

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل  
الوعي السياسي للشباب في ضوء ثورة 25 يناير 2011  
(دراسة ميدانية على عينة من الشباب)  
إعداد الباحثة  
سيدة حسنين راغب أحمد

---

عناصر البحث

- مشكلة الدراسة.
- أهمية الدراسة وأهدافها.
- تساؤلات وفروض الدراسة.
- منهجية وأدوات الدراسة.
- المفاهيم الإجرائية للدراسة.
- مجالات الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- محتويات الدراسة.
- النتائج والتوصيات.

أولاً : إشكالية الدراسة:

تنطلق مشكلة الدراسة في البحوث الاجتماعية من مصادر عديدة، أبرزها: تحليل أدبيات العلم، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة. وترتبط مشكلة البحث بموقف غامض غير محدد، أو بقضية موضع اختلاف في وجهات النظر، ثم تدور عملية البحث في جوهرها حول جمع الحقائق والمعلومات التي تحيط بالظاهرة، والوصول إلى تفسيرات علمية تتعلق بموضوع الدراسة. وتعد اختيار مشكلة البحث من أهم خطوات إعداد البحوث العلمية؛ لأنها تؤثر في جميع الخطوات التي تليها. وانطلاقاً مما سبق، كان لابد من عرض مشكلة الدراسة الراهنة. تؤكد العديد من الدراسات والبحوث على أهمية التعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي التي تزايد دورها يوماً بعد يوم حتى أصبحت وسيلة للتغيير السياسي داخل

المجتمعات؛ ونظرًا لأهمية هذه المواقع ودورها الفاعل بالنسبة للشباب والمجتمعات، خاصة في مجال تنمية الوعي السياسي.

وفي هذه الدراسة سوف تتناول الباحثة مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك، واليوتيوب، والتويتز" ودورها في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي، وهل تؤثر في حياة الشباب بالإيجاب أو بالسلب من خلال ما حدث في ثورة 25 يناير 2011.

#### أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الراهنة أهميتها من كونها تلقي الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب في ضوء ثورة 25 يناير، كما أن الدراسة تواكب التغيرات السياسية في المجتمع المصري.

#### الأهمية العلمية:

تُعَدُّ هذه الدراسة محاولة علمية لتقديم المزيد من البحوث والدراسات، إذ إنها تسهم في إثراء فرع من فروع علم الاجتماع، وهو علم الاجتماع السياسي.

- بناء إطار نظري يُوضِّح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي في ضوء ثورة 25 يناير 2011.

- الإسهام في إلقاء الضوء على مفاهيم مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي.

الأهمية المجتمعية :

تسعي هذه الدراسة إلى فَهْم الدور التي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب، وذلك من خلال:

- محاولة الخروج ببعض النتائج والتوصيات لنشر الوعي السياسي وكيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي بالإيجاب وليس بالسلب.

- الإسهام في وضع مقترحات تساعد على تنمية الوعي السياسي للشباب في ظل المجتمع الحديث.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس، هو: " التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب في ضوء ثورة 25 يناير 2011. ويتفرع من هذا الهدف مجموعة أهداف فرعية:

- محاولة رصد وتحليل الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب.
- التعرف على درجة تفاعل الشباب مع مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على الدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على كيفية استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وكيف أسهم هذا في قيام ثورة 25 يناير 2011.
- التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها نظام للاتصال السياسي والاجتماعي بين الشباب.
- التعرف على مدى ثقة الشباب في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على مدى إلمام الشباب بالمصطلحات والمفاهيم السياسية وكل ما يتصل بالنظام السياسي.
- التعرف على مدى مشاركة الشباب في الحياة السياسية.

#### تساؤلات الدراسة:

تنطلق الدراسة من تساؤل رئيس مؤداه:

إلى أي مدى تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب؟  
وينبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1. ما الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب؟
2. ما درجة تفاعل الشباب مع مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ما الدوافع الكامنة وراء استخدام الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي؟
4. كيف يستخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي؛ وكيف أسهم هذا في قيام ثورة 25 يناير 2011؟

5. ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي كنظام للاتصال السياسي والاجتماعي بين الشباب؟
6. ما مدى ثقة الشباب في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي؟
7. ما مدى إلمام الشباب بالمصطلحات والمفاهيم السياسية وكل ما يتصل بالنظام السياسي؟
8. ما مدى مشاركة الشباب في الحياة السياسية؟

### فروض الدراسة:

1. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي.
2. وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي للشباب.
3. وجود تأثير مهم ومعنوي بين مقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي للشباب.
4. وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي للشباب.
5. وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين دور الفترة الزمنية في استخدام الشباب لهذه المواقع وتشكيل الوعي السياسي لديهم.

### نمط الدراسة وانتماءاتها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive studies التي تهدف إلى وصف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب في ضوء ثورة 25 يناير 2011.

كما تنتمي هذه الدراسة إلى علم الاجتماع السياسي.

### منهج الدراسة:

لا يمكن لأي بحث من الأبحاث السوسولوجية أن يتمحور بنائياً ووظيفياً، إلا إذا أمكن للباحث تحديد المنهج والأداة في الحصول على أكبر قدر من المعلومات التي تخدم بحثه وقد طبقت الدراسة الميدانية على عينة من الشباب الجامعي بجامعة المنيا في الفترة من ديسمبر 2014 إلى مايو 2015، واستخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي Social Survey ، لأنه من أحد الأساليب التي تستخدم في الدراسات الوصفية، حيث يمثل أحد الأساليب المنظمة للحصول على المعلومات التي تصف الخصائص المميزة لمجتمع معين، ويتلاءم هذا المنهج مع طبيعة الدراسة الراهنة.

### مفاهيم الدراسة:

#### 1- مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي مساحات افتراضية في شبكة الإنترنت، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية واستخدام الأدوات الاتصالية المتنوعة للتفاعل والتواصل مع من يعرفونهم، كما أنها مساحات متخصصة للمستخدمين من ذوي الاهتمامات المشتركة للتواصل مع بعضهم البعض بطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها<sup>(1)</sup>.

وعرفها بويد واليسون Boyed & Eillson بأنها: مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد من خلال عملية الاتصال. وهي خدمات عبر شبكة الإنترنت تسمح للأفراد بما يلي:

- بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد.

- توضيح لائحة خاصة للمستخدمين الذين يشاركون في عملية الاتصال<sup>(2)</sup>.

وعرفها Mayfield: بأنها مجموعة من وسائل الإعلام على الإنترنت، تشترك في

الخصائص التالية:

المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقي.

الانفتاح: خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، وتبادل المعلومات والتعليقات.

المحادثة: فهي تعتمد على المحادثة باتجاهين عكس وسائل الإعلام التقليدي.  
التجمع: فهي تتيح التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال<sup>(3)</sup>.

### التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

"هي صفحات على شبكة الإنترنت ذات طابع اجتماعي تتيح عملية التواصل والتفاعل بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة من خلال ما تقدمه من خدمات للمستخدمين مثل تبادل المعلومات ومقاطع الفيديو، وإجراء المحادثات عبر المجتمع الافتراضي، كما أنها تفتح المجال على مصراعيه للأفراد لإبداء آرائهم في القضايا بحرية غير مسبقة، لا تحدث في المجتمع الواقعي.

وترى الباحثة أنه برغم وجهات النظر حول المفهوم إلا أنه يمكن ملاحظة أن هناك اتفاقاً في التعريفات الخاصة بالمفهوم على أنه يتكون من:

- أداة للتواصل عبر المجتمع الافتراضي.
- مساحات متخصصة للمستخدمين ذوي الاتجاهات المشتركة.
- تقدّم خدمات متنوعة عابرة المكان والزمان.

ومن هنا يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي هي شبكات عالمية تتيح الفرصة للتواصل بين الأفراد عبر العالم من خلال الفضاء المعلوماتي تضم في رحابها ملايين البشر. ويمكن من خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها.

## 2- الوعي السياسي:

يلعب الوعي السياسي أكثر الأدوار نشاطاً في المجتمع، لأنه يمثل حلقة الوصل بين الاقتصاد ومختلف أنواع الوعي الاجتماعي، ويمتاز الوعي السياسي بكونه موجهاً ومنصباً حول هدف ما، أي أنه يعكس الوجود الاجتماعي في أهداف معينة.

عرفه حسن طنطاوي بأنه "معرفة الشباب بالقيادات والمؤسسات وإدراكه بالقضايا السياسية على المستويات المحلية والإقليمية والدولية، وكذلك ممارسته لبعض الأنشطة السياسية،

مثل: الترشيح للاتحادات الطلابية، والتصويت في الانتخابات، والانضمام لأحد الأحزاب، وحضور الندوات وغيرها<sup>(4)</sup>.

وهناك من ينظر إلى الوعي السياسي من ذات المنظور الاجتماعي الوظيفي باعتباره "مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويحللها ويحكم عليها، ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها. ومعني هذا أن الوعي السياسي له جوانبه المعرفية المتمثلة في تبني المعتقدات والقيم والاتجاهات السياسية، كما أنه له أيضا جوانبه السلوكية المتمثلة في المشاركة السياسية من أجل تغيير أوضاع المجتمع، أو على الأقل إصلاحها وتطويرها"<sup>(5)</sup>.

كما نجد هناك اتجاهات لدى البعض الآخر لتحليل المفهوم واستخدامه في ضوء بعض الفئات الاجتماعية، فالوعي السياسي لدى الشباب مثلا يعني إدراكهم للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعهم، ودورهم في العملية السياسية، ومشاركتهم الفعلية<sup>(6)</sup>.

### التعريف الإجرائي للوعي السياسي وهو:

مدى إلمام الشباب الجامعي بالمعلومات والمعارف والمفاهيم السياسية حول نظامه السياسي، ومعرفته بالقضايا السياسية سواء على المستوى المحلي أو الدولي أو العالمي، وقدرته على تحليل وتفسير الأحداث والمشكلات السياسية من زوايا متعددة، والرغبة في تغيير الواقع السياسي من خلال البحث عن حلول للمشكلات السياسية، وممارسة كافة حقوقه وواجباته، مما يدفعه للمشاركة الفعالة في الحياة السياسية.

وترى الباحثة أن الإنسان لا يكون واعياً ووعياً سياسياً مناسباً لمجرد متابعته للأحداث السياسية، وتحديد موقف من زعيم ما أو حزب ما، بل إن الوعي السياسي الجوهرى هو الذي يتحول إلى سلوك وعادة يمارسه الإنسان تلقائياً بدون تفكير.

### 3- ثورة 25 يناير:

هي انطلاق شباب مصر يوم 25 يناير 2011 في مظاهرة للتعبير عن حلمهم بمستقبل أفضل لبلادهم من خلال دعوة نشطاء الإنترنت للشعب المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فكانت مظاهرات سلمية أدت إلى سقوط النظام الحاكم في 18 يوماً<sup>(7)</sup>.

إن ثورة 25 يناير 2011 ثورة اجتماعية كاملة بمعنى الكلمة، إذ شكلت حدثاً فاصلاً ونقطة كبرى بين نظامين، وكانت هناك عوامل بمثابة الوقود الذي أشعل الثورة يمكن إيجازها في:

- الفساد السياسي.
- غياب العدالة الاجتماعية.
- غياب شبه كامل للحريات العامة والأساسية.
- بروز فوارق بين الطبقات<sup>(8)</sup>.

فقد قامت ثورة 25 يناير بعد شرارة أطلقتها طليعة ثورية عصرية ولكنه وصلت إلى الشارع والميادين، بعد أن تبنتها شريحة من المصريين تتسم بالوعي والجرأة والمغامرة من مختلف الطبقات والفئات الاجتماعية والتعليمية، فهي ثورة عابرة للطبقات والأيدولوجية، واتسمت بالسلمية وعنصر المفاجأة، وقفت ضدها في البداية النخب الإعلامية والسياسية، ولكن مع



ثبات الثورة والثوار تحولت الكفة تدريجياً، وقفزت النخبة من مركب النظام الغارق لتدعي اللحاق بركب الثورة<sup>(9)</sup>.

#### 4- الشباب:

هناك صعوبة في إيجاد وتحديد واضح لهذا المفهوم، لأنه يتسع للعديد من الاتجاهات التالية:

الاتجاه البيولوجي: وهذا الاتجاه يؤكد الحتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية أو طور من أطوار الإنسان الذي يكتمل فيه نضجه العضوي والعقلي، والذي يبدأ من سن 15-25، وهناك من يحددها من 13-30.

الاتجاه السيكولوجي: يرى هذا الاتجاه أن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة ولثقافة المجتمع من جهة أخرى، بدءاً من سن البلوغ وانتهاءً بدخول الفرد إلى عالم الراشدين، حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي، وهذا التعريف يحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية والثقافية المكتسبة من المجتمع.

الاتجاه السوسولوجي: ينظر هذا الاتجاه للشباب باعتبارهم حقيقة اجتماعية، وليس ظاهرة بيولوجية فقط، بمعنى أن هناك مجموعة من الخصائص والسمات إذا توافرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شباباً<sup>(10)</sup>.

وهناك نسبة اتفاق على أن الشباب هم مرحلة العمر الذي تتميز بالقابلية للنمو من النواحي الجسمية والاجتماعية، والنفسية، والعقلية، والقدرة على الإبداع والابتكار، وبالتالي المشاركة في إحداث التغيير والتطوير في المجتمع<sup>(11)</sup>.

فمرحلة الشباب هي المرحلة العمرية الأكثر ميلاً للواقع، والتي تتميز بالحياة والحيوية واليجابية والديناميكية المتجددة، لذلك يكون الشباب أكثر استعداداً للتغيير والأخذ بأساليب ووسائل التطور لتكوين المهارات الضرورية العلمية والمعرفية والمفاهيم المتعلقة بالحقوق والواجبات، والاندماج في المجتمع بأنظمتها المختلفة للوصول إلى فهم أكبر للواقع المحيط به وللحياة ككل<sup>(12)</sup>.

وتمثل مرحلة الشباب نموًا طفرًا وانتقالًا من مرحلة اللانضج في الطفولة إلى النضج في سن الشباب ويطلق عليها Youth Hood، وبالرغم من اختلاف آراء الباحثين حول تحديد بداية ونهاية هذه المرحلة إلا أن هناك شبه اتفاق على أن مرحلة الشباب تمثل فترة التحول الكبرى في حياة الإنسان من حالة الطفولة والاعتماد على الغير إلى حالة يتم فيها الاعتماد على النفس، واكتمال النمو الجسمي والعقلي والعاطفي<sup>(13)</sup>.

### أدوات الدراسة:

استخدمت الباحثة استمارة استبيان، ومقياس للوعي السياسي، من خلال استخدام نموذج ليكرت الثلاثي والذي يتكون من: 1- أوافق. 2- غير موافق. 3- موافق إلى حد ما. من خلال توزيع المقياس على عينة الدراسة والتي اقتصرت على الفرقة الرابعة بالكلية العملية والنظرية بجامعة المنيا.

### مجالات الدراسة:

#### 1- المجال البشري:

يُقصد بالمجال البشري حجم العنصر البشري أو عدد أفراد المؤسسة التي أجريت فيها الدراسة. ولما كانت هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب، فسوف تأخذ الدراسة عينة من الشباب في جامعة المنيا ممثلة الكليات النظرية والكليات العلمية.

#### 2- المجال الجغرافي:

ويُقصد به: النطاق المكاني لإجراء الدراسة، فقد تم إجراء الدراسة في جامعة المنيا ممثلة الكليات النظرية والعلمية.

#### 3- المجال الزمني:

ويقصد بالمجال الزمني: الوقت الذي استغرقته هذه الدراسة، ويُقسم المجال الزمني إلى

مرحلتين:

**المرحلة الأولى:** مرحلة الاطلاع المكتبي والتأصيل النظري؛ للوقوف على المفاهيم الأساسية والاتجاهات النظرية المرتبطة بموضوع الدراسة، وقد استغرقت هذه المرحلة حوالي سنتين وخمسة أشهر.

**المرحلة الثانية:** تتضمن الدراسة الميدانية، وتحليل البيانات، وكتابة التقرير النهائي، وصياغة نتائج وتوصيات الدراسة، وقد بدأت من يناير 2015 م وحتى يوليو 2015م.

### عينة الدراسة Sampling

يُعدُّ تحديد العينة من الصعوبات التي تواجه الباحث، فهي المرآة العاكسة لنتائج البحث، وعليه فعملية اختيارها وتحديدتها تُعدُّ أساسية، حيث تعرف العينة أنها: مجموعة جزئية من المجتمع الإحصائي يتم اختيارها بعناية.

### طريقة اختيار العينة:

تمَّ حصر طلاب وطالبات الفرقة الرابعة بالكليات العملية والنظرية بجامعة المنيا، ثم تم سحب عينة عشوائية طبقية متناسبة مع حجم مجتمع الدراسة لكي تمثله أفضل تمثيل، وتعمل على تحقيق أهداف الدراسة، حيث بلغت مفردات العينة 300 مفردة حسب تواجدهم في المجتمع الأصلي.

تم اختيار عينة طبقية نسبية من طلاب الفرقة الرابعة ممثلة الكليات النظرية والعلمية.

وفقا للمعادلة الآتية :

$$n = \left[ \frac{Z_{\alpha/2} / Q}{E} \right]^2$$

حيث إن القيمة الحرجة أسفل المنحنى الاعتنالي  $Z_{\alpha/2} = 1.96$

لأن  $Z_{\alpha} = 3.92$

$1.96^2 = \dots$

و E هي الخطأ المعياري = 1

و Q الانحراف المعياري للمجتمع = 2

## الدراسات السابقة:

(1) دراسة أسامة محمد مكية (2013) بعنوان: " دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي

لدى الشباب السوري " دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري. تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات السورية.

وتوصلت الدراسة إلى:

- أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة تستخدم الإنترنت بصفة دائمة، وهي نسبة 93.4% من إجمالي عينة الدراسة.

- أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين يستخدمون الإنترنت لعدة أمور مع بعضها، وليس لغرض واحد.

- أكثر من نصف المبحوثين مشتركون في موقع الفيس بوك.

(2) دراسة نها محمود الأسوددي (2013) بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في

إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي العام ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير

2011:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي العام ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011.

استخدمت الدراسة عينة مكونة من 400 مفردة موزعة بالتساوي بين طلاب الجامعات المصرية " القاهرة، المنصورة، الأزهر، 6 أكتوبر.

توصلت الدراسة إلى:

- أن نسبة 51% من أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور إلى حد ما في مساعدتهم في اتخاذ قرار المشاركة في أحداث ثورة 25 يناير.

- أن نسبة 50% من أفراد العينة اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات في أثناء الثورة.

**(3) دراسة لوسيا Lucia vesnic –Alujevic (2012): بعنوان: "المشاركة السياسية والويب 2.0 في أوروبا: دراسة حالة على الفيس بوك":**

تهدف الدراسة إلى الحصول على نموذج للمشاركة السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي في أوروبا، مع التركيز على السياسية الأوروبية وعلى استخدام الفيس بوك في الاتصال السياسي، وإذا كان يمكن أداء المزيد من المشاركة، وإدراج أكثر من المواطنين في العمليات السياسية على مستوى الاتحاد الأوروبي.

واستخدمت الباحثة استطلاع على الإنترنت الذي نشر على الفيس بوك. وكانت العينة 361 من المشاركين من دول الاتحاد الأوروبي الذي تزيد أعمارهم عن 18 عاما. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- أن الفيس بوك يساعد على وصول الحملة السياسية ليس فقط لهذه الفئة المستهدفة.
- علاوة على ذلك دورها في نشر المعلومات التي حصلت عليها للآخرين خلال الحملة على الرغم من الاختلافات في المشاركة في مختلف الأعمال والأحداث.
- أثبتت النتائج أن هذا الاختلاف لا وجود له على الفيس بوك، وكانت المشاركة في النقاش السياسي، أو إعادة توجيه المعلومات السياسية.

**(4) دراسة Patrick Vdende (2012) بعنوان "الاتصال الجماهيري والوعي السياسي وسلوكيات التصويت في الانتخابات الرئاسية في نيجيريا 2011".**

تهدف الدراسة إلى توضيح مدى تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على سلوكيات التصويت في الانتخابات الرئاسية في عام 2011، وبالرغم من أن وسائل الإعلام الجماهيرية لم تكن كافية، إلا أنها لعبت دورًا مهمًا في خلق وعي عام بالعملية السياسية، وتحديد مستوى الوعي السياسي بين الناخبين النيجريين.

تم إجراء مسح لهذه الدراسة، وذلك لأنه لأنه منهج غير مكلف، وتم إجراء استبيان على المبحوثين بغرض الحصول على المعلومات المطلوبة، وقد وصل إجمالي العينة إلى 500 مبحوث.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- اتضح أن غالبية المبحوثين بنسبة 96.8% قد ردوا ردودًا إيجابية أفادت بأنهم تعرضوا لوسائل الإعلام الجماهيرية السياسية، في حين وافق 34% من المبحوثين على أنهم كانوا يتمتعون بمعرفة معقولة عن العملية التصويتية.

### تحليل وتفسير النتائج:

#### توصلت الدراسة في جانبها النظري إلى:

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشباب، وخاصة مع مجريات الأحداث السياسية في البلاد، فما جرى في مصر من أحداث سياسية شكلت علامة فارقة في تغيير صورة الشعب النمطية، وأعادت الحياة إلى مفاهيم كانت غائبة عن الواقع المصري، مثل: الحرية، والديمقراطية، والعدالة، والمساواة، وأظهرت علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالتغيير السياسي وبالشباب، ومقدرتها على صُنْع الثورات أو قيادتها أو تنظيمها. وجاءت ثورة 25 يناير لتؤكد هذا الدور فحينما جاءت لحظة الثورة كشفت مواقع التواصل الاجتماعي عن كل أسلحتها في متابعة ونشر مجريات الأحداث في هذه اللحظات الفارقة في تاريخ الشعب المصري.

وعندما اكتشف الشباب دور مواقع التواصل الاجتماعي حولها لوسيلة التواصل السياسي، فأصبحت أداة للتغيير السياسي، ووجد الشباب الدافع للتعبير عن الرأي، وعاد الأمل من جديد، وزاد الوعي السياسي للمواطنين، فانقلبت الثورة من مجرد ثورة افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي إلى ثورة حقيقية على أرض الواقع.

لذلك تُعد هذه المواقع إحدى وسائل تشكيل الوعي السياسي في الوقت الراهن من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب مبتكرة.

اتضح من التحليل السابق للدراسة النظرية والبيانات الميدانية، وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي للشباب، وتعرض الباحثة فيما يلي لأهم هذه النتائج على النحو الآتي:

توصلت الدراسة إلى أن نسبة 50.7% من أفراد العينة حريصون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ونسبة 49.3% يستخدمونها أحيانًا، وهذا يعني

ارتفاع نسبة منْ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة لها نبيل الإسوددي (2012)، حيث توصلت إلى أن نسبة 65.8 يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.

#### تفسير نتائج الدراسة في ضوء فروض الدراسة :

اتضح من التحليل السابق للدراسة النظرية والبيانات الميدانية نجاح العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي للشباب. وتعرض الباحثة فيما يلي لأهم هذه النتائج على النحو التالي:

**الفرض الأول ( وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي ).**

- ثبوت صحة الفرض الأول، وهو: وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي السياسي بأبعاده المختلفة، حيث بلغت معاملات الارتباط
- توصلت الدراسة إلى أن معظم الباحثين بنسبة 46.3% مشتركون في المجموعات السياسية؛ وذلك يعني أن الشباب يدخلون على المواقع السياسية أكثر من المواقع الأخرى وذلك لمتابعة الأحداث السياسية التي تمر بها البلاد، تليها المواقع الرياضية بنسبة 24.4%، ثم المواقع الدينية بنسبة 12.6%، تليها المواقع الأخرى بنسبة 12.6%، وأخيرا المواقع الاجتماعية بنسبة 4.1%.
- أن النسبة العظمى من عينة الدراسة يتابعون القضايا السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50.4%، تليها نسبة 49.6% لا يتابعون القضايا السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ميريديث، جسيكا، مارلو، حيث توصلت إلى أن الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي خلق وسائل جديدة لمتابعة القضايا السياسية والمشاركة السياسية .
- أن النسبة العظمى من عينة الدراسة شاركت في الأنشطة السياسية التي دعت إليها مواقع التواصل الاجتماعي ولكن بعد ثورة 25 يناير 2011 وهي تمثل 67.8%، تليها نسبة

- 32.2% لا يشاركون في أي أنشطة سياسية دعت إليها مواقع التواصل الاجتماعي بعد الثورة.
- أن نسبة 45.6% من عينة الدراسة ساهمت المضامين المطروحة لديهم في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية ولكن بدرجة متوسطة، تليها نسبة 37.4% ساهمت المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية ولكن بدرجة ضعيفة، ثم نسبة 17% من عينة الدراسة ساهمت المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية ولكن بدرجة كبيرة.
- أن النسبة العظمى من الباحثين ساهمت المضامين المطروحة لديهم في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية ولكن بدرجة متوسطة.
- أن النسبة الكبرى من الباحثين يرون أن لمواقع التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في تجميع متظاهري 25 يناير 2011، بنسبة 75.6%، تليها نسبة 21.9% يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تجميع متظاهري ثورة 25 يناير 2011 ولكن دور ليس فعالاً. ونسبة 2.6% يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ليس لها دور في تجميع متظاهري 25 يناير 2011. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة M Peisker (2011) حيث توصلت إلي أن لمواقع التواصل الاجتماعي دورًا ملموسًا في التغييرات التي حدثت في مصر، وما قدمته من خدمات أتاحت التواصل بين متظاهري 25 يناير 2001.
- أن النسبة العظمى من الباحثين ترى أن المواقع الثلاثة (الفييس بوك، والتويت، واليوتيوب) لعبت دورًا متماثلاً في قيام ثورة 25 يناير 2011، تليها نسبة 41.5% يرون أن الفييس بوك لعب دورًا أكبر في إحداث ثورة 25 يناير، ثم نسبة 5.9% ترى أن التويت لعب دورًا أكبر، تليها نسبة 4.8% ترى أن اليوتيوب هو الذي لعب دورًا أكبر في إحداث الثورة.
- أن نسبة 41.9% اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات أثناء الثورة، ولكن اعتمدوا بدرجة متوسطة، تليها نسبة 40% لم يعتمدوا عليها، وأخيرا نسبة 17.1% اعتمدوا عليها بدرجة كبيرة.



- أن نسبة 63.8% من الباحثين اهتموا بمتابعة القضايا السياسية في مصر بعد الثورة، تليها نسبة 35.2% من الباحثين لم يهتموا بمتابعة القضايا السياسية عقب ثورة 25 يناير.
- أن الباحثين الذين اهتموا بمتابعة القضايا السياسية عقب الثورة منهم نسبة 57.1% اهتموا بمتابعة القضايا السياسية عقب الثورة؛ لفهم ما يدور حولهم من أحداث، تليها نسبة 31.4% لمعرفة وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا، ونسبة 5.7% للحصول على معلومات يتحدثوا فيها مع الآخرين، ونفس النسبة السابقة أيضا لتجعلهم جزءًا من الأحداث.
- أن نسبة 53% من الباحثين تتابع القضايا السياسية في مصر عقب الثورة من خلال الإنترنت، تليها القنوات الفضائية بنسبة 44%، ثم الصحف القومية بنسبة 2%، ثم الصحف العالمية بنسبة 1%.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة في أي نشاط سياسي دعت إليه مواقع التواصل الاجتماعي قبل الثورة.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة في أي نشاط سياسي دعت إليه مواقع التواصل الاجتماعي بعد الثورة.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة (كبيرة - متوسطة - ضعيفة) وبين مساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واعتقاد الباحثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تجميع متظاهري ثورة 25 يناير 2011.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ قرارات بالمشاركة في ثورة 25 يناير 2011.

- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن القضايا والأحداث السياسية.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011.

### الفرض الثاني (وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي للشباب)

- إذن يثبت صحة الفرض الثاني، وهو: وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي للشباب
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وبين أهمية تلك المواقع.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتعبير عن الآراء بحرية.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدام المواقع.
- حيث كشفت الدراسة عن أن نسبة 50.7% من أفراد العينة حريصون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ونسبة 49.3% يستخدمونها أحياناً، وهذا يعني ارتفاع نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.
- يثبت صحة الفرض وهو: (جود تأثير مهم ومعنوي بين مقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي للشباب.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وبين زيادة المعرفة عن القضايا السياسية.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين درجة الثقة في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وبين اتخاذ قرار بالمشاركة في ثورة 25 يناير 2011 .

- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الثقة في المعلومات التي تقدمها المواقع.
- وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها المواقع.
- أن معظم المبحوثين يثقون في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 59% من عينة الدراسة، في حين أن نسبة 41% من أفراد العينة لا يثقون في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك يوضح مدى ثقة الشباب في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، والسبب الرئيس وراء اعتمادهم الشباب على هذه المواقع.
- أن نسبة 63.7% من عينة الدراسة يثقون في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ولكن بدرجة متوسطة، تليها نسبة 23.3% لا يثقون في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة قليلة من المبحوثين تمثل 13% يثقون بدرجة كبيرة في المعلومات. وذلك يعني أن معظم المبحوثين يثقون بدرجة متوسطة في المعلومات، وذلك لأن المعلومات تتنوع ما بين الحقيقة والشائعات.

#### الفرض الرابع (وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي)

- حيث ثبت صحة هذا الفرض، وهو: وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الدافع وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي.
- أن أغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في إرسال تعليقات وآراء للأصدقاء بنسبة 59.6%، تليها في المرتبة الثانية استخدام مواقع التواصل لمشاهدة مقاطع الفيديو بنسبة 17.4%، ثم تليها في المرتبة الثالثة استخدامها للاطلاع على صفحات المستخدمين بنسبة 12.6%، وكتابة المذكرات في صفحتي الشخصية بنسبة 8.9%، وأخيراً استخدامها للأشياء أخرى بنسبة 1.5%، وذلك يوضح أن الشباب يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إرسال تعليقات وآراء للأصدقاء، أي للتواصل

الاجتماعي معهم، تليها مشاهدة مقاطع الفيديو المتصلة بالأحداث. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة خالد جمال عبده (2013)، حيث توصلت إلى أن معظم أفراد العينة يتواصلون عبر هذه المواقع ويقومون بإرسال آراء وتعليقات حول المنشورات التي تنشر على هذه المواقع، والتعرف على الآراء المختلفة في القضايا المتنوعة.

- أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد ما للتعبير عن الآراء بسهولة بنسبة 85.9%، تليها نسبة 20.7% لا يستطيعون التعبير عن آرائهم بسهولة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تليها نسبة 20.4% يستطيعون التعبير عن آرائهم بسهولة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبد القوي (2009)، حيث توصلت إلى أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية، كانت بدرجة كبيرة من السهولة والحرية في إبداء الرأي في القضايا المثارة.

- أن نسبة 60.7% من المبحوثين عينة الدراسة يرون أن أفضل طريقة للتعبير عن آراء جماعة معينة هي إتباع الإجراءات القانونية، وذلك خوفاً من الاشتباك مع الحكومة، تليها نسبة 36.3% يرون أن الأفضل إنشاء جروبات تضم مؤيدي هذه المطالب على الفيس بوك، لتوصيل آرائهم بسهولة إلى الجهات المختصة، وأخيراً نسبة 3% يرون أنه من الأفضل تنظيم مظاهرة أو اعتصام.

- أن ذلك يوضح خوف الشباب بعد الثورة من الدخول في اشتباكات وتظاهرات مع الحكومة.

- أغلب المبحوثين يرون أن من أسباب ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي تبادل الصور ومقاطع الفيديو مع الأصدقاء بنسبة 29.6%، تليها نسبة 21.9% يرون أنها تتيح لهم مساحة التعبير عن آرائهم، ثم نسبة 15.9% يستخدمونها للتسلية وقضاء وقت الفراغ، ونسبة 14.1% يستخدمونها للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم السياسية، تليها نسبة 10% يستخدمونها، لأنها بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحف والتلفاز، تليها نسبة 8.6% يستخدمونها، لأنها تثير اهتمامهم لمتابعة القضايا السياسية.

- أن نسبة 83.3% من عينة الدراسة لم يشاركوا في أي نشاط أو حدث دعت إليه مواقع التواصل الاجتماعي قبل ثورة 25 يناير 2011، تليها نسبة 16.7% شاركوا في أنشطة دعت إليها مواقع التواصل الاجتماعي قبل الثورة.
  - وذلك يوضح أن النسبة العظمى من الباحثين لم يشاركوا في أي نشاط دعت إليه مواقع التواصل الاجتماعي قبل الثورة وهذا يرجع إلى أن معظم الباحثين لم تكن تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي قبل ثورة 25 يناير، لأنها اشتركت في هذه المواقع منذ حدوث ثورة 25 يناير.
  - أن ثمة نسبة لم تشارك في أي نشاط دعت إليه مواقع التواصل الاجتماعي، ومرجع ذلك أنهم لم يتعودوا على المشاركة في أي أنشطة دعت إليها مواقع التواصل الاجتماعي قبل الثورة، ويمثلون نسبة 46.3%، تليها نسبة 44.4% يرون أن المشاركة في أنشطة يدعو إليها الناشطون تمثل خطورة، وأخيراً نسبة 9.3% يرون أن المشاركة ليس لها تأثير.
  - أن نسبة 40% من الباحثين لم تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي في اتخاذ قرار بالمشاركة في ثورة 25 يناير 2011، تليها نسبة 37.4% من الباحثين ساعدتهم مواقع التواصل الاجتماعي على اتخاذ قرار المشاركة في الثورة، ونسبة 22.6% ساعدتهم إلى حد ما.
  - أن نسبة 63.7% من الباحثين لا يتابعون ردود أفعال الدول العربية تجاه ثورة 25 يناير 2011، ونسبة 36.3% يتابعون ردود أفعال الدول العربية تجاه ثورة 25 يناير 2011.
  - أن نسبة 63.7% من الباحثين لا يتابعون ردود أفعال الدول الأجنبية تجاه ثورة 25 يناير 2011، ونسبة 36.3% يتابعون ردود أفعال الدول الأجنبية تجاه ثورة 25 يناير 2011.
- الفرض الخامس (وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين دور المدة الزمنية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تشكيل الوعي السياسي)
- وجود علاقة دالة إحصائية بين المدة الزمنية اليومية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية في مصر قبل ثورة 25 يناير 2011.

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين المدة الزمنية اليومية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بمتابعة القضايا السياسية في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011.
- حيث أظهرت الدراسة أن نسبة 38.1% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات فأكثر، وذلك يُوضِّح أن أغلب المبحوثين يقضون وقتاً طويلاً أمام مواقع التواصل الاجتماعي. تليها نسبة 35.6% يقضون من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، ونسبة أقل من المبحوثين يقضون أقل من ساعة بنسبة 26.3%.. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نعيم المصري (2011)، حيث توصلت إلى أن نسبة 52% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تصل إلى أكثر من ساعتين يومياً.
- أن نسبة 67% من الشباب يدخلون على مواقع التواصل الاجتماعي من المنزل، وذلك يعني أن الإنترنت الآن أصبح في متناول الشباب في المنازل، والدخول على تلك المواقع من المنزل يتيح حرية في الاستخدام أكثر من خارج المنزل، تليها في المرتبة الثانية الدخول على المواقع من خلال الموبايل بنسبة 30%، وذلك يعني سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الموبايل لأنها متاحة في أي وقت . ثم الدخول على هذه المواقع من خلال مقاهي الإنترنت بنسبة 3%، وهي تمثل أدنى نسبة، لأن الشباب الآن متوفر لديهم الإنترنت في المنازل، وأيضاً وجود أجهزة الموبايل الحديثة لدى معظم الشباب؛ مما يوفر لديهم الدخول على هذه المواقع في أي وقت.
- أن معظم المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم مع وجود مصادر أخرى أقل أهمية، وهم يمثلون 64.8% من عينة الدراسة، تليها نسبة 23.7% من المبحوثين يرون أنها مصدر غير مفيد، ونسبة 11.5% من المبحوثين يرون أنها المصدر الأهم والوحيد. وذلك يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرًا مهمًا للشباب للحصول على المعلومات المختلفة مع وجود مصادر أخرى ولكن أقل أهمية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة 48.1% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 5 أيام فأكثر في الأسبوع، ونسبة 40.4% يستخدمونها من 3 - 4 يوم،

ونسبة 11.5% يستخدمونها من 1- 2 يوم، وهذا يعني أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي طوال أيام الأسبوع تقريبًا. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سماح الشهاوي (3009) حيث توصلت إلى أن النسبة الأكبر من الباحثين تستخدم الإنترنت بشكل يومي.

- توصلت الدراسة أن نسبة 21.1% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنتين، ونسبة 29.3% يستخدمونها من سنين إلى أقل من ثلاث سنوات، ونسبة 6.49% من ثلاث سنوات فأكثر.

#### النتائج الخاصة بالفروق بين المجموعات :

- وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعات الثلاث المستخدمة ( يومين - من 3 إلى 4 أيام - من 5 أيام فأكثر ) لمواقع التواصل الاجتماعي في البعد المعرفي للوعي السياسي لصالح المجموعة الثالثة، حيث كانت قيمة  $F = 3.31$  وهي دالة عند مستوى دلالة 0.05.

- وعدم وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعات الثلاثة فيما يتصل بالبعد الوجداني للوعي السياسي لصالح المجموعة الثالثة، حيث كانت قيمة  $F = 2.45$  وهي غير دالة.

- ووجود فروق دالة إحصائية بين المجموعات الثلاث فيما يتصل بالبعد السلوكي لصالح المجموعة الثالثة، حيث كانت قيمة  $F = 3.11$  وهي دالة عند مستوى دلالة 0.46

- وعدم وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعات الثلاثة فيما يتصل ببعد المهارات السياسية، حيث كانت قيمة  $F = 0.489$  وهي غير دالة إحصائية.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاثة وتشكيل الوعي السياسي لديهم لصالح المجموعة الثالثة. عند مستوي دلالة 0.037

- وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعة الأولى التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي (منذ أقل من سنتين - من سنتين إلى أقل من ثلاثة سنوات - من ثلاث سنوات فأكثر) لصالح المجموعة الثالثة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث سنوات فأكثر.

- وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعات الثلاثة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي (منذ أقل من سنتين - من سنتين إلى أقل من ثلاثة سنوات - من ثلاث سنوات فأكثر) لصالح المجموعة الثالثة التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث سنوات فأكثر.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي وغير المستخدمين لصالح مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال ما سبق ترى الباحثة أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور ملموس في تشكيل الوعي السياسي للشباب، ومن أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب نوع الثقافة السياسية المقدمة من خلال تكريث ثقافة المشاركة التي تؤدي لتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات السياسية كما يرى الباحثون في مجال الاتصال السياسي على أن تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور بارز ومؤثر في تحقيق النوع الأول من المشاركة السياسية وهي ثقافة المشاركة، لأنها إحدى سمات هذه المواقع التي تتيح مشاركة أعداد كبيرة حول القضايا السياسية المعاصرة وتساهم أيضاً في التوعية والتثقيف السياسي من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب مبتكرة.

- تمكين الشباب من التعبير عن آرائهم بحرية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي.
- تلعب مواقع التواصل الاجتماعي أدواراً عديدة، أهمها: سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم. وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة، "نظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات. وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحاً.

- استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تُقلص من عوائق المشاركة في الحوار السياسي في كل مكان

- جذب أعداد كبيرة من الناس.

- توجيه رسائل متزامنة تتخطى حدود المكان والزمان.

- المساهمة الفعالة في أحداث التغيير.

- تقديم ساحة لتداول المعلومات السياسية.



- توجيه مجال مفتوح للنقاش السياسي العام.
  - تقديم أداة لصحافة المواطن دون رقابة.
  - إمكانية الوصول للجماهير من أجل الحشد والتعبئة.
- ويتضح ذلك من خلال ما حدث في ثورة 25 يناير 2011، حيث استخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي كألية لحشد الجماهير، ودعوتهم إلى الثورة، وتعديل وظيفة هذه المواقع من كونها مواقع للتواصل إلى مواقع تستخدم للعمل السياسي. ونجاح شباب الفيس بوك في تحريك الحياة السياسية بشكل غير مسبوق.

وبالرغم من نجاح الثورة إلا أن هناك بعض الفئات حاولت تزييف الوعي السياسي وظنت أنه المحرك الرئيس للإجهاض الثورات، وتفكيك الجبهة الداخلية، وخلق الفرقة بين أفراد المجتمع، ففي ظل الثورات المتتالية في بلدان الربيع العربي، ومحاولات السيطرة والالتفاف عليها داخليا وخارجيا يبرز دور وحيوية الوعي السياسي لدى القوى السياسية الثورية، فالقوى المناهضة والمضادة لتلك الثورات تسعى بكل السبل والوسائل إلى تزييف الوعي السياسي لدى الجماهير ولدى القوى السياسية الداعمة لهذه الثورات من أجل الحد من قوة هذه الثورات ومن ثم إجهاضها والانتقاض عليها، ومن أجل العودة إلى ما كانت عليه البلاد.

#### التوصيات:

- 1- ضرورة توعية الأفراد من قبل الجهات المسئولة عن إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي وحثهم على استثمار الوقت في أثناء الاستخدام بالشكل الصحيح.
- 2- أهمية نشر ثقافة سياسية تزيد من درجة الوعي السياسي لدى الشباب، بما يحفزهم على ممارسة حقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية الفاعلة .
- 3- ضرورة أن تبدي مواقع التواصل الاجتماعي اهتمامًا أكبر بقضية المشاركة السياسية والمعرفة السياسية للشباب، وتوعيتهم بأساليب تمتلك عوامل الجذب والموضوعية والصرحة في التناول والمعالجة بما يزيد الثقة والمصدقية في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

- 4- تفعيل دور الجامعات والمؤسسات غير الحكومية للإسهام في التخطيط والتقييم فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات هادفة سياسياً واجتماعياً وثقافياً.
- 5- وضع آليات واستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المعلومات غير الهادفة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- إجراء المزيد من الدراسات والبحوث عن مواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في حياة الشباب بعد ثورة 25 يناير 2011.
- 7- عمّل ندوات ومؤتمرات لزيادة الوعي السياسي للشباب، وتقديم برامج فاعلة لهم، مما يؤدي إلى مشاركة سياسية فاعلة.
- 8- على الحكومة المصرية النظر إلى مواقع التواصل الاجتماعي على أنها فرص تحمل كثيراً من الخصائص والفوائد بدلاً من النظر إليها بعين الريبة والحذر. فهذه المواقع هي وسيلة فاعلة للحكومات للتواصل مع المواطنين والتفاعل معهم ومعرفة قضاياهم.
- 9- على الحكومة المصرية أيضاً أن تعمل على توظيف تلك المواقع الاجتماعية في كافة مؤسساتها بشكل مخطط ومدرّس يهدف إلى تسهيل تقديم الخدمات الحكومية للمواطنين والتفاعل معهم ومعرفة شكواهم وملاحظاتهم، وأن يتم ذلك بشكل مؤسسي مدرّس وليس شخصياً.

### المصادر والمراجع

- (1) أحمد تهامي عبد الحفي "الشارع والتغيير الثوري في مصر"، مجلة الديمقراطية، السنة الثالثة عشر، العدد 52، أكتوبر 2013، ص 147.
- (2) أسامة محمد مكيبة (2013) "دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري" دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير، قسم العلاقات العامة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (3) أماني محمد السيد محمود "مدي اعتماد الشباب المصري على شبكة الإنترنت في متابعة القضايا العربية، بالتطبيق على القضية الفلسطينية" رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2010.
- (4) حسن طنطاوي "الوعي السياسي لدى طلاب المرحلة الثانوية في مصر، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة عين شمس، 1993.
- (5) عمرو محمد اسعد "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية"، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، والتلفزيون جامعة القاهرة 2007.
- (6) غادة سيف ثابت " دور الإعلان التلفزيوني في السلوك الشرائي للشباب المصري "رسالة ماجستير غ،م، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2003.
- (7) لطيفة إبراهيم خضر: "الديمقراطية بين الحقيقة والوهم" عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- (8) مجلس الوزراء " ثورة الشعب المصري " ملهمة شعوب العلم، تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، السنة الخامسة، العدد 50، فبراير 2011.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب في ضوء ثورة 25 يناير 2011  
(دراسة ميدانية على عينة من الشباب)

- (9) منال جاد الله " لغة الشباب ولغة الثورة " دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2011.
- (10) ميثاء سيف كنيش الهاملي: " الوعي السياسي للمرأة الإماراتية، واقعه ودور التعليم في تنميته، رسالة دكتوراه غ.م.م معهد الدراسات التربوية، قسم أصول التربية، جامعة القاهرة، 2012.
- (11) نحا نبيل الأسدودي (2012)، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، 2012.
- (12) وفاء عبد الخالق ثروت " المعالجة التليفزيونية لقضايا الشباب في التليفزيون الإقليمي " دراسة تحليلية لبرامج الشباب في القناة السابعة، مع دراسة ميدانية في جامعة المنيا، رسالة ماجستير غ.م، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، 1998.
- (13) Alujevic. L " Political Participation and web.2.0 in Europe: Acase study of facebook " In public Relations Review. In press Corrected proof 25 february 2012. Available on line: <http://www.Sciencedirect.com/science/article/pii.2012>.
- (14) Danah m. Boyd. Nicole B. Ellison. (2010): Social Network Sites; Definition. History and Scholarship. Journal of computer Mediated Communication. Vol. (13). (1) [online]<http://icmc.indiana.edu/vol13jssue1/boyed.ellison.html>.
- (15) Mayfield. A (2010). " What is Social media ". e-book. iCrossing.com. United Kingdom. Available: <http://www.pdfio.com/k-75620.html>
- (16) Patrick Vdende." Mass media. Political awareness and voting behavior in The Nigerias 2011 presi – dential collection. department of mass communication. university of Ilorin. 2011.

### الموامش

- (1) عمرو محمد اسعد "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية"، رسالة دكتوراه، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، والتليفزيون جامعة القاهرة 2007، ص102.
- (2) Danah m. Boyd. Nicole B. Ellison. (2010): Social Network Sites; Definition. History and Scholarship. Journal of computer Mediated Communication. Vol. (13). (1) [online]<http://icmc.indiana.edu/vol13jssue1/boyed.ellison.html>.
- (3) Mayfield. A (2010). " What is Social media ". e-book. iCrossing.com. United Kingdom. Available: <http://www.pdfio.com/k-75620.html>
- (4) حسن طنطاوي " الوعي السياسي لدى طلاب المرحلة الثانوية في مصر، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة عين شمس، 1993، ص 57.
- (5) ميثاء سيف كنيش الهاملي: " الوعي السياسي للمرأة الإماراتية، واقعه ودور التعليم في تنميته، رسالة دكتوراه غ.م.م معهد الدراسات التربوية، قسم أصول التربية، جامعة القاهرة، 2012، ص20.
- (6) لطيفة إبراهيم خضر: "الديمقراطية بين الحقيقة والوهم " عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص 161.
- (7) نحا نبيل الأسدودي (2012)، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، 2012، ص12.
- (8) مجلس الوزراء " ثورة الشعب المصري " ملهمة شعوب العلم، تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، السنة الخامسة، العدد 50، فبراير 2011، ص2.

- (9) أحمد تهامي عبد الحي "الشوارع والتغيير الثوري في مصر"، مجلة الديمقراطية، السنة الثالثة عشر، العدد 52، أكتوبر 2013، ص147.
- (10) أماني محمد السيد محمود "مدي اعتماد الشباب المصري على شبكة الإنترنت في متابعة القضايا العربية، بالتطبيق على القضية الفلسطينية" رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، 3010، ص131.
- (11) وفاء عبد الخالق ثروت "المعالجة التلفزيونية لقضايا الشباب في التلفزيون الإقليمي" دراسة تحليلية لبرامج الشباب في القناة السابعة، مع دراسة ميدانية في جامعة المنيا، رسالة ماجستير غ.م، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، 1998، ص10.
- (12) منال جاد الله " لغة الشباب ولغة الثورة " دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2011، ص19.
- (13) غادة سيف ثابت " دور الإعلان التلفزيوني في السلوك الشرائي للشباب المصري "رسالة ماجستير غ،م، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2003، ص73.