يتعلق بالقضايا المجتمعية مما يساعد علي إحاطة مستخدمي تلك المواقع من الشباب بكل ما هو حديث في القضايا المجتمعية.

٩- دور الباحثين تجاه المنشورات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك -توتير):

جدول (٩)

دور الباحثين تجاه المنشورات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) وفقاً للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة أكثر القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	١.٨٨٤	٨١.٠	٣٢٤	٨٠.٠%	١٦٠	٨٢.٠%	١٦٤	أسجل إعجابي بها "like"
غير دالة	٠.٦٠٠	٧٠.٠	٢٨٠	٦٩.٥%	١٣٩	٧٠.٥%	١٤١	أعلق عليها "comment"
٠.٠٥	٢.٣٣٨	٣٥.٣	١٤١	٣٨.٥%	٧٧	٣٢.٠%	٦٤	أستفيد منها ولا أشارك
غير دالة	٠.٥٤٥	٣٢.٨	١٣١	٢٦.٥%	٥٣	٣٩.٢%	٧٨	استفيد منها وأحاول أجد حلول لها مع المحيطين بي وابطالها للحماة المختصة
غير دالة	٠.٥٧٤	٢٨.٠	١١٢	٢٧.٠%	٥٤	٢٩.٠%	٥٨	أخبر بها أصدقائي ومعارفي خارج نطاق الأنترنت
غير دالة	٠.٣٠٠	١٢.٠	٤٨	١٢.٠%	٢٤	١٢.٠%	٢٤	امررها لآخرين "share"
غير دالة	٠.٢٥٢	٥.٠	٢	٥.٠%	١	٥.٠%	١	أخري
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى دور المبحوثين تجاه المنشورات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول أسجل إعجابي بها "like" بنسبة بلغت ٨١.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٨٨٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني أعلق عليها "comment" بنسبة بلغت ٧٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٦٠٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث أستفيد منها ولا أشارك بنسبة بلغت ٣٥.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٨.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٣٣٨ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع أستفيد منها وأحاول أجد حلول لها مع المحيطين بي وإيصالها للجهات المختصة بالقضايا المجتمعية بنسبة بلغت ٣٢.٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٩.٢% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٦.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٤٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس أخبر بها أصدقائي ومعارفي خارج نطاق الأنترنت بنسبة بلغت ٢٨.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٧٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس امرها للآخرين "share" بنسبة بلغت ١٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين

غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٠٠ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السابع أخري بنسبة بلغت ٥٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢٥٢ وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

تشير النتيجة السابقة إلي مدى تفاعل المبحوثين مع القضايا المجتمعية المتاحة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي سواء بالإعجاب بمضمون ما يتعلق بتلك القضايا أو التعليق عليها حيث جاءت في الترتيب الاول والثاني.

١٠- درجات اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية:

جدول (١٠)

درجات اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة درجات الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	
١٣.٥%	٥٤	١٣.٠%	٢٦	١٤.٠%	٢٨	بدرجة كبيرة
٥٠.٨%	٢٠٣	٥١.٥%	١٠٣	٥٠.٠%	١٠٠	بدرجة متوسطة
٣٥.٨%	١٤٣	٣٥.٥%	٧١	٣٦.٠%	٧٢	بدرجة منخفضة
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٠.٩٣٩ درجة الحرية = ٢ مستوي المعنوية = ٠.١٢٥ الدلالة = غير دالة
تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يعتمدون علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٣.٥% ، موزعة بين ١٤.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٣.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يعتمدون علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٥٠.٨% ، موزعة بين ٥٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يعتمدون علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في

الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٣٥.٨% ، موزعة بين ٣٦.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٥.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٠.٩٣٩ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ودرجات اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية.

وقد ترجع النتيجة السابقة واعتماد المبحوثين بدرجة متوسطة علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية بانهم قد يحصلون بدرجة أكبر علي المعلومات حول تلك القضايا من خلال معاشتهم لتلك القضايا او من خلال المناقشة حولها مع أصدقائهم المقربين او أسرهم* اما يجعل درجة الاعتماد في الحصول علي المعلومات حول تلك القضايا من مواقع التواصل الاجتماعي متوسطة.

١١-درجات ثقة المبحوثين في المعلومات التي حصلوا عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر):

جدول (١١)

درجات ثقة المبحوثين في المعلومات التي حصلوا عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة درجات الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	
٥٠.٠%	٢٠	٤.٥%	٩	٥.٥%	١١	بدرجة كبيرة
٤٩.٠%	١٩٦	٥١.٥%	١٠٣	٤٦.٥%	٩٣	بدرجة متوسطة
٤٦	١٨٤	٤٤	٨٨	٤٨	٦٩	بدرجة منخفضة
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١.٠٥٨ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠.٥٨٩ الدلالة = غير دالة تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتقون في المعلومات التي يحصلون عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥.٠% ، موزعة بين ٥.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتقون في المعلومات التي حصلوا عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٩.٠% ، موزعة بين

* جدول رقم (٥) الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل

الاجتماعي (فيس بوك-تويتر)، ص ١٨.

٤٦.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتقون في المعلومات التي حصلوا عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٤٦.٠% ، موزعة بين ٤٨.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٤.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ١.٠٥٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ودرجات ثقة المبحوثين في المعلومات التي حصلوا عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر).

وتشير النتيجة السابقة بأن المبحوثون يتقون بدرجة عالية في المعلومات المتاحة حول القضايا المجتمعية الموجودة علي صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وهذا يرجع إلي مدي ثقة المبحوثين فيما ينشر من معلومات عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي قد تقدم في تكون اتجاه أو رأي تجاه قضية مجتمعية معينة.

١٢- الإجراء الذي يقوم به المبحوثون عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر):

جدول (١٢)

الإجراء الذي يقوم به المبحوثون عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الإجراء
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٠.٣%	٢٤١	٦١.٥%	١٢٣	٥٩.٠%	١١٨	الاطلاع فقط
٢٢.٨%	٩١	٢٣.٥%	٤٧	٢٢.٠%	٤٤	المشاركة بفعالية
١٥.٥%	٦٢	١٤.٠%	٢٨	١٧.٠%	٣٤	عدم الاهتمام
١.٥%	٦	١.٠%	٢	٢.٠%	٤	حذف المنشور وحظره
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١.٤٥٠ درجة الحرية = ٣ مستوى المعنوية = ٠.٦٩٤ الدلالة = غير دالة تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يطلعون فقط عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٦٠.٣% ، موزعة بين ٥٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يشاركون بفعالية عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٢٢.٨% ، موزعة بين ٢٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٣.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يبدون عدم الاهتمام عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في

بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١٥.٥% ، موزعة بين ١٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يقومون بحذف المنشور أو حظره عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) من إجمالي مفردات عينة الدراسة ١.٥% ، موزعة بين ٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣ ، وجد أنها = ١.٤٥٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠.٠٥ ، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) والإجراء الذي يقوم به الباحثون عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير).

وقد ترجع هذه النتيجة إلي مصداقية الباحثين في التعامل مع القضايا المجتمعية المتداولة علي مواقع التواصل الاجتماعي ويولون لها اهمية خاصة سواء من خلال الاطلاع عليها لأهميتها او المشاركة فيها بفعالية حيث جاءتا في الترتيب الاول والثاني.

١٣- الاستراتيجية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) من أجل تحفيز الشباب الجامعي نحو المشاركة في القضايا المجتمعية من وجهة نظر الباحثين:

جدول (١٣)

الاستراتيجية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) من أجل تحفيز الشباب الجامعي نحو المشاركة في القضايا المجتمعية من وجهة نظر الباحثين وفقاً للنوع

الدالة	تقيمة	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الاستراتيجية
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	١.٤٥٤	%٥٣.٠	٢١٢	%٥١.٥	١٠٣	%٥٤.٥	١٠٩	تعمل علي زيادة الوعي الثقافي
غير دالة	٠.٢١٢	%٥١.٣	٢٠٥	%٥٢.٠	١٠٤	%٥٠.٥	١٠١	تتيح فرصة المشاركة في مناقشة القضايا المجتمعية
غير دالة	١.٨٣٨	%٤٨.٨	١٩٥	%٤٨.٠	٩٦	%٤٩.٥	٩٩	تعتبر نافذه لحرية التعبير بطلاقه عن القضايا المجتمعية السائدة في
غير دالة	٠.٣٥٠	%٤٧.٠	١٨٨	%٤٨.٥	٩٧	%٤٥.٥	٩١	تعمل علي تقريب وجهات النظر حول القضايا المجتمعية
غير دالة	١.١٢٨	%١٩.٥	٧٨	%٢٠.٠	٤٠	%١٩.٠	٣٨	تعمل علي فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار
غير دالة	٠.٤٣٤	%١٧.٣	٦٩	%١٤.٥	٢٩	%٢٠.٠	٤٠	تشكل مجموعات ضاغطة لحل بعض القضايا المجتمعية
٠.٠٥	٢.٨٤٥	%١٣.٥	٥٤	%٩.٥	١٩	%١٧.٥	٣٥	تعتبر قناة اتصالية لتشكيل رأي
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠	جملة من سئلو

تشير بيانات الجدول السابق إلى الاستراتيجية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) من أجل تحفيز الشباب الجامعي نحو المشاركة في القضايا المجتمعية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع ، حيث جاء في الترتيب الأول تعمل علي زيادة الوعي الثقافي بنسبة بلغت ٥٣.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٤.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٤٥٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني فتح فرصة المشاركة في مناقشة القضايا المجتمعية بنسبة بلغت ٥١.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢١٢ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث تعتبر نافذه لحرية التعبير بطلاقه عن القضايا المجتمعية السائدة في المجتمع بنسبة بلغت ٤٨.٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٨.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٨٣٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع تعمل علي تقريب وجهات النظر حول القضايا المجتمعية بنسبة بلغت ٤٧.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٥.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٨.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٣٥٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس تعمل علي فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار بنسبة بلغت ١٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب

النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.١٢٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس تشكل مجموعات ضاغطة لحل بعض القضايا المجتمعية بنسبة بلغت ١٧.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٢٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٤.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٤٣٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السابع تعتبر قناة اتصالية لتشكيل رأيي الخاص بنسبة بلغت ١٣.٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٨٤٥ وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

-وتشير النتيجة السابقة إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي الفعال في فتح نوافذ متعددة لجذب الشباب الجامعي للمشاركة في القضايا المجتمعية.

١٤- أهم القضايا المجتمعية التي يهتم بمتابعتها المبحوثون ويبدون الرأي فيها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر):

جدول (١٤)

أهم القضايا المجتمعية التي يهتم بمتابعتها المبحوثون ويبدون الرأي فيها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) وفقاً للنوع

الدالة	قيمة Z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	١.٧٢٤	%٨٢.٠	٣٢٨	%٧٨.٥	١٥٧	%٨٥.٥	١٧١	القضايا الاجتماعية
غير دالة	٠.٤١٠	%٦١.٣	٢٤٥	%٦٤.٠	١٢٨	%٥٨.٥	١١٧	القضايا السياسية
غير دالة	٠.٥٠٩	%٤٨.٣	١٩٣	%٤٧.٥	٩٥	%٤٩.٠	٩٨	القضايا الاقتصادية
غير دالة	٠.٢١٨	%٣٠.٥	١٢٢	%٢٩.٥	٥٩	%٣١.٥	٦٣	القضايا الثقافية
غير دالة	٠.٤٤٥	%٢٨.٨	١١٥	%٢٤.٥	٤٩	%٣٣.٠	٦٦	القضايا الدينية
٠.٠٥	٢.٠٠٥	%١٢.٨	٥١	%٨.٠	١٦	%١٧.٥	٣٥	القضايا الرياضية
		٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم القضايا المجتمعية التي يهتم بمتابعتها الباحثون ويبدون الرأي فيها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) وفقاً للنوع ، حيث جاء في الترتيب الأول القضايا الاجتماعية بنسبة بلغت ٨٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٥.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٨.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٧٢٤ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثاني القضايا السياسية بنسبة بلغت ٦١.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٨.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٤.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٤١٠ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الثالث القضايا الاقتصادية بنسبة بلغت ٤٨.٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٤٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٧.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٥٠٩ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الرابع القضايا الثقافية بنسبة بلغت ٣٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣١.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٢١٨ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب الخامس القضايا الدينية بنسبة بلغت ٢٨.٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٣٣.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٢٤.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٠.٤٤٥ وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء في الترتيب السادس القضايا الرياضية بنسبة بلغت ١٢.٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ١٧.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨.٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند مستوى ٠.٠٥، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٠٠٥ وهى قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

-وتشير النتيجة السابقة إلي أن المبحوثين يتابعون الموضوعات السابقة بنفس الترتيب من الأكثر تفضيلاً إلي الأقل تفضيلاً مما يتطلب ضرورة الاهتمام علي صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بالموضوعات التي جاءت في مراتب متأخرة لدورها كذلك في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع.

١٥- استجابات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر):

جدول (١٥)

استجابات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر)

المتوسط	موافق	محايد	معارض	الاستجابة	
				ك	%
٢.٤٧	٢١٥	١٥٨	٢٧	ك	تساعد في ترتيب اولوياتي تجاه القضايا التي أفضل متابعتها
	%٥٣.٨	%٣٩.٥	%٦.٨	%	
٢.٣٨	١٨١	١٨٩	٣٠	ك	تشكيل اتجاهاي تجاه بعض الموضوعات والقضايا المثارة في مجتمعي
	%٤٥.٣	%٤٧.٣	%٧.٥	%	
٢.٣٣	١٥٤	٢٢٣	٢٣	ك	إزالة الغموض حول العديد من القضايا المجتمعية
	%٣٨.٥	%٥٥.٨	%٥.٨	%	
٢.٦٦	٢٧٢	١١٩	٩	ك	تسبب لي شعور بالفنور واللامبالاة تجاه قضايا المجتمع
	%٦٨.٠	%٢٩.٨	%٢.٣	%	
٢.٦٥	٢٦٩	١٢٢	٩	ك	تسبب لي بعض القلق والخوف من استمرار تلك القضايا المجتمعية
	%٦٧.٣	%٣٠.٥	%٢.٣	%	
٢.٥٧	٢٣٩	١٥٠	١١	ك	تخلق لدي رغبة بالحماوس والمشاركة بفعالية في إيجاد حلول لهذه القضايا
	%٥٩.٨	%٣٧.٥	%٢.٨	%	
٢.٤٢	٢٤٣	٨١	٧٦	ك	تخلق لدي رغبة في الخمول وتجنب القيام بأي تفاعل من القضايا المجتمعية
	%٦٠.٨	%٢٠.٣	%١٩.٠	%	
			٤٠٠	جملة من سللوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر).
 أولاً: فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية حيث جاءت تساعد في ترتيب اولوياتي تجاه القضايا التي أفضل متابعتها في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٤٧، وجاءت تشكيل اتجاهي تجاه بعض الموضوعات والقضايا المثارة في مجتمعي في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢.٣٨، وجاءت إزاله الغموض حول العديد من القضايا المجتمعية في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢.٣٣،
 ثانياً: فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية جاءت تسبب لي شعور بالفنور واللامبالاة تجاه قضايا المجتمعي الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت تسبب لي بعض القلق والخوف من استمرار تلك القضايا المجتمعية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢.٦٥.
 ثالثاً: فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية جاءت تخلق لدي رغبة بالحماس والمشاركة بفعالية في إيجاد حلول لهذه القضايا في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت تخلق لدي رغبة في الخمول وتجنب القيام بأي تفاعل من القضايا المجتمعية في الترتيب السابع بمتوسط حسابي ٢.٤٢.

١٦- استجابات المبحوثين علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر):

جدول (١٦)

استجابات المبحوثين علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر)

المتوسط	موافق	محايد	معارض	ك	الاستجابة
					الاستجابات
٢.٦٧	٢٨٣ %٧٠.٨	١٠١ %٢٥.٣	١٦ %٤.٠	ك %	أشعر بالارتياح عندما أشارك زملائي في عمل ناجح
٢.٦٦	٢٧٢ %٦٨.٠	١١٩ %٢٩.٨	٩ %٢.٣	ك %	من الضروري معاقبه العامل المقصر في عمله
٢.٦٦	٢٨٢ %٧٠.٥	١٠١ %٢٥.٣	١٧ %٤.٣	ك %	تنمية المجتمع مسئولية كل مواطن فيه
٢.٦٥	٢٦٩ %٦٧.٣	١٢٢ %٣٠.٥	٩ %٢.٣	ك %	نجاح أي جماعه في أي عمل تقوم به يتطلب التعاون بين جميع أعضائها
٢.٥٧	٢٣٨ %٥٩.٥	١٥٢ %٣٨.٠	١٠ %٢.٥	ك %	عندما أكلف بعمل أبذل فيه قصار جهدي
٢.٥٧	٢٣٩ %٥٩.٨	١٥٠ %٣٧.٥	١١ %٢.٨	ك %	من واجبات كل مواطن أن يفهم خطط التنمية المجتمعية في بلده
٢.٥٢	٢٢٢ %٥٥.٥	١٦٤ %٤١.٠	١٤ %٣.٥	ك %	احب ان اعلم ما تتفق عليه جماعه انا عضو بها
٢.٤٩	٢١٨ %٥٤.٥	١٦٠ %٤٠.٠	٢٢ %٥.٥	ك %	إذا لم توجد رقابة شديدة ومستمرة علي كل فرد فإنه سوف يهمل في عمله
٢.٤٧	٢١٥	١٥٨	٢٧	ك	من واجب كل مواطن أن يقدم مقترحاته لحل قضايا

	%٥٣.٨	%٣٩.٥	%٦.٨	%	
٢.٣٨	١٨١	١٨٩	٣٠	ك	كل فرد يستطيع ان يشارك في حل قضايا مجتمعه
	%٤٥.٣	%٤٧.٣	%٧.٥	%	
٢.٣٣	١٥٤	٢٢٣	٢٣	ك	أحب أن أوضح لزملائي بعض القضايا المجتمعية في بلدنا
	%٣٨.٥	%٥٥.٨	%٥.٨	%	
٢.٢٥	١٥٣	١٩٤	٥٣	ك	من الضروري ان يقضي الشباب الجامعي جزءا من عطلتهم الصيفية في معسكر لخدمة مجتمعهم
	%٣٨.٣	%٤٨.٥	%١٣.٣	%	
٢.٢٣	١٣٢	٢٢٨	٤٠	ك	أشارك زملائي في الحديث عن التنمية المجتمعية
	%٣٣.٠	%٥٧.٠	%١٠.٠	%	
٢.١٥	١١٨	٢٢٤	٥٨	ك	ليس من الضروري أن يتنازل الشخص عن بعض حقوقه في سبيل مساعده من يهيمه امرهم
	%٢٩.٥	%٥٦.٠	%١٤.٥	%	
٢.١٤	١٢٧	٢٠٢	٧١	ك	عندما أشارك في عمل مع زملائي أحب أن يتحدث الجميع عما أعمل
	%٣١.٨	%٥٠.٥	%١٧.٨	%	
٢.٠٩	١٢٦	١٨٥	٨٩	ك	أفضل العمل منفرد عن العمل في جماعه
	%٣١.٥	%٤٦.٣	%٢٢.٣	%	
٢.٠٠	٩١	٢١٨	٩١	ك	تغضبني معارضة زملائي لأرائي عندما تكون مشتركين في عمل
	%٢٢.٨	%٥٤.٥	%٢٢.٨	%	
١.٩٩	٩٨	١٩٩	١٠٣	ك	لا أحب ان أتحدث عن القضايا المجتمعية في بلدي
	%٢٤.٥	%٤٩.٨	%٢٥.٨	%	
١.٩٧	٨١	٢٢٥	٩٤	ك	متابعه الصفحات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي يبعث الملل إلي نفسي
	%٢٠.٣	%٥٦.٣	%٢٣.٥	%	
١.٨٩	١٠٧	١٤٣	١٥٠	ك	القضاء علي بعض المشكلات المجتمعية كالمحسوبية والرشوة والغش والطلاق وارتفاع تكاليف المعيشة مسؤلية الحكومة وحدها
	%٢٦.٨	%٣٥.٨	%٢٧.٥	%	
١.٨٧	٩٩	١٤٩	١٥٢	ك	الاشترك في عمل مجتمعي مع جماعه امر يضايقني
	%٢٤.٨	%٣٧.٣	%٣٨.٠	%	
١.٨٢	٩٣	١٤١	١٦٦	ك	المساهمة في حل المشاكل التي تنشأ في المجتمع من حولي ضياع وقت
	%٢٣.٣	%٣٥.٣	%٤١.٥	%	
١.٧٨	٧٤	١٦٤	١٦٢	ك	بعض القضايا المجتمعية لا يمكن حلها لأن المحاولات السابقة لحلها فشلت
	%١٨.٥	%٤١.٠	%٤٠.٥	%	
١.٧٧	٧٠	١٦٧	١٦٣	ك	مناقشة القضايا المجتمعية وتبادل الرأي فيها يعطل حلها
	%١٧.٥	%٤١.٨	%٤٠.٨	%	
١.٧٣	٧٤	١٤٢	١٨٤	ك	ليس من الضروري متابعة القضايا والتغييرات التي تجري في بلدنا
	%١٨.٥	%٣٥.٥	%٤٦.٠	%	
١.٦٩	٧٣	١٢٨	١٩٩	ك	الشخص المخلص في عمله يفيد نفسه فقط وليس المجتمع
	%١٨.٣	%٣٢.٠	%٤٩.٨	%	
	٤٠٠				جملة من ستلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات الباحثين علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر)، حيث جاءت أشعر بالارتياح عندما أشارك زملائي في عمل ناجحي الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٦٧، وجاءت من

الضروري معاقبه العامل المقصر في عملهي الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت تنمية المجتمع مسئولية كل مواطن فيهي الترتيب الثاني مكرر بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت نجاح أي جماعه في أي عمل تقوم به يتطلب التعاون بين جميع أعضائها في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢.٦٥، وجاءت عندما أكلف بعمل أبذل فيه قصار جهدي في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت من واجبات كل مواطن أن يفهم خطط التنمية المجتمعية في بلده في الترتيب الرابع مكرر بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت احب ان اعمل ما تتفق عليه جماعه انا عضو بهافي الترتيب الخامس بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت إذا لم توجد رقابة شديدة ومستمرة علي كل فرد فإنه سوف يهمل في عملهي الترتيب السادس بمتوسط حسابي ٢.٤٩، وجاءت من واجب كل مواطن أن يقدم مقترحاته لحل قضايا مجتمعهي الترتيب السابع بمتوسط حسابي ٢.٤٧، وجاءت كل فرد يستطيع ان يشارك في حل قضايا مجتمعهي الترتيب الثامن بمتوسط حسابي ٢.٣٨، وجاءت أحب أن أوضح لزملائي بعض القضايا المجتمعية في بلدنا في الترتيب التاسع بمتوسط حسابي ٢.٣٣، وجاءت من الضروري ان يقضي الشباب الجامعي جزءا من عطلتهم الصيفية في معسكر لخدمة مجتمعهي الترتيب العاشر بمتوسط حسابي ٢.٢٥، وجاءت أشارك زملائي في الحديث عن التنمية المجتمعية في الترتيب الحادي عشر بمتوسط حسابي ٢.٢٣، وجاءت ليس من الضروري أن يتنازل الشخص عن بعض حقوقه في سبيل مساعده من يهمله امرهم في الترتيب الثاني عشر بمتوسط حسابي ٢.١٥، وجاءت عندما أشارك في عمل مع زملائي أحب أن يتحدث الجميع عما أعمل في الترتيب الثالث عشر بمتوسط حسابي ٢.١٤، وجاءت أفضل العمل منفرد عن العمل في جماعهي الترتيب الرابع عشر بمتوسط حسابي ٢.٠٩، وجاءت تغضبني معارضة زملائي لأرائي عندما نكون مشتركين في عمل في الترتيب الخامس عشر بمتوسط حسابي ٢.٠٠.

جاءت لا أحب ان أتحدث عن القضايا المجتمعية في بلدي في الترتيب السادس عشر بمتوسط حسابي ١.٩٩، وجاءت متابعه الصفحات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي يبعث الملل إلي نفسي في الترتيب السابع عشر بمتوسط حسابي ١.٩٧، وجاء القضاء علي بعض المشكلات المجتمعية كالمحسوبية والرشوة والغش والطلاق وارتفاع تكاليف المعيشة مسئولية الحكومة وحدها في الترتيب الثامن عشر بمتوسط حسابي ١.٨٩، وجاء في الترتيب التاسع عشر الاشتراك في عمل مجتمعي مع جماعه امر يضايقني بمتوسط حسابي ١.٨٧، وجاءت المساهمة في حل المشاكل التي تنشأ في المجتمع من حولي ضياع وقت في الترتيب العشرون بمتوسط حسابي ١.٨٢، وجاءت بعض القضايا المجتمعية لا يمكن حلها لأن المحاولات السابقة لحلها فشلت في المرتبة الحادية والعشرون بمتوسط حسابي ١.٧٨، وجاءت في المرتبة الثانية والعشرون مناقشه القضايا المجتمعية وتبادل الرأي فيها يعطل حلها بمتوسط حسابي ١.٧٧، وجاءت ليس من الضروري متابعه القضايا والتغيرات التي تجري في بلدنا في المرتبة الثالثة والعشرون بمتوسط حسابي ١.٧٣، وجاءت في المرتبة الرابعة والعشرون والاخيرة الشخص المخلص في عمله يفيد نفسه فقط وليس المجتمع بمتوسط حسابي ١.٦٩.

(أ) نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: " توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية"

جدول (١٧)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية

مستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	٠.٢٣٩	معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٢٣٩)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠١).

- مما سبق يتضحتحقق صحة الفرض الأول.

-وتشير النتيجة السابقة إلي الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي والى دورها كمصدر للشباب الجامعي في الحصول على المعلومات حول القضايا المجتمعية.

الفرض الثاني: " توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين كل من معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية ، والمشاركة في القضايا المجتمعية "

جدول (١٨)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كل من معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية ، والمشاركة في القضايا المجتمعية

المشاركة في القضايا المجتمعية		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	٠.٤٥١	معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)
٠.٠٥	٠.١٧٤	مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير)في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية

يتبين من الجدول السابق:

- وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) والمشاركة في القضايا المجتمعية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٤٥١)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).
 - وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية، والمشاركة في القضايا المجتمعية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.١٧٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠٥).
 - مما سبق يتضح تحقق صحه الفرض الثاني.
 - وتشير النتيجة السابقة إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا هاما في تحفيز الشباب علي المشاركة في القضايا المجتمعية.
- الفرض الثالث:** " توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) تبعاً للنوع".

جدول (١٩)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) تبعاً للنوع

أبعاد المقياس	العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
التأثيرات المعرفية	الذكور	٢٠٠	٧.١٨٥٠	١.٣٦٣٨٥	٠.١٥٠	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	٧.١٦٥٠	١.٢٩٤٦٦		
التأثيرات الوجدانية	الذكور	٢٠٠	٥.٢٢٠٠	٩١٩٦٩.	١.٩٧٠	٠.٠٠٥
	الإناث	٢٠٠	٥.٣٩٥٠	٨٥٥٩٤.		
التأثيرات السلوكية	الذكور	٢٠٠	٤.٨٠٥٠	١.١٤٦١٠	٣.٤٤٢	٠.٠٠١
	الإناث	٢٠٠	٥.١٧٠٠	٠.٩٦٧٣٦		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي:

- عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) تبعاً للنوع، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.١٥٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠٥).

- وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- توتير) تبعاً للنوع ، حيث بلغت قيمة "ت" (١.٩٧٠) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).
 - وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- توتير) تبعاً للنوع ، حيث بلغت قيمة "ت" (٣.٤٤٢) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).
 - مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثالث جزئياً.
 - حيث لا توجد فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- توتير) تبعاً للنوع.
 - توجد فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك- توتير) تبعاً للنوع.
- الفرض الرابع:** " توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً للنوع.

جدول (٢٠)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً للنوع

العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	الدلالة
الذكور	٢٠٠	٥٨.١٧٥٠	٨.٤٠٤٠٢	٢.٢٥٩	٠.٠٥
الإناث	٢٠٠	٥٦.٤٥٥٠	٦.٧٣٢٣٥		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً للنوع لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة "ت" (٢.٢٥٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

- مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

الفرض الخامس: " توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الاعتماد علي تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية.

جدول (٢١)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الاعتماد علي تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية.

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣٥٦.٣٤٢	٢	١٧٨.١٧١	٣.٩٢٥	٠.٠١
داخل المجموعات	٨٥٧٩.٦٣٧	٣٩٧	٤٥.٣٩٥		
المجموع	٨٩٣٥.٩٧٩	٣٩٩			

تشير نتائج تطبيق اختبار " تحليل التباين الأحادي": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الاعتماد علي تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية، حيث بلغت قيمة "ف" (٣.٩٢٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠١).

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين وفقاً لمستوي الاعتماد علي تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية ، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (٢٢)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الاعتماد علي تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض
مرتفع	-	-	-
متوسط	٠.٥٢	-	-
منخفض	٠.٥٩	٠.٢٩	-

يتضح من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية ، حيث أكدت نتائج اختبار L.S.D :

- أن هناك اختلافا بين المبحوثين ذوي مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي (المرتفع) والمبحوثين ذوي مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٢ ، لصالح المبحوثين ذوي مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي (المرتفع) وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠٥ .
 - أن هناك اختلافا بين المبحوثين ذوي مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي (المرتفع) والمبحوثين ذوي مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي (المنخفض) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٩ ، لصالح المبحوثين ذوي مستوي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي (المرتفع) وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠٥ .
- مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الخامس.

الفرض السادس: " توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الثقة في تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية".

جدول (٢٣)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الثقة في تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٧٨.٦٨٩	٢	٢٦.٢٣٠	٣.٢٢٥	٠.٠٠٥
داخل المجموعات	٣٩٠٣.٦٩١	٣٩٧	٨.١٣٣		
المجموع	٣٩٨٢.٣٨٠	٣٩٩			

تشير نتائج تطبيق اختبار " تحليل التباين الأحادي": إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الثقة في تلك المواقع في الحصول

علي المعلومات حول القضايا المجتمعية، حيث بلغت قيمة "ف" (٣.٢٢٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين وفقاً لمستوي الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

جدول (٢٤)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات الباحثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الثقة في تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية

المجموعات	أثق فيها بدرجة كبيرة	أثق فيها بدرجة	أثق فيها بدرجة
أثق فيها بدرجة كبيرة	-	-	-
أثق فيها بدرجة متوسطة	٠.٦٣	-	-
أثق فيها بدرجة منخفضة	٠.٧١	٠.٥٢	-

يتضح من الجدول السابق اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات ثقة الباحثين في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية ، حيث أكدت نتائج اختبار L.S.D:

- أن هناك اختلافاً بين الباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة كبيرة) والباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة متوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٣، لصالح الباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة كبيرة) وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٥.
- أن هناك اختلافاً بين الباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة كبيرة) والباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة منخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧١، لصالح الباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة كبيرة) وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٥.

وبذلك يتضح أن هناك اختلافاً بين الباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة متوسطة) والباحثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول

القضايا المجتمعية (بدرجة منخفضة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٢، لصالح المبحوثين الذين يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية (بدرجة متوسطة) وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٥.

- ومن ثم يتضح عدم تحقق الفرض السادس مما يجعلنا نقبل بالفرض البديل وهو:
"لا توجد فروق بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الثقة في تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية"

خاتمة الدراسة:

تتضمن الخاتمة أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة، إضافة إلى توصيات الدراسة.

أولاً: أهم نتائج الدراسة:

- جاءت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر) دائماً في المرتبة الاولى بنسبة بلغت ٨٣,٠ % ، موزعة بين ٧٧,٠ % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٩,٠ % من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها أحيانا ثم نادرا.
- جاءت عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر) من ٣ ساعات فأكثر في المرتبة الاولى بنسبة ٥٥,٠ % موزعة بين ٥٢,٠ % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٨,٠ % من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها في المرتبة الثانية أقل من ساعه يوميا ،وأخير من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً في المرتبة الثالثة.
- جاءت نسبة من يتابعون القضايا المجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك - تويتر) دائماً في المرتبة الاولى بنسبة بلغت ٤١,٠ % ، موزعة بين ٣٨,٥ % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٤٣,٥ % من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها في المرتبة الثانية أحيانا، ثم نادرا في المرتبة الثالثة.
- جاءت في مقدمة الصفحات التي تتناول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) ويشارك بها المبحوثون وفقاً للنوع ، صفحه قضايا سعودية بنسبة بلغت ٥٩,٨ % من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٦٣,٠ % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٦,٥ % من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في الترتيب الثاني صفحه قضايا اجتماعيه وتربوية سعودية ،وجاء في الترتيب الثالث صفحة قضايا المجتمع السعودي ،وجاء في الترتيب الرابع صفحة قضايا فتيات سعوديات.

- جاء في مقدمة الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) وفقاً للنوع ، الأصدقاء المقربين بنسبة بلغت ٨١,٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٠,٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٣,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في الترتيب الثاني الأسرة ،وجاء في الترتيب الثالث الزملاء، وجاء في المرتبة الرابعة أشخاص جدد .
- جاءت أكثر القضايا المجتمعية انتشاراً علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع ، في الترتيب الأول قضايا ارتفاع تكاليف المعيشة بنسبة بلغت ٨١,٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٧٥.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٨,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في الترتيب الثاني قضايا العنف الأسري، وجاء في الترتيب الثالث قضايا الرشوة، وجاء في الترتيب الرابع قضايا الغش
- وجاء في الترتيب الخامس قضايا المحسوبية وجاء في الترتيب السادس قضايا الطلاق ،جاء في الترتيب السابع قضايا التفحيط والتهور في قيادة الدرجات النارية.
- - جاءت نسبة من يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) تنجح أحيانا في علاج أي من القضايا المجتمعية في المرتبة الاولى بنسبة بلغت ٩٠.٥% ، موزعة بين ٩٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٩٠.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها نادرا ثم دائما في المرتبة الاخيرة.
- جاءت نسبة من يرون أن المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية حديثة في المرتبة الاولى بنسبة بلغت ٥٨.٥% ، موزعة بين ٥٧,٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في المرتبة الثانية بالتساوي أن المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-توتير) حول القضايا المجتمعية هادفة وسطحية بنسبة ٢٠.٨% لكلا منهما.
- جاء دور المبحوثين تجاه المنشورات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) وفقاً للنوع ، في الترتيب الأول أسجل إعجابي بها "like بنسبة بلغت ٨١,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٢.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٨٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء

في الترتيب الثاني أعلق عليها comment" بنسبة بلغت ٧٠,٠%، ثم أستفيد منها ولا أشارك في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٣٥,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع استفيد منها وأحاول أجد حلول لها مع المحيطين بي وإيصالها للجهات المختصة بالقضايا المجتمعية بنسبة بلغت ٣٢,٨%، وجاء في الترتيب الخامس أخبر بها أصدقائي ومعارفي خارج نطاق الأنترنت بنسبة بلغت ٢٨,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس امررها للآخرين share" بنسبة بلغت ١٢,٠% .

- جاءت نسبة من يعتمدون علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية بدرجة متوسطة في المرتبة الاولى بنسبة بلغت ٥٠.٨% ، موزعة بين ٥٠.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها بدرجة منخفضة، ثم بدرجة كبيرة في المرتبة الثالثة.

- جاءت نسبة من يتقون في المعلومات التي يحصلون عليها حول القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) بدرجة متوسطة في المرتبة الاولى بنسبة بلغت ٤٩,٠% ، موزعة بين ٤٦,٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١,٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها بدرجة منخفضة في المرتبة الثانية بنسبة ٤٦,٠%، ثم يليها بدرجة كبيرة بنسبة بلغت ٥,٠% في المرتبة الثالثة.

- جاءت نسبة من يطلعون فقط عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦٠.٣% ، موزعة بين ٥٩.٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦١.٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها في المرتبة الثانية من يشاركون بفعالية عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) بنسبة بلغت ٢٢,٨% ، بينما جاء من يبدون عدم الاهتمام عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٥,٥% ، وجاء في المرتبة الرابعة من يقومون بحذف المنشور أو حظره عند تسلمهم منشور يدعو للمشاركة في بعض القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) بنسبة بلغت ١,٥% .

- جاءت الاستراتيجية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي(فيس بوك-توتير) من أجل تحفيز الشباب الجامعي نحو المشاركة في القضايا المجتمعية من وجهة نظر

المبحوثين وفقاً للنوع ، في الترتيب الأول تعمل علي زيادة الوعي الثقافي بنسبة بلغت ٥٣,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٥٤,٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١,٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، يليها في الترتيب الثاني تتيح فرصة المشاركة في مناقشة القضايا المجتمعية بنسبة بلغت ٥١,٣% ، وجاء في الترتيب الثالث تعتبر نافذه لحرية التعبير بطلاقه عن القضايا المجتمعية السائدة في المجتمع بنسبة بلغت ٤٨.٨% ، وجاء في الترتيب الرابع تعمل علي تقريب وجهات النظر حول القضايا المجتمعية بنسبة بلغت ٤٧,٠% ، وجاء في الترتيب الخامس تعمل علي فتح قنوات تواصل مباشرة مع المسؤولين وصناع القرار بنسبة بلغت ١٩.٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وفي الترتيب السادس تشكل مجموعات ضاغطة لحل بعض القضايا المجتمعية بنسبة بلغت ١٧,٣% ، وجاء في الترتيب السابع تعتبر قناة اتصالية لتشكيل رأيي الخاص بنسبة بلغت ١٣,٥% .

- جاءت أهم القضايا المجتمعية التي يهتم بمتابعتها المبحوثون ويبدون الرأي فيها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) وفقاً للنوع في الترتيب الأول القضايا الاجتماعية بنسبة بلغت ٨٢,٠% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين ٨٥.٥% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٨,٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث وجاء في الترتيب الثاني القضايا السياسية بنسبة بلغت ٦١,٣% ، وجاء في الترتيب الثالث القضايا الاقتصادية بنسبة بلغت ٤٨.٣% ، وجاء في الترتيب الرابع القضايا الثقافية بنسبة بلغت ٣٠,٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس القضايا الدينية بنسبة بلغت ٢٨,٨% ، وجاء في الترتيب السادس القضايا الرياضية بنسبة بلغت ١٢.٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

- جاءت استجابات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر).

- أولاً: فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية جاءت تساعد في ترتيب اولوياتي تجاه القضايا التي أفضل متابعتها في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢,٤٧ ، وجاءت تشكيل اتجاهاي تجاه بعض الموضوعات والقضايا المثارة في مجتمعي في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢,٣٨ ، وجاءت إزالة الغموض حول العديد من القضايا المجتمعية في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي ٢,٣٣ .

- ثانياً: فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية جاءت تسبب لي شعور بالفنور واللامبالاة تجاه قضايا المجتمع في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٦٦، وجاءت تسبب لي بعض القلق والخوف من استمرار تلك القضايا المجتمعية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي ٢.٦٥.
- ثالثاً: فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية جاءت تخلق لدي رغبة بالحماس والمشاركة بفعالية في إيجاد حلول لهذه القضايا في الترتيب الأول بمتوسط حسابي ٢.٥٧، وجاءت تخلق لدي رغبة في الخمول وتجنب القيام بأي تفاعل من القضايا المجتمعية في الترتيب السابع بمتوسط حسابي ٢.٤٢.
- جاءت استجابات المبحوثين علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر)، حيث جاءت أشعر بالارتياح عندما أشارك زملائي في عمل ناجح في الترتيب الأول ، وجاءت من الضروري معاقبه العامل المقصر في عمله في الترتيب الثاني ، وجاءت تنمية المجتمع مسؤلية كل مواطن فيه في الترتيب الثاني مكرر ، وجاءت نجاح أي جماعه في أي عمل تقوم به يتطلب التعاون بين جميع أعضائها في الترتيب الثالث ، وجاءت عندما أكلف بعمل أبذل فيه قصار جهدي في الترتيب الرابع ، وجاءت من واجبات كل مواطن أن يفهم خطط التنمية المجتمعية في بلده في الترتيب الرابع مكرر ، وجاءت احب ان اعمل ما تتفق عليه جماعه انا عضو بها في الترتيب الخامس ، وجاءت إذا لم توجد رقابة شديدة ومستمرة علي كل فرد فإنه سوف يهمل في عمله في الترتيب السادس وجاءت من واجب كل مواطن أن يقدم مقترحاته لحل قضايا مجتمعه في الترتيب السابع ، وجاءت كل فرد يستطيع ان يشارك في حل قضايا مجتمعه في الترتيب الثامن بمتوسط حسابي ٢.٣٨، وجاءت أحب أن أوضح لزملائي بعض القضايا المجتمعية في بلدنا في الترتيب التاسع ، وجاءت من الضروري ان يقضي الشباب الجامعي جزءا من عطلتهم الصيفية في معسكر لخدمة مجتمعهم في الترتيب العاشر ، وجاءت أشارك زملائي في الحديث عن التنمية المجتمعية في الترتيب الحادي عشر ، وجاءت ليس من الضروري أن يتنازل الشخص عن بعض حقوقه في سبيل مساعده من يهيمه امرهم في الترتيب الثاني عشر، وجاءت عندما أشارك في عمل مع زملائي أحب أن يتحدث الجميع عما أعمل في الترتيب الثالث عشر ، وجاءت أفضل العمل منفرد عن العمل في جماعه في الترتيب الرابع عشر ، وجاءت تغضبني معارضة زملائي لأرائي عندما نكون مشتركين في عمل في الترتيب الخامس عشر، وجاءت لا

أحب ان أتحدث عن القضايا المجتمعية في بلدي في الترتيب السادس عشر ، وجاءت متابعه الصفحات المتعلقة بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي يبعث الملل إلي نفسي في الترتيب السابع عشر ، وجاء القضاء علي بعض المشكلات المجتمعية كالمحسوبية والرشوة والغش والطلاق وارتفاع تكاليف المعيشة مسئولية الحكومة وحدها في الترتيب الثامن عشر ، وجاء في الترتيب التاسع عشر الاشتراك في عمل مجتمعي مع جماعه امر يضايقني ،وجاءت المساهمة في حل المشاكل التي تنشأ في المجتمع من حولي ضياع وقت في الترتيب العشرون ،وجاءت بعض القضايا المجتمعية لا يمكن حلها لأن المحاولات السابقة لحلها فشلت في المرتبة الحادية والعشرون ، وجاءت في المرتبة الثانية والعشرون مناقشه القضايا المجتمعية وتبادل الرأي فيها يعطل حلها ،وجاءت ليس من الضروري متابعه القضايا والتغيرات التي تجري في بلدنا في المرتبة الثالثة والعشرون ،وجاءت في المرتبة الرابعة والعشرون والاخيرة الشخص المخلص في عمله يفيد نفسه فقط وليس المجتمع .

- تحقق صحة الفرض الأول القائل "توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-تويتر)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية".
- تحقق صحة الفرض الثاني القائل "توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين كل من معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي(فيس بوك-تويتر)، ومستوي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية ، والمشاركة في القضايا المجتمعية.
- تحقق صحة الفرض الثالث جزئيا حيث اتضح عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) تبعاً للنوع ، حيث بلغت قيمة "ت" (٠.١٥٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).
- جود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) تبعاً للنوع ، حيث بلغت قيمة "ت" (١.٩٧٠) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

- وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض للقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) تبعاً للنوع ، حيث بلغت قيمة "ت" (٣.٤٤٢) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).
- تحقق صحة الفرض الرابع القائل " توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً للنوع.
- تحقق صحة الفرض الخامس القائل " توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الاعتماد علي تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية.
- لم ثبت صحة الفرض السادس القائل " توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر) علي مقياس المشاركة في القضايا المجتمعية تبعاً لمستوي الثقة في تلك المواقع في الحصول علي المعلومات حول القضايا المجتمعية".

ثانياً: توصيات الدراسة:

- بناء على مناقشة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تقترح الباحثة ما يلي:
- ١-زيادة الاهتمام بالقضايا المجتمعية علي مواقع التواصل الاجتماعي وذلك باستخدام طرق وأساليب متنوعة في عرض تلك القضايا بالشكل الذي يعمل علي جذب مستخدمي تلك المواقع ويحفزهم علي المشاركة بفعالية في تلك القضايا.
 - ٢-٢-إنشاء الصفحات المتعددة والمجموعات علي مواقع التواصل الاجتماعي والتي من خلالها يتم تقديم العديد من المعلومات المتنوعة والهادفة عن القضايا المجتمعية علي اختلافها داخل المجتمع باعتبار ان مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع إقبالا واستخداما من قبل الشباب.
 - ٣-٣-توظيف مواقع التواصل الاجتماعي بشكل اكثر فعالية بما لديها من إمكانيات وتأثير من أجل العمل علي معالجة القضايا المجتمعية.

المراجع

- (1) [http://www.albayan.ae/economy/last-deal/2014-10-06-1.2215557,\(1/3/1437H,9:30p.m\)](http://www.albayan.ae/economy/last-deal/2014-10-06-1.2215557,(1/3/1437H,9:30p.m)).
٢- تم الرجوع إلى:
- Defleur. Melvin and Sandra Ball-Rokeach, **Theories of Mass Communication**, Fourth Edition, (New York: Longman, 1982) pp. 242-250.
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، ط٣، ٢٠٠٤) ص ص ٣٠٢-٣٠٥.
- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨) ص ص ٣٢٦-٣٢٩.
- 3-Loges, William . Perception of Threat and System Dependency Relation .
In: Communication Research, Vol:1 , 1994 . Pp. 78 – 79 .
- 4-McQuail, Denis & Windhal, Suen. **Communication Models**. (London : Longman, 1993) Pp. 114 – 115.
- ٥- هيثم الهيتي . الإعلام السياسي والإخباري. (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨) ص ص ١٣٣ – ١٣٤
- 6-Pierce, C. John, Lee- Sammons, Lynette, Steger, E. Mary Ann, and Jr. Lovrich, P. Nicholas. "Media Reliance and Public Images of Environmental Politics in Ontario and Michigan". **Journalism Quarterly**. V. 67. N.4. Winter, 1990. P. 838.
- ٧- أحمد محمد أبو زيد. "دور وسائل الإعلام الجديد في تفعيل الشراكة المجتمعية لمواجهة الجريمة"، مجلة عجمان للدراسات والبحوث. (الإمارات العربية المتحدة: المجلد الثاني عشر، العدد الأول ٢٠١٤م)، ص ١٥٣.
- ٨- حسن السوداني. "تكنولوجيا الإعلام الجديد وانتهاك حق الخصوصية"، دفا تر السياسة والقانون. (الأكاديمية العربية في الدنمارك: العدد الحادي عشر يناير ٢٠١٤م)، ص ٢٢٤.
- ٩- محمد سليم الزبون، ضيف الله عوده. "الأثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي علي الأطفال في سن المراهقة في الأردن"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية. (الأردن: المجلد ٧، العدد الثاني، ٢٠١٤م)، ص ٢٢٥.
- ١٠- حنان بنت شعشوع الشهري. "أثر استخدام شبكات التواصل الالكتروني علي العلاقات الاجتماعية" الفيس بوك وتوتير نوجا"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ٢٠١٣).
- ١١- محمود إسماعيل، ممدوح مكاوي. التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي علي الشباب المصري (ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م أنموذجاً)، مجلة دراسات الطفولة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، الإصدار رقم ٥٩ ، المجلد ١٥ ، ملحق أبريل - يونيو، ٢٠١٣) ص ص ٧٧ - ٨٥.
- 12-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: www.sciencedirect.com**
- 13-Cheung, C., Chiu, P & Lee, M (2011) " **Online social networks: Why do students use facebook?**" In **Computers in Human Behavior**, Vol (27) .p.1337-1343.
- ١٤- أحمد يونس حمودة. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات العربية، ٢٠١٣).
- 15-Boroughs, B "social networking websites and voter turnout ". **Unpublished M.A** (Washington ,Dc : Georgetown University.2010)

١٦-محمود عبد القوي. "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية علي الشبكات الاجتماعية الافتراضية"، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات" ، (القاهرة : جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، الجزء الثاني ، ٢٠٠٩م).

١٧- هشام عطية. "خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا واحداث الشئون العامة في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية لخطاب المدونات المصرية بحث مقدم إلى مؤتمر إعلام الأسرة وتحديات العصر ، (القاهرة : جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، ١٧-١٥ فبراير ، ٢٠٠٩م).

18-Rebecca,A.Hayes(2009 New media, new politics: Political learning efficacy and the examination of uses of social network sites for political engagement, Unpublished Ph.D, (MICHIGAN STATE UNIVERSITY), On line: [http://gradworks.umi.com/33/96/3396059.html\(27/7/1437,8:21P:m\)](http://gradworks.umi.com/33/96/3396059.html(27/7/1437,8:21P:m)

19-Matthew j.Kushin&Masashhiro Yamamoto,"Did social media matter?college student"Use of on line media and political decision making in the 2008 election,paper presented to association for education in journalism&mass communication,(Boston,USA,2009).Online: [http://www.allacademic.com/meta/p375251_index.html\(27/7/1437,9:10 P:m\)](http://www.allacademic.com/meta/p375251_index.html(27/7/1437,9:10 P:m)).

²⁰Weiwu Zhanga* & Stella C. Chia.(2006),The Effects of Mass Media Use and Social Capital on Civic and Political Participation, communication studies.Vol.57,Issue 3,pages 277-297.On line: [http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10510970600666974.\(27/7/1437,10:00P:m\)](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10510970600666974.(27/7/1437,10:00P:m)).

٢١-حنان جنيد.تكنولوجيا الاتصال النفاعلي"الانترنت"وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدي طلاب الجامعات المصرية،المجلة المصرية لبحوث الإعلام،(جامعة القاهرة،كلية الإعلام،العدد الثامن،يناير-مارس٢٠٠٣م).

٢٢-وليد فتح الله بركات. "اعتماد الشباب الجامعي الكويتي علي وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية"،المجلة المصرية لبحوث الإعلام،(جامعة القاهرة،كلية الإعلام،العدد الثامن،يناير-مارس٢٠٠٣م).

23-Hou.Cheng-N&Ming-H,"Creating the internet as alternative media "paper present at the annual meeting of the American sociological association, Atlanta, GA ,(2003) Aug16.

* أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيباً أبجدياً (حسب الدرجة العلمية):

١- أ.د/ إعتداد خلف معبد أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال المتفرغ - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

٢- أ.د/محمد غريب أستاذ الإعلام بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الزقازيق

٣- أ.م.د/عزة الكحكي أستاذ مشارك كلية العلوم الاجتماعية-قسم الإعلام-جامعة ام القري

٤- أ.م.د. وديع محمد سعيد عبده العززي أستاذ مشارك كلية العلوم الاجتماعية-قسم الإعلام-جامعة ام القري .

٥- د.هويدا لطفي أستاذ مساعد كلية العلوم الاجتماعية-قسم الإعلام-جامعة ام القري

٦- د.رشا مزروع أستاذ مساعد كلية العلوم الاجتماعية-قسم الإعلام-جامعة ام القري

٧- د. ايناس عبد الحميد الخريبي مدرس العلاقات العامة والاعلان - جامعة الأهرام الكندية

٨- د.أشرف قادوس مدرس الإعلام - جامعة مصراته-ليبيا

٩- د.ممدوح عبد اللطيف مكايي -مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة بني سويف