بحوث قسم علم الاجتماع

الإعلام الشبكي و تنمية الثقافة السياسية لدي الشباب

دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة كفر الشيخ

ياسر سليمان محمد

" مدرس علم الاجتماع السياسي "

كلية الآداب – جامعة كفر الشيخ

Network media and the development of political culture among young people

A field study on a sample of Kafr El-Sheikh University students

ملخص:

حاولت هذه الدراسة بشكل رئيسي التعرف على دور الإعلام الشبكي في تدعيم وتنمية الثقافة السياسية لدي الشباب ، مع تحديد أهم مصادر الثقافة السياسية التي يعتمد عليها المبحوثين للحصول على معارفهم السياسية، وطبقت هذه الدراسة على عينة من طلاب جامعة كفر الشيخ، وتم الاستعانة بالمنهج المسحي لعينة مكونة من(٢٠٠) طالب وطالبة لتحقيق أهداف الدراسة والاجابة علي تساؤلاتها والتحقق من دوافع الاعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية للشباب، و توصلت الدراسة إلي النتائج التالية:

– كشفت الدراسة أن **Facebook** كان أكثر الوسائط التفاعلية التي يستخدمها الطلاب.

– أكدت الدراسة أن الغالبية العظمي من المبحوثين يعتقدون أن دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام الشبكي هي تنمية المعلومات والأفكار السياسية ، ومتابعة الأخبار والأحداث المحلية.

– أوضحت الدراسة أن المبحوثين يعتقدون أن وسائل الإعلام الشبكي هي المصدر الرئيسي لثقافتهم السياسية من خلال الأخبار، والتي تشمل مختلف المواضيع والأنشطة السياسية للحكومة والوزراء.

– الغالبية العظمي من المبحوثين لا يتابعون أخبار الأحزاب السياسية لأنهم غير مهتمين بالنشاط السياسي أو متابعة أنشطة الأحزاب السياسية في مصر أو المشاركة في العمل السياسي والحزبي، وذلك نظراً لغياب الدور الفعلي والحقيقي لتلك التكتلات السياسية في المجتمع المصري وإنحرافها عن دورها الرئيسي في الانتشار وكسب التأييد من المناصرين بصفة عامة والشباب بصفة خاصة .

– يعتقد الغالبية العظمي من المبحوثين أن وسائل الإعلام الشبكي تساهم في تطوير ثقافتهم السياسية وتوعيتهم بالأخبار والأنشطة السياسية للأحزاب السياسية والسياسيين في البلاد.

الكلمات المفتاحية: **الأعلام، الإعلام الشبكي ، الثقافة السياسية، الطالب الجامعي.**

Abstract :This study mainly tried to identify the role of the network media in strengthening and developing political culture among youth, with identifying the most important sources of political culture on which the respondents rely to obtain their political knowledge, and this study was applied to a sample of Kafr El Sheikh University students, and the survey method was used for a component sample. Of (٢٠٠) male and female students to achieve the objectives of the study and answer their questions and verify the motives of the network media in developing the political culture of youth, and the study reached the following results:

- The study revealed that Facebook was the most interactive medium used by students.

-The study confirmed that the vast majority of respondents believe that the motives for their exposure to online media are the development of information and political ideas, and following up on local news and events.

-The study showed that the respondents believe that the media is the main source of their political culture through news, which includes various political topics and activities of the government and ministers.

-The vast majority of respondents do not follow the news of political parties because they are not interested in political activity, following the activities of political parties in Egypt, or participating in political and party work, due to the absence of the actual and real role of those political groups in Egyptian society and their deviation from their main role in spreading and gaining support from Advocates in general and youth in particular.

- The vast majority of the respondents believe that the network media contributes to the development of their political culture and makes them aware of the news and political activities of political parties and politicians in the country.

Keywords: Media , Interactive Media, Political Culture, University Student.

مقـدمـة:

تطرح هذه الدراسة إشكالية الدور الذي يلعبه الإعلام الشبكي في تدعيم وتنمية الثقافة السياسية لدي الشباب بالتطبيق علي " طلاب جامعة كفر الشيخ" ، وتنطلق هذه الدراسة من مسلمة وهي أن الثورة المعلوماتية التي عرفها العالم في العصر الحالي ساهمت في بلورة العديد من الأفكار والاتجاهات، وحولت العالم إلي قرية كونية صغيرة نتج عنها ظهور وسائل الاتصال الحديثة التي تميزت بسهولة الاستخدام، والولوج السريع لخدماتها المتعددة مع قدرتها الفائقة على نقل المعلومات وتبادلها، ناهيك على أن هذه الوسائل ساعدت مستخدمي وسائل الاتصال الجماهيري من التفاعل فيما بينهم، وتبادل التجارب والأفكار والخبرات المختلفة، كما أسهمت هذه الثورة في ظهور المدونات والشبكات الاجتماعية كالفيسبوك والتويتر واليوتيوب وغيرها، وهذه الأدوات أو الوسائل لعبت دوراً حاسماً في خلق نقاشات حاسمة وجادة فيما يتعلق بالعديد من القضايا والاهتمامات المشتركة بين الأفراد على مستوي الشبكة العنكبوتية، خاصة فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والسياسية حيث انتقلت حلقات النقاش هذه إلي المجال السياسي حيث يحاول الأفراد الإطلاع على مختلف الأخبار السياسية والنشاطات السياسية التي تمارسها السلطة السياسية، إلي جانب نشاطات الأحزاب السياسية وغيرها من الأخبار حتى يبقي الأفراد على إطلاع دائم بمجريات الحياة السياسية في البلاد، وساهمت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على الإنترنت في تبادل الآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا، كونها ساحات مفتوحة للحوار حيث تتنوع هذه المنتديات والشبكات بصورة ملحوظة، تمثل الثقافة السياسية واحدة من أهم الظواهر المثيرة للاهتمام كونها تترك أثراً واضحاً على مستوي الفعل والممارسة، حيث يري دونالد ديفين أن السياسية هي ليست كل ثقافة المجتمع وإنما هي الجانب السياسي من ثقافات المجتمع (زايد الطيب، ٢٠٠٧، ص١٨٢).

وقد ارتبط بروز الاهتمام بالدور السياسي للإعلام السياسي بمنطقة الشرق الأوسط بالاحتجاجات التي أعقبت انتخابات الرئاسة الإيرانية في العام ٢٠٠٩ ،وسميت "ثورة تويتر " إضافة إلى "الثورة الخضراء" غير أن ذُروة هذا الاهتمام، إعلامياً وبحثياً، إنما جاءت مع انطلاق ما

يسمى "الربيع العربي " نهاية ٢٠١٠ وبداية العام ٢٠١١ ،والذي سارع عدد من الإعلاميين والباحثين الغربيين منهم خاصةً، إلى اعتبار ثوراته ناجمة أساساً عن وسائل التواصل الاجتماعي لاسيما "فيسبوك" و "يوتيوب" و "تويتر." (منار الرشواني، الإعلام الجديد والتغيير السياسي ، متاح على الرابط التالي)
http://www.mominoun.com/articles/categories/٣

وقد لعبت كل وسائل الإعلام الشبكي دورها في المجال السياسي حيث نجد:

– **شبكات التواصل الاجتماعي**: وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحولات في أنماط واتجاهات استخدامها، دوراً هاماً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية، وشهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية (**سعود صالح كاتب، ٢٠١١** ، ص. ١٧).

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أو بما يعرف بالإعلام الشبكي ثورة اتصالية رافقت الإعلام الجديد ، والذي يعتبر طاغياً ومنفلتاً ومتمرداً من أشكال الرقابة، فقد وجد فيه المواطن متنفساً حقيقاً للتعبير عن رغباته وما يجول بخاطره من تغيرات وجبت أن تحصل في مجتمعه وأهمها التغيير السياسي (**أمنه سعيدي ، صليحه منصور ، ٢٠٢٠** ، ص. ٢٢)

ونلاحظ تأثير وسائل الإعلام الشبكي الذي ينمو بشكل متزايد ومتجدد، قاطعاً بذلك أشواطاً كبيرة في مجال تعبئة الشعوب، ودفعها للمشاركة في الحياة العامة والسياسية تحديداً ، متجاوزةً بذلك الإعلام التقليدي، وخلقت ما هو أهم من ذلك، بتوفير التواصل والتفاعل بين الناس للمشاركة بأنفسهم وبمختلف مستوياتهم الثقافية في تنمية مقدراتهم السياسية والإيجابية في العمل السياسي والمجتمعي .

وهذا بغية تشكيل ثقافة سياسية لدي المستخدمين، ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام الشبكي في تدعيم الثقافة السياسية لدي الشباب بالتطبيق علي" طلاب جامعة كفر الشيخ ".

إشكالية الدراسة:

يعد الاتصال من أهم المحاور فى الحياة البشرية ويأخذ أشكالاً متعددة ، وذلك يرجع لمراحل تطورية بالغة الأهمية فى حياة البشرية تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر ، من عصر الرموز والعلامات والاشارات ،الى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية قبل أن يعرف العالم الطباعة ، ويدخل الى عصر الاتصال الجماهيرى بدئاً بالصحافة الورقية ، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التى عرفت فى بدايات القرن العشرين ، ثم اكتشاف السينما وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية، تمهيداً للوصول بالعالم الى مرحلة الاتصال الشبكي من خلال الانترنت والصحافة الالكترونية ،اضحت مواقع التواصل الاجتماعى عبر الانترنت مثل الفيس بوك، تعرف بالاعلام الاجتماعى الشبكي، الذى يشهد حركة ديناميكة من التطور والانتشار ، وقد كانت بداياته مجتمعاً افتراضياً على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة اعلامية نصية مكتوبة الى ، أداة اعلامية سمعية وبصرية تؤثر فى قرارات المتأرين واستجاباتهم، وثقافتهم السياسية وتطلعاتهم الفكرية .

والثقافة السياسية هي في الواقع مرآة تعكس منظومة تفاعل الأفراد ، بإعتبارهم وكلاء اجتماعيين ، يمارسون التأثير علي بعضهم البعض في إطار أوضاع اجتماعية ، أو كما يسميها " بورديو " الميدان (ميدان التأثير والتفاعل) ، وهذا التفاعل وإن كان في وسط اجتماعي واحد فهو ينبعث من أنماط حياة مختلفة ، هذه الأنماط تأخذ صوراً مختلفة من الثقافات السياسية المتنافسة ، وتتضح في واقع التوجه نحو القضايا السياسية والعمل السياسي ، بما يشكل مجموعة من السلوكيات التي تُنمي من خلال وسائل الإعلام الشبكي عبر شبكة الانترنت .

ومما لا شك فيه أن التنمية السياسية عملية متكاملة ضمن العملية التنموية الشاملة، ومن جوانبها الهامة التنشئة السياسية أو ما يعرف بالتثقيف السياسي الذي تؤديه مؤسسات التنشئة المعروفة ، ووسائل الاعلام بصفة عامة والاعلام الشبكي بصفة خاصة، والتي تعتبر من أهم مؤسسات التثقيف السياسي، نظراً للدور الذي تلعبه في تشكيل وتنميط الثقاقة السياسية للأفراد، وتدخلها في العملية التنموية يكمن في نشر نمط الثقافة السياسية المناسب والموافق للتوجه التنموي العام، وذلك على مستويات عدة معرفي ، نفسي ، وسلوكي، وعلى هذا النحو فإن الثقافة السياسية وبحكم ارتباطها بالثقافة العامة تُكتسب من طرف الأفراد وتتحدد معالمها إثر

محاولاتهم للتكيف مع البيئة الاجتماعية، تكيف تتدخل في إحلال آلياته عملية التنشئة الاجتماعية، هذه الأخيرة ومن خلال مؤسساتها تعمل على اكتساب الأفراد لقيم واتجاهات وتصورات وميول، تقولب ثقافتهم السياسية في نمط متميز ليتجلى في واقع الحياة السياسية وفي مواجهة السلطة من خلال مظاهر للالتزام أوالاغتراب، الخضوع أو المشاركة، مظاهر قد يطرأ عليها التغيير بحكم دينامية الثقافة السياسية و تأثرها بالمستجدات على الساحة السياسية والوضع الاجتماعي العام، ولذلك كان بروز الثقافة السياسية في نمط من الأنماط راجع إلى المستويات المحددة للظاهرة السياسية، ولما كان النظام السياسي يمثل التجسيد الفعلي لهذه الظاهرة والتفاعل الحالي في نطاقها فإن طبيعته تتدخل بشكل مباشر أو غير مباشر في تشكل نمط ثقافي دون غيره، وهنا يبرز دور آليات التنميط الثقافي والتي يعد من أهمها الاعلام الشبكي، ولما كانت التنمية الشاملة تقوم على المشاركة العامة، فإن الاسهام الأكبر لوسائل الإعلام الشبكي يكمن في تفعيلها للمشاركة السياسية.

تكمن أهمية وسائل الاعلام الشبكي والاتصال الجماهيري في تنمية الثقافة السياسية ، أضف الي ذلك قوة تأثيرها علي الأفراد والجماهير، ومن بين جوانب هذا التأثير تراكم المكاسب الثقافية والمعارف والمعلومات السياسية ، بناء المواقف السياسية ، والتحفيز علي المناقشة والحوار.

وإعتباراً لهذه الحقائق التي جاءت نتيجة للدراسات التي إجريت حول طبيعة دور وسائل الاعلام الحديثة ، يتأكد الأثر المباشر الذي تحدثه تلك الوسائل ، في تنيمة ثقافة الفرد سياسياً ، علي مختلف مراحله العمرية ، كما أن بعض الدراسات الإمبريقية إستخلصت إحتلال وسائل الاعلام الريادة في عملية تحديث وبلورة ثقافة سياسية موحدة ، بل ان الباحث " نيل هولند" — أن هذه الوسائل أصبحت تؤدي دور الوالدين التقليدي في عملية التنشئة والتثقيف السياسي المعاصر (محمد بن مسعود البشر: ٢٠١٣، ص. ١٣٥).

لذلك تشهد الحياة المعاصرة تغيراً ملموساً فى نواح متعددة ، إذ يواكب العالم تقدماً تقنياً يصاحبه انفجار سكانى ومعرفى ،وهناك إجماع بين العديد من الباحثين على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، وفى مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعى قد فتحت عصراً من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، وفى وفرة المعلومات والمعارف التى تقدمها لمستخدميها ، كما تؤدى

شبكات التواصل الاجتماعى دورا محوريا فى تعزيز البناء الفكرى للشباب ، وترسيخ منظومة الوعى لديه ونقل صورة مكبرة عن طموحاته ومشكلاته وتعمل علي تطوير وتعزيز ثقافته السياسية.

ومن هذا المنطلق نجد أن وسائل الإعلام الشبكي قد أتاحت للمستخدمين الحرية في الكتابة والتعبير، وفتحت لهم آفاق جديدة نحو التعبير عن أفكارهم وآرائهم دون قيود أو ضوابط رادعة لها، باعتبار أن أي نظام سياسي يحتاج إلي وجود ثقافة سياسية تُغذية وتحافظ عليه من أجل تحقيق الديمقراطية التي تسعي لتحقيقها جل الدولة، فقد أصبحت وسائل الإعلام الشبكي أحد أهم المصادر التي يستقي منها الأفراد مختلف الأخبار ويستمد منها الثقافة السياسية ، باعتبار أن معظم الحكومات والأحزاب السياسية وأكبت التطور التكنولوجي، وأصبحت تعتبرها جسراً ممتداً بينها وبين المواطنين، تقوم من خلالها بعرض أفكارها ونشاطاتها السياسية المختلفة بغية تفعيل مشاركة الأفراد السياسية خاصة الشباب الجامعي.

وانطلاقاً مما سبق تحاول الدراسة الراهنة الاجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

هل تساهم وسائل الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية لدي الشباب،(طلاب جامعة كفر الشيخ)؟

أهمية الدراسة:

الاهمية النظرية :

- تظهر أهمية الدراسة في المجال الذي تعالجه هو الثقافة السياسية التي تعد من المفاهيم المحورية في علم الاجتماع السياسي، وتنبع من الثقافة الكلية للمجتمع فهي تكتسب مقوماتها ودعامتها من الثقافة العامة للمجتمع تؤثر وتتأثر بها، كما تكمن في أنها تساعد على تحديد درجة الثقافة السياسية التي يمتلكها الشباب الجامعي.

- تنبع أهميتها في الفئة التي تناولتها وهي فئة الشباب ودورهم الفاعل في المجتمع ، لما يمتلكونه من إمكانات وطاقات، تعبر عن رأس المال البشري للمجتمع، تمكنهم من المشاركة الفاعلة الإيجابية في التنمية والتطوير ، لذا تشكل محاولة فهم طبيعة تحقيق

المواطنة الرقمية خلال إستخدامهم للمواقع الاجتماعية ضرورة ملحة ، وأولوية للباحثين والمهتمين بالعمل السياسي .

- كما تعد هذه الدراسة أحد الإسهامات في البحث الأكاديمي التي تسعي إلي إظهار نتائج علمية تحاكي واقع الثقافة السياسية للطالب الجامعي ، وتبحث في أسباب عزوفهم على التوجه لصناديق الانتخاب لإبداء مواقفهم سواء كان بالتأييد أو الرفض كون أن أصواتهم تصنع الفارق ويمكن أن تغير العديد من الأمور.

الاهمية العملية :

- تكمن أهمية الدراسة الراهنة في إمكانية الإعتماد علي النتائج التي قد تسفر عنها ، في تقديم البرامج الهادفة ، وذلك من أجل بناء كاريزما رقمية لدي الشباب المصري الجامعي متوازنة ، تتسم بالتوافق الاجتماعي ، والقدرة السياسية في التعامل مع مستجدات العصر وتعقيداته وتطوراته المتغيرة .

- أهمية ما تتيحه عملية الاعلام الشبكي على الانترنت من فرص متنامية للحوار الديمقراطى الحر حول القضايا السياسية والاقتصادية والامنية اذا يمكن للمشاركين انشاء منتديات جديدة للحوار يطرحون فيها ما يشاءون من أفكار واتجاهات وأراء ، كما يمكنهم التعبير عن رؤيتهم من خلال المشاركة فى المنتديات المختلفة على شبكة الانترنت .

- تأتي أهمية الموضوع كون هذا الأخير من أكثر المواضيع حسياسية وإثارة للنقاش في الوقت الراهن خاصة خلال الانتخابات التشريعية الأخيرة التي أظهرت نتائجها تراجع المشاركة السياسية للناخبين من الشباب الجامعي وعزوفهم عن التوجه لصناديق الانتخاب.

- ركز البحث على اهمية تنمية ثقافة ومشاركة الشباب فى مناقشة القضايا السياسية وضرورة بلورة اتجاهات واضحة نحو كل قضية باعتبار كل ذلك يساعد فى ترشيد القرارات التى يتخذها المسؤلون فى الجهات المعنية .

أهداف الدراسة:

سعت الدراسة إلي تحقيق الهداف الرئيسي التالي : محاولة التعرف علي دور وسائل الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية لدي الشباب (طلاب جامعة كفر الشيخ).

وانبثق عنه مجموعة من الاهداف الفرعية التالية:

- محاولة التعرف على دور الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية لدي الشباب.

- محاولة معرفة مدي اعتماد الطلاب الجامعيين على وسائل الإعلام الشبكي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية.

- محاولة الكشف عن علاقة الإعلام الشبكي بالثقافة السياسية لدي الطلاب الجامعيين.

- محاولة كشف الأدوار والوظائف المستقبلية المحتملة للإعلام الشبكي في مجال تنمية الثقافة السياسية.

- محاولة التعرف على مستويات الثقافة السياسية لدي الطلاب الجامعيين.

- محاولة التعرف على موقف الطلاب الجامعيين من المشاركة السياسية .

تساؤلات الدراسة :

سعت الدراسة الراهنة للإجابة علي التساؤل الرئيسي التالي :

هل تساهم وسائل الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية لدي الشباب،(طلاب جامعة كفر الشيخ)؟

وانبثق عن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو دور الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية لدي الشباب؟

- ما مدي اعتماد الطلاب الجامعيين على وسائل الإعلام الشبكي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية؟

- ما هي علاقة الإعلام الشبكي بالثقافة السياسية لدي الطلاب الجامعيين؟

- ما هي الأدوار والوظائف المستقبلية المحتملة للإعلام الشبكي في مجال تنمية الثقافة السياسية؟

- ما هي مستويات الثقافة السياسية لدي الطلاب الجامعيين؟

- ما هو موقف الطلاب الجامعيين من المشاركة السياسية ؟

الدراسات السابقة :

سعت دراسة "Peter Dahlgren" ، الي التمييز بين شكلين للديمقراطية، والنظام السياسي الرسمي بكل هياكله المؤسسية، والقوانين، والأحزاب، والانتخابات، والشكل الآخر المتمثل في الثقافة المدنية المتعددة الأطراف، والمعقدة والثابتة على مر الأيام والتي لا تزال تمتلك آفاقاً مستقبلية ، والثقافة المدنية تعكس وتخلق معاً إمكانية وجود نظام ديمقراطي في نفس الوقت الذي تعتمد على نظام يكفل لها الضمانات الرسمية، ويمكن تشكيل هذا النظام من قبل المواطنين ولكن يمكن في ذات الوقت أن تشكلهم منذ ظهر مفهوم تكنولوجيا المواطنة كالحكومة والتعليم في السابق بالإضافة إلى وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، كالإنترنت التي يمكنها تدعيم أو تقليل مكانه المواطنين في الثقافة المدنية. (**Peter Dahlgren, ٢٠٠٠, p.p. ٣٣٦-٣٤٠**) ، وهدفت دراسة **Jams Srtouse**، تأثير وسائل الاتصال الاجتماعي على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي ، إلى معرفة تأثير وسائل الاتصال الاجتماعي على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي ، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن وكان من أبرز نتائجها:

- إن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال الاجتماعي تزيد من الدافعية السياسية لديه ،كما وتزيد من اهتمامه السياسي .

- يزداد تأثير وسائل الاتصال الاجتماعي على المشاركة السياسية للفرد في المناطق الريفية عنها في المناطق الحضرية . (Wilhelm, Grabow, Karsten , ٢٠١١, p٤٥) .

وهدفت دراسة " **فاطمه الزهراء**" ، إلى معرفة " العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية في مصر " واتبعت الدراسة منهج المسح الإلكتروني، واستخدمت الباحثة فيها استبانة إلكترونية أداة للدراسة، وتكونت العينة من جمهور المدونين في جمهورية مصر العربية ومن أهم النتائج التي توصلتً إليها الباحثة، أن الجمهور الذي يدأب على متابعة المدونات باستمرار يكون أكثر شعوراً بالقدرة على التأثير والاستعداد للمشاركة ورأت أن الخوف من السياسة والانشغال بالاحتياجات الاقتصادية كان على رأس الأسباب التي يعتقد المبحوثون أنها السبب في ضعف مستوى المشاركة، ونفي (٨٣,٥٪) من المبحوثين أن تكون النزاهة والعدالة والمساواة هي القيم السائدة في المجتمع، كذلك أظهرت الدراسة أن أغلب آراء المبحوثين من جمهور المدونات (٩٠,٣٪) تركزت في عدم الاعتقاد بوجود دور مؤثر لهم، سواء باعتبار ذلك أمراً مرحلياً مرتبطاً بالظروف الراهنة (**فاطمه الزهراء، ٢٠١٢، ص.**٦٧)، فيما سعت دراسة " **زهير عابد** " ، إلى الوقوف على المتغيرات التي تتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغير الاجتماعي والسياسي، ومعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام لدى جمهور طلاب الجامعات الفلسطينية، واستخدم الباحث المنهج المسحي والاستبانة في أداة الدراسة من خلال عينة عشوائية من الطلبةً ، والطالبات مقدارها (٥٠٠) مفردة ، وتوصلت الدراسة إلى، أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً هو البريد الإلكتروني، ويتم ذلك في المنزل ويُستخدم في حدود ثلاث ساعات يومياً، وأن مدى ثقة طلاب الجامعات الفلسطينية بها جيد، وأنه لا تأثير لكل من متغيري الجنس والسكن على دور تلك الشبكات فيَ تعبئة الرأي العام سياسياً واجتماعياً(**زهير عابد ، ٢٠١٢ ، ص. ٩٨**)، وجاءت دراسة حسني عوض **(٢٠١٦)** ، حول أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنيمة المسئولية المجتمعية لدي الشباب " تجربة مجلس سباب علار أُنموذجاً، هدفت إلي فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسئولية

المجتمعية لدي فئة الشباب من خلال تطبيق برنامج تدريبي علي مجموعة من الشباب بالقدس (١٨شاباً)، تم اختيارهم بشكل عمدي ، وتم تطبيق قياس قبلي لمقياس المسئولية الاجتماعية عليهم وقياس بعد تطبيق البرنامج ، حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوي (٠,٠٥) بين متوسط درجات المجموعة في مستوي المسئولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده ، لصالح التطبيق البعدي (**عوض، ٢٠١٦ ، ص.٦٥**)، فيما سعت دراسة **محمود حمدي عبد القوي** بعنوان : دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدي الشباب " دراسة تطبيقية علي الشبكات الاجتماعية الافتراضية " سعت للتعرف علي دوافع المشاركة للشباب للشبكات الاجتماعية ممثلة في فيسبوك ، والتعرف علي دور هذه الشبكات في كل من : تنمية الوعي السياسي لدي الشباب وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية ، وتفعيل دورهم في المشاركة السياسية سواء من خلال تلك الشبكات أو علي أرض الواقع بالمشاركة في إضراب ٦ ابريل ٢٠٠٩ ، وأعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي ، واستخدمت استبانة بالإضافة للمقابلة ومقياس للإتجاه نحو المشاركة السياسية ومن أهم نتائجها : أن ٨٣,٤٨ % من العينة يستخدمون فيس بوك كانت أهم دوافع استخدام الشباب له تتمثل في التسلية والإمداد بالمعلومات وكونه موقعاً جذاباً ومثيراً لهم ويجدون عليه ما لا يجدونه في مواقع آخري(**عبد القوي، ٢٠٠٩ ، ص. ٦٢**)، فيما سعت دراسة (**باية بووزة ، وفاء بن طراد**)، إلى مراجعة الأسس النظرية والمنطلقات الفكرية المفسرة للإعلام الجديد، أو ما يعرف بالإعلام الشبكي، ونوضح من خلالها تعدد النظريات واختلافها وفق مجالاتها البحثية والنقاط الأساسية التي تنطلق منها لتفسير الفعل الاتصالي والتواصلي في ظل البيئة الرقمية الجديدة ، تتحدد الكلمات المفتاحية في: الأطر النظرية، الإعلام الشبكي، الفعالية، الميديا الجديدة ، الممارسة الإعلامية، الفعل الاتصالي(**باية بووزة . وفاء بن طراد، ٢٠٢٠، ص.ص. ٤٤–٧٧**) ، فيما ذكرت دراسة (**احمد شاطرباش**)، أن وسائل الإعلام تعد في مقدمة مؤسسات التنشئة السياسية في المجتمع الحديث، لأن تعامل الأفراد معها سهل ويسير، إلى جانب مقدرتها على التأثير بصورة عفوية غير مقصودة، فتقديم المعلومات وغرس القيم والاتجاهات أضحى يتم من خلال نقل الأيديولوجيا الخفية ، فالصحف والراديو والتلفزيون والأنترنت وما يتصل به من وسائط التواصل الاجتماعي، كلها من خلال ما تقدّمه تحمّل رسائلها نسقاً معيناً من القيم، والأفكار، تؤثر من خلالها على خلق الاهتمام، وتشكيل المعتقدات والقيم، والطرق التي يدرك بها أفراد المجتمع –لا سيما الشباب– الواقع الاجتماعي والسياسي المحيط بهم،

وموقعهم هم وكذا دورهم في هذا الواقع، وتسعى هذه المحاولة البحثية إلى إيضاح أهمية وسائل الإعلام كأحد روافد تشكيل الثقافة السياسية في المجتمع، وذلك بمعرفة مكانة هذه المؤسسة كمصدر للحصول على المعلومات السياسية مقارنة بباقي المؤسسات الاجتماعية الأخرى، ثم رصد المعرفة السياسية، باعتبارها من أهم أبعاد الثقافة السياسية في المجتمع الديمقراطي، من خلال مدى تعرض شريحة الطلبة لوسائل الإعلام، وحال متابعتهم للموضوعات السياسية عبرها(**أحمد شاطرباش ، ٢٠٢٠**، ص.ص. ٤٠-٤٢).

التعليق علي الدراسات السابقة :

ذكرت بعض الدراسات في مجملها تناول الإعلام الإلكتروني والمشاركة السياسية بصورة جزئية، ولم تتعمق في جذور الإعلام الشبكي وأسبابه أو أنها اهتمت بجانب معين فيه ، فعلى سبيل المثال هناك دراسات ركزت علي جانب الثقافة المدنية ودور وسائل الاتصال الالكتروني في تنميتها ، فيما سعت آخري الي إظهار دور وسائل الإتصال الاجتماعي والوقوف علي إتجاهات وسلوك الفرد السياسي ، وسعي البعض الآخر من تلك الأدبيات الي دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق المشاركة السياسية ، أو تعبئة الرأي العام ، أو تنمية المسئولية الاجتماعية ، أو إبراز دورها في عملية التنشئة السياسية للافراد في المجتمع .

ومن الملاحظ أن الدراسة الراهنة أخذت طريقاً آخر لبحث دور الاعلام الشبكي في تنمية عنصر هام وحيوي ومؤثر في بناء مقدرات الشباب وهو الثقافة السياسية والتي يتحدد علي إثرها التركيب السياسي للفرد ومدي التفاعل والايجابية التي تنتج عن دخول الاعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية والوقوف علي الأدوار والوظائف المستقبلية المحتملة للإعلام الشبكي ، والسعي نحو التعرف علي مستويات الثقافة السياسية للشباب والتي تبرزها عملية التفاعل الشبكي عبر الشبكة العنكبوتية.

التوجه النظري للدراسة:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظريتي المجال العام ، الاستخدامات والإشباعات، وتري نظرية الإطار العام ، أنه مع تطور وسائل الاتصال وظهور شبكة الإنترنت، برز على الساحة مجال عام جعل الأفراد يصلون بشكل مباشر لمنتدى عالمى يمكنهم من التعبير الحر، والمناقشة

المفتوحة دون وساطة أو اختيار أو رقابة، وأوضح (Lincoln Dahlberg) أن آلاف المحادثات المتنوعة التى تُجرى عبر الإنترنت يومياً، والمتاحة لكل فرد يمكنه الوصول إليها، تُشير إلى توسيع النطاق العالمى للخطاب العقلانى عبر الشبكات المتحررة فيما يعرف بالمجال العام ، كما أكد Cones عام ١٩٩٧ أن الإنترنت روج لمجال عام جديد سهل عملية التداول، والمناقشات، والتبادل الديمقراطى للأفكار والآراء، ووصفه بأنه فضاء افتراضى يُحسن عملية الديمقراطية، ولا يختلف هذا عما طرحه هابرماس فى أن المجال العام هو مجال حياتنا الاجتماعية، ويحدث عندما يدخل الأفرد فى تفاعل إنسانى عقلانى(Ubayasiri ,٢٠٠٦,p.٧).

وساهمت الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها كالفيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، فى خلق مجال عام سهل تبادل المحتوى الإلكترونى، كما أصبحت وسيلة للتعبير عن الاحتجاجات الطلابية والجماهيرية، كما حدث فى بريطانيا عام ٢٠١٠، إلى جانب الدور الهام الذى لعبته أثناء إندلاع ثورات الربيع العربى، فالنقاشات السياسية التى تُجرى عبر وسائل الإعلام الاجتماعى ركزت على قوة الإحتجاجات الجماهيرية، لذا فالشبكات الاجتماعية عملت على دعم المجتمع المدنى والمجال العام ، حيث أشارت العديد من الدراسات لأهمية الشبكات الاجتماعية فى متابعة الأداء الحكومى من قبل الأفراد، والحصول على المعلومات السياسية، وفَهم الواقع السياسى بأبعاده المختلفة، إلى جانب تمكين المواطنين من إتخاذ القرارت بشأن أحد المرشحين أو السياسيين أو القضايا، والمشاركة بفاعلية فى المناقشات السياسية (Stromer , ٢٠٠٢,p. ٢٨).

بينما تهتم نظرية الإستخدامات والإشباعات، بدراسة الإتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، حيث تحوّلت النظرة إلى الجماهير في هذه النظرية من كونها عنصراً سلبياً غير فعّال، إلى كونها عنصراً فعّالاً ونشطاً في انتقائها للرسائل والمضامين التي تفضلها من وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة والتي تعمل علي تنمية ثقافة الافراد السياسية، وأن الجمهور يتعرض لهذه الرسائل والمضامين لإشباع رغبات كامنة،استجابة لدوافع الحاجات الفردية لديه وغرس وبناء الثقافة السياسية لدي مستخدمي تلك الوسائل.

نظرية المجال العام فى السياق الافتراضى:

ساهمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فى إعادة إحياء المجال العام لما تمتلكة من إمكانيات تكنولوجية عالية خلقت مجالاً للمناقشة والحوار ذات الطابع السياسى ومكنت الأفراد من الوصول إليها، والتكيف مع الثقافة السياسية السائدة فى ظل الأنماط الرأسمالية العالمية ، (**ZiziPapacherissi,٢٠٠٢,p.** ٩) ، وتُؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الشبكي وبصفة خاصة شبكة الإنترنت تخلق حالة من الجدل بين الجمهور، تُؤثر على الحكومات والجماهير والنخب، ومنذ انتشار الإنترنت والبعض يتحدث عن الديمقراطية الإلكترونية "electronic democracy" ،والمجال العام الإلكترونى "Electronic Public sphere"، فالديمقراطية الإلكترونية تعنى استخدام وسائل الإتصال التكنولوجية المتقدمة فى تدعيم العملية الديمقراطية، وأحيانا ما تُستخدم عبارات أُخرى لوصف الديمقراطية الإلكترونية مثل ''الديمقراطية الرقمية "(Digital Democracy) ، أو ''التكنوديمقراطية (Techno democracy) " ، وما زالت الديمقراطية الإلكترونية محل بحث ونقاش بين الحكومات والجماعات المدنية حول العالم (عبد القوي ، ٢٠٠٩ , ص. ٤٣).

وقد عرف (G. Liu ١٩٩٩) المجال العام الافتراضى بأنه: ''مجال مُشترك مفتوح لجميع الأفراد فى المجتمع، يُتيح لكل فرد الوصول إليه للمشاركة والتفاعل مع الآخرين (Douai,٢٠١٢, p. ٢٦٧).

ومع بروز شبكات التواصل الاجتماعى (SNS) التى أصبحت وسيلة فعالة للمجتمع ، بما تنطوى عليه من تعدد للجهات الفاعلة ما بين مواطنين عاديين ونشطاء سياسيين ومنظمات غير حكومية، بالإضافة إلى المسوقين السياسيين إلى جانب الحكومات الإلكترونية، حيث تبنت هذه المنظمات سبلاً للحوار والمناقشة عبر الفضاء الإلكترونى(Cyber space)، وإلى جانب هذه المناقشات الافتراضية، كان هناك مستوى واسع من النشر يعمل من خلاله الأفراد وأعضاء المنظمات على تسهيل المداولات العامة، حيث تقوم الآلاف من الجماعات المدنية النشطة لتداول قضية ما، وإثارة الجدل حولها، على المستوى المحلى، والقومى، والعالمى، ويمكن ملاحظة ذلك فى كيفية توظيف المعلومات إلى جانب المناقشات الافتراضية التى أثارت جدلاً واسعاً واحتجاجات على العولمة الرأسمالية(Douai,٢٠١٢, p. ١٩٨).

وأدى استخدام مواقع التواصل الإجتماعى (كالفيسبوك، لينكد إن، تويتر، ويوتيوب، فليكر، وانستجرام) فى المناقشات العامة وخاصة فى المجال السياسى، إلى تعزيز الحريات، من خلال حرية الخطاب الذى يقدمه المشاركون عبر هذه الأدوات التى تعمل على طرح جميع الآراء دون قيود (Fuchs,٢٠١٤,p.١٨٥)، كما مكنت المستخدمين من الحصول على المعلومات بسهولة وفى أقل وقت ممكن، كما مكنتهم أيضاً من تبادل الأفكار ومناقشتها وتكوين ما يُعرف ''بالرأى العام الإلكترونى''، وزيادة الوعي والثقافة السياسية ، وعملت على تعزيز الديمقراطية، إلى جانب صعود الحركات السياسية عبر تجميع ملايين البشر خلالها، كما لعبت دوراً هاماً فى إبراز الحركات الناشئة، وتمكين مشاركة المرأة فى الحياة العامة والسياسية، ففى العالم العربى كان غالبية قادة الرأى من الذكور، لذا كان من المتوقع عدم مشاركة المرأة فى الخطاب السياسى، ومع ذلك فقد ساهمت الشبكات الاجتماعية فى توفير فرص متساوية للمرأة للتعبير عن آرائها بحرية، كما عملت على تمكين المدونيين ونشطاء الفيسبوك الذين يشاركون فى التفاعلات والأنشطة السياسية والاجتماعية الافتراضية من نشر مبادئهم للعديد من الأفراد، بما يساعد فى إمكانية حدوث تغييرات سياسية أو اجتماعية عبر تنسيق الأنشطة المتبادلة وكسب اهتمام المستخدمين الآخرين(Fuchs,٢٠١٤, p.٤٩٠).

وهنا نجد أن شبكات التواصل الاجتماعى لعبت دوراً محورياً فى تنمية الثقافة السياسية و التعبئة السياسية للمواطنين، ابتداءً من الانتخابات الرئاسية كما حدث أثناء الحملة الانتخابية للرئيس الامريكى باراك أوباما ٢٠٠٨، مروراً بإحتجاجات الانتخابات الرئاسية الإيرانية عبر تويتر ٢٠٠٩، وثورات الربيع العربى ٢٠١١، واحتجاجات الشباب الغير عامل فى إسبانيا ٢٠١١ الذين اطلقوا على انفسهم اسم اندكنادوس ''''Indignados أو ''المتظاهرون الساخطون''، والتى عُرفت بإسم مظاهرات ''حركة ١٥ مايو''، حيث لعب الإنترنت دوراً كبيراً فى هذه الاحتجاجات، وفى هذا الإطار نلاحظ أن شبكات التواصل الاجتماعى خلقت مجالاً عاماً افتراضياً، عمل على ظهور وانتشار الحركات الاحتجاجية والسياسية (Fuchs,٢٠١٤,p.٤٩١).

معايير تكون المجال العام الافتراضى:

اقترح (Lincoln Dahlberg ٢٠١١,p.٦٩) مجموعة من المعايير لتشكل المجال العام الإفتراضى وهى:

–الاستقلال عن الدولة والمصالح الاقتصادية Autonomy from state and economic power: ، فالخطاب المقدم عبر المجال العام يجب أن يتبنى اهتمامات المواطنين ومشكلاتهم كبديل لما تُقدمه السلطة الإدارية.

- تبادل النقد على أسس منطقية عقلية Exchange and critique of criticizability moral-practical validity claims: ، بحيث يتم المشاركة فى الخطاب بُناءً على النقد العقلانى المبرر بأدلة اقناعية.

- الانعكاسية :Reflexivity فعلى المشاركون أن يطرحوا رؤيتهم ووجهات نظرهم النقدية لقيمهم الثقافية، والافتراضات والمصالح عن السياق الاجتماعى الأوسع، كما أن الانعكاسية يصعب اكتشافها بسهولة فى تفاعلات الإنترنت لأن ردود الأفعال ووجهات النظر تقدم فى شكل مكتوب مما يصعب من حمل الأفكار والآراء إلى الآخرين مقارنة بالتفاعلات وردود الأفعال الواقعية.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث اعتماد الطلاب الجامعيين على وسائل الإعلام الشبكي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية.

تقمص الدور المثالى :Ideal role-taking يتمثل هذا الدور المثالى فى أن الفرد أو المشارك يضع نفسه مكان الآخرين، من أجل محاولة فهم حجج ووجهة نظر المشاركين الآخرين، وهذا يتطلب إلتزام جميع الأطراف، والاستماع لبعضهم البعض لاستمرار المناقشات فيما بينهم.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث زيادة إدراك الحقوق والواجبات وفهمها فهماً واعياً من قبل الشباب المستخدم للشبكة، بغرض تنمية مقدرات الفرد من الثقافة السياسية، و كشف الأدوار والوظائف المستقبلية المحتملة للإعلام الشبكي في مجال تنمية الثقافة السياسية.

- الإخلاص :Sincerity فعلى المشاركين أن يبذلوا جهداً صادقاً لنقل المعلومات الصحيحة، ويعلنوا عن نواياهم واهتماماتهم واحتياجاتهم و ورغباتهم فيما يتعلق بمشكلة تؤخذ بعين الاعتبار.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث زيادة فاعلية ثقافة الشباب سياسياً، ووعيهم تجاه ما يدور بفكرهم السياسي.

- المساواة الاستطرادية والإدراج :Discursive inclusion and equality إن الإدراج فى المحادثات عبر الإنترنت مرتبط بالتباينات الاجتماعية والاختلافات الثقافية خارج الإنترنت، فعلى الرغم من هذا الاختلاف، إلا أن الأفراد متساوون من حيث فرص التفاعل، لأن الفيصل فى المجتمع الافتراضى هو قوة (Cyber power) وليست القوة الواقعية، حيث يكون لكل شخص فرص متكافئة فى التعبير عن اتجاهاته ورغباته أياً كانت (Dahlberg ,٢٠٠١, p. ٨٧).

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث محاولة التعرف علي اعتماد الطلاب الجامعيين على وسائل الإعلام الشبكي في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية.

نظرية الإستخدامات والإشباعات :

يذكر (حجاب: ٢٠١٠،ص. ٢٩٨)، أن نظرية الإستخدامات والإشباعات تُعدُّ بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يذهب أصحاب تلك النظرية الي أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار".

وبوجه عامُ تقسّم معظم دراسات الإتصال دوافع التعرض إلى فئتين هما:" الدوافع المنفعية " التي تستهدف التعرّف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات ، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، والدوافع الطقوسية التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات،

وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل: المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة " (مكاوي والسيد:٢٠١٠،ص.ص ٢٤٦-٢٤٧).

ويرى (Katz, et al., ٢٠٠٥,p.p١١-٣٥) أن منظرو الاستخدامات والاشباعات يعتمدون على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وهذه الفروض هي:

- يتسم جمهور وسائل الاتصال بالإيجابية والنشاط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال موجه لتحقيق أهداف معينة.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث زيادة فاعلية مشاركة الشباب سياسياً، عبر استخدامهم لوسائل الاعلام الشبكي .

- يختار الجمهور وسائل اتصال محددة لإشباع حاجاته.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث نوع الشبكة المستخدمة.

- تختلف درجة إشباع الحاجات المختلفة للجمهور وفقاً لاختلاف وسائل الاتصال.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث إختلاف دور شبكات التواصل الاجتماعي في الكشف عن الأدوار والوظائف المستقبلية المحتملة للإعلام الشبكي في مجال تنمية الثقافة السياسية.

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات بإختلاف الأفراد.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث إختلاف دور الاعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية بإختلاف إتجاهات واهتمامات الأفراد نحو القضايا السياسية والمجتمعية.

يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما بالتعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

وتتفق تلك المقولة النظرية مع أهداف الدراسة الراهنة ، من حيث زيادة إدراك الحقوق والواجبات وفهمها فهماً واعياً من قبل الشباب المستخدم للشبكة، وموقفهم من عملية المشاركة السياسية.

ويذكر (**مكاوي والسيد: ٢٠١٠، ص.**٢٤١) أن نظرية الاستخدامات والاشباعات تحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

ويمكن القول أن الكثير من الباحثين يرون أن الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها عن طريق التعرّض لوسائل الاتصال، تتمثل في (الحاجات المعرفية والعاطفية والحاجة إلى التفاعل الاجتماعي وإلى تحقيق الإندماج الذاتي وإزالة التوتر).

مفاهيم الدراسة:

تعريف الإعلام:

أنّه الوسيلة الاجتماعيّة الرئيسيّة للتواصل مع الجماهير(**media", Business Dictionary, Retrieved ٨-٣-٢٠١٧. Edited**) .

وورد في قاموس أكسفورد أن الإعلام هو: "الإخبار وهو التبليغ أو هو الإنباء وكلها كلمات مترادفة تعبر عن انتقال معلومة بين الأفراد أو بين فرد أو جماعة ، بحيث تنشر بينهم فتصبح لهم لغة للتفاهم واصطلاحاً للتعامل ووسيلة للمشاركة" (مرفق الغلايين، ١٩٨٥، ص٤٠).

ويعرف الاعلام إبراهيم إمام بأنه: " تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم" (**إمام، بدون سنة، ص١٤**)

ويري المفكر الألماني أتوجرت أن الإعلام هو: " التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت" (**حمزة، ٢٠١١، ص٢٣**).

– التعريف الإجرائي:

تعبر الدراسة الراهنة عن الإعلام بأنه النقل الموضوعي للمعلومات من مرسل إلى مستقبل بحثا عن التأثير الواعي على عقل الفرد حتى تتيح له إمكانية تكوين رأي على أساس الحقائق المقدمة ، وهو عملية تنمية مهارات وقدرات الشباب الجامعي بالعديد من الأفكار والتصورات والمفاهيم السياسية عبر مختلف وسائل الإعلام الشبكي من أجل تنمية وعيهم وثقافتهم السياسية.

– تعريف الإعلام الشبكي:

يعرف الإعلام الشبكي: بأنه: "مجموعة من الخصائص أو الوسائط أو الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يتفاعل معها عبر المشاركة بإبداء رأيه، وهو يعني أيضاً صفحة القراء في كل ما هو مطبوع وتعقيباتهم على موادها، إضافة إلي مشاركات الجمهور في البرامج المرئية والإذاعية ومداخلاتهم في قاعات المحاضرات والندوات وهو أخيراً منتديات إلكترونية ملحقة بمواقع النشر الإلكتروني أو مستقلة بذاتها، وتأسيساً على ذلك فإن فعاليات إعلامية كثيرة تدخل هذه العناوين (عبد الرازق، الساموك، ٢٠١١، ص٢٧).

ويعرف الاعلام الشبكي علي أنه "منظومة تواصلية جديدة، مختلفة في طرق اشتغالها عن منظومة التواصل المؤسساتي أو منظومة التواصل الجمعي (إعلام النحن، إعلام الجماهير)، إذ تقوم

هذه المنظومة على نظام محدد من العلاقات بين الفاعلين داخلها" (**الصادق الحمامي، ٢٠٠٦، ص. ٤**).

كما يعرف كذلك بأنه:" يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكومبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق." (**عباس مصطفى صادق**، ٢٠٠٧، ص. ١٧٥).

وقد أجمل **Mayfield** ، الخصائص المشتركة التي تجمع مختلف تطبيقات الإعلام الاجتماعي أو الشبكي، وبتفحص هذه الخصائص يظهر بأنها تعد ضرورية بالنسبة للاستخدامات السياسية للإعلام الشبكي خصوصا في مجال التنشئة والتثقيف السياسي وكذا الممارسة السياسية، وتتمثل فيما يلي:

١) التشارك في الاستخدام: **Participation** حيث تشجع الشبكات الاجتماعية وغيرها من تطبيقات الإعلام الشبكي مستخدميها وزوارها على إبداء تعليقاتهم وآرائهم وردود أفعالهم وتقييم ما يجدونه فيها من محتوى.

٢) الانفتاح: **Openness** تسمح شبكات التواصل الاجتماعي ومعظم تطبيقات الإعلام الشبكي باستقبال تعليقات ومشاركات الجمهور، ولا تضع عوائق أو حواجز على هذه المشاركات أو على تصفح واستخدام المحتوى الموجود عليها.

٣) المناقشة وتبادل الحوار: **Conversation** بعكس مركزية الاتصال التي تقوم عليها وسائل الإعلام التقليدية، تتبنى شبكات التواصل الاجتماعي نمط الاتصال التحاوري، الذي يقوم على مرونة تبادل الاتصال بين الأطراف المشتركة فيه .

٤) تكوين جماعات ذات اهتمام مشترك: **Community** من أبرز ملامح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي قدرتها على التقريب بين أصحاب وجهات النظر والاهتمامات المشتركة أو من المهتمين بقضية أو بالمشاركة في حدث ما.

٥) تعدد وتنوع مصادر المعلومات: **Connectedness** تسمح تطبيقات الإعلام الاجتماعي بنشر مضامين وتدعيمها عن طريق ربطها بمصادر معلومات مختلفة ومتنوعة، قد تكون من وسائل إعلام أخرى، فالمدونة الواحدة يمكن أن تنشر محتوى مدعماً بإحالات إلى مدونات أخرى، أو إلى إحدى المواقع الإخبارية أو حتى المواقع الرسمية الموجودة على شبكة الانترنت(**مها عبد المجيد صلاح، ٢٠١٢**، ص. ٨).

إجرائياً:

ويقصد بالإعلام الشبكي في الدراسة الراهنة "مجمل الوسائل والتقنيات التكنولوجية التي يعتمد عليها الطالب الجامعي لتنمية ثقافته السياسية ، وجمع المعارف والمهارات والذي يعبر عن إعلام المعلومات (**Info Media**) لتوافقه بين الكمبيوتر والاتصال، معتمدا على تكنولوجيا المعلومات والوسائط المتشبعة دلالة على استخدامه لبعض الوصلات التشعبية(**Links**)المتصلة به ، والمقدرة الثقافية السياسية من خلال شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، وغيرها من الوسائل التكنولوجية الحديثة عبر الشبكة العنكبوتية".

الثقافة السياسية:

يري الباحث "مايكل سودارو" أن الثقافة السياسية هي: "نمط قيم ومعتقدات وتوقعات واتجاهات الناس نحو السلطة والمجتمع والسياسة، وهي تعكس طرائق تفكيرهم في السياسة ومشاعرهم نحوه".

كما تعرف الثقافة السياسية بأنها: "المبادئ والقيم التي يحصل عليها أبناء الشعب سواء من خلال التنشئة الاجتماعية السياسية عبر النشاطات السياسية التي تؤديها السلطة وتقصد من ورائها الوصول بالمجتمع إلي أداء دوره في عملية المشاركة السياسية، أو غير عمليات التنمية السياسية التي تستهدف أحداث تحولات ديمقراطية في أساليب الحكم التي تراعي الحريات العامة وحقوق الإنسان، والتداول السلمي للسلطة، أو من خلال الأدوار التي تمارسها وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني (**المنوفي، ٢٠٠٨، ص١٤**).

وعرف روبرت داهل " **Robert dahl** الثقافة السياسية بوصفها العمل الذي يفسر أنماط التعارض السياسي (**هشام محمود الأقداحي**، ٢٠٠٩، ص. ١١٣).

"فالثقافة السياسية ما يتعلمه الفرد من معلومات بهدف تنمية المفاهيم السياسية ومعرفة الحقوق والواجبات والقيم والعادات والتوجيهات الضرورية ، للتكيف مع النظام السياسي"(**سمير خطاب ، ٢٠٠٤، ص. ٢**).

إجرائياً:

والمقصود بها في هذه الدراسة" نسيج من المعرفة والمعتقدات والقيم وأنماط التفكير والسلوك السياسي، فهي تتكون من عناصر **معرفية** أي جملة المعارف التي تتكون لدى الفرد إزاء النظام السياسي والبني التي يحتويها والأدوار السياسية من جانبي المدخلات والمخرجات، وعناصر **واتجاهات** وهي الإنطباعات التي يحملها الفرد تجاه النظام السياسي بمختلف مكوناته والتي تحدد اتجاهاته نحوها، وعناصر تقييمية **وسلوكية** تعني الاحكام القيمية والسلوكيات التي تصدر عن الفرد تجاه النظام السياسي وأجزائه المختلفة".

تعريف الطالب الجامعي في الدراسة الراهنة:

"هم مجموع الطلاب المصريين الذين يتمتعون بكامل حقوقهم السياسية والمدنية أو بعضاً منها وهم الأفراد الذين يمثلون جامعة كفر الشيخ، وتتراوح أعمارهم ما بين ١٨ و٣٠ سنة".

منهج الدراسة:

يعد منهج الدراسة من أهم الخطوات التي علي الباحث أن يقوم به، فهو الطريق المؤدي إلي الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياتها حتى يصل إلي نتيجة معلومة، وعليه فالمنهج هو: "مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول إلي الحقيقة في العلم" (بن مرسلي، ٢٠٠٣، ص٢٨٦).

وتم الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي بالعينة لأن المسح يشجع على التعبير الكمي عن الظواهر وتناولها إحصائياً وبالتالي إمكانية اختبار الفروض والوصول إلي نتائج موضوعية (**بدر، ١٩٩٧، ص١١٩**).

أدوات الدراسة:

تعددت أدوات البحث العلمي التي تستخدم في جمع المعلومات والبيانات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة من أفراد مجتمع الدراسة أو من أفراد عينتها، وهي تتراوح بين الملاحظة، المقابلة والاستبيان وغيرها.

وعليه اعتمدت الدراسة الراهنة للكشف عن العلاقة بين الإعلام الشبكي والثقافة السياسية للطالب الجامعي على الأدوات التي اقتضاها العمل الميداني أكثر وهي أداة الاستبيان كأداة رئيسية وذلك للحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات.

فأداة الاستبيان تستخدم بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلي اكتشاف الحقائق عن الممارسات الحالية، واستطلاعات الرأي وميول الأفراد (ذوقان وآخرون، ٢٠٠١، ص١٢٥).

تم بناء استبانه تكونت من ثلاثة أجزاء الي جانب البيانات الأساسية:

-**الجزء الأول:** يتضمن المعلومات الأساسية عن أفراد عينة الدراسة، كالجنس والعمر والمستوي التعليمي.

- **الجزء الثاني:** تتضمن أسئلة رئيسية ذات علاقة باستخدام موقع الفايسبوك من قبل أفراد عينة الدراسة، وهي تتناول ما هو الموقع المفضل وأسباب تصفح هذه المواقع ومعدل وحجم التعرض.

- **الجزء الثالث:** تضمن أسئلة حول اهتمامات المبحوثين بالمجال السياسي، وتعريفهم للثقافة السياسية ومصادرها.

- **الجزء الرابع:** تضمن أسئلة حول دور وسائل الإعلام الشبكي في تدعيم الثقافة السياسية لدي المبحوثين.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في: "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث والتقصي" (أنجرس، ٢٠٠٦، ص٢٩٨).

وعليه يمثل مجتمع الدراسة مجموعة من طلاب جامعة كفر الشيخ، والبالغ عددهم (٢٠٠) طالب وطالبة من مختلف الأعمار والأجناس والتخصصات، وذلك يهدف الكشف عن مستوي هؤلاء الأفراد وميولهم السياسية.

عينة الدراسة:

تعتبر العينة فئة جزئية تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث" (أوسرير، بوعافية، ٢٠١١، ص١٦١).

تتحدد الدراسة من خلال عينة عمدية عن "الإعلام الشبكي والثقافة السياسية لدي الشباب بالعينة المكونة من (٢٠٠) مفردة من طلبة وطالبات تم اختيارهم، بصفة قصديه من طلاب السنوات النهائية ، وطلاب الدراسات العليا ، الي جانب طلاب مرحلة الماجستير ، وتم تطبيقها في جامعة كفر الشيخ.

محاور الدراسة :

المحور الأول: البيانات الاساسية.

المحور الثاني: استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي.

المحور الثالث: الثقافة السياسية للمبحوثين.

المحور الرابع: وسائل الإعلام الشبكي وأثرها على الثقافة السياسية للمبحوثين.

صدق الأداة:

تشير هذه العملية إلي التحليل المنطقي لمحتوي الاستمارة أو التثبيت من تمثيله للمحتوي المراد قياسه إذا يفحص الأداة للكشف عن مدي تمثيل أسئلة جوانب السمة التي تفترض أن يقيسها، يعبر صدق الأداة عن مدي صلاحيتها لقياس ما وضعت لقياسه، حيث تم التأكد من صدق فقراتها كالتالي:

١- صدق المحكمين:

- تم التأكد من صدق الأداة يعرضها على محكمين متخصصين، حيث تم التأكد بصورتها الأولية لإبداء أرائهم حول ملائمة فقرات الأداة من حيث المحتوي والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع قابلية الحذف أو الإضافة أو التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين ، وعلى هذا الأساس خرجت أداة الاستمارة في صورتها النهائية.
- الصدق البنائي :**Validity Structure** يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة لاختبار مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدي ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة ويبي ذلك الجدول التالي :

جدول (١) : يوضح معامل الارتباط بين كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانه:

م	المجال	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
١	المحور الأول : استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي.	٠,٧٧٨	٠,٠٠٠*
٢	المحور الثاني : الثقافة السياسية للمبحوثين.	٠,٧٨٠	٠,٠٠٠*
٣	المحور الثالث : وسائل الإعلام الشبكي وأثرها على الثقافة السياسية للمبحوثين.	٠,٧٣٦	٠,٠٠٠*

تشير بيانات جدول رقم (١) إلى أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات المحاور دالة إحصائياً عند مستوي معنوي ٠,٠٥، وبذلك تعتبر جميع مجالات المحاور صادقه لما وضع لقياسه.

٢- ثبات الأداة:

ويقصد به ثبات النتائج التي يتم التوصل إليها بتكرار القياس على الخاصية نفسها أو الأفراد نفسهم في المواقف والظروف نفسها، فقد أجريت خطوات الثبات على أداة الدراسة عن طريق التطبيق وإعادة التطبيق **Test retest method**.

- حيث تم اختيار الاستمارة على عينة قبلية قواها (٥٠) مفردة وبعد مرور (١٥) يوماً تكررت العملية للمرة الثانية، أظهرت المعالجة الإحصائية بأن معامل الارتباط ببرسون يساوي ١,٨٥ دال عند (٠,٠١) وهذا يعني أن أداة الدراسة على درجة مقبولة من الثبات.

- **معامل ألفا كرونباخ** : استخدمت الدراسة طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (٢) علي النحو التالي :

جدول (٢) : يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

م	المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
١	المحور الأول : استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي.	٦	٠,٨٠٠
٢	المحور الثاني : الثقافة السياسية للمبحوثين.	٣	٠,٦٧٠
٣	المحور الثالث : وسائل الإعلام الشبكي وأثرها على الثقافة السياسية للمبحوثين.	٥	٠,٧٨٩
	الدرجة الكلية	١٤	٠,٨٢٥

تشير نتائج جدول (٢) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل من المحاور، حيث تتراوح بين (٠,٦٧٠- ٠,٨٠٠)، بالنسبة إلى قيمة معامل ألفا الي جميع فقرات الاستبانة (٠,٨٢٥) ،هذا يدل على ثبات الأدة كما تحقق الأهداف التي اعتمدت من أجلها ويمكن الاعتماد عليها في تحقيق نتائج الدراسة.

- **الثبات بطريقة التجزئة النصفية :**

جدول (٣) : يوضح نتائج اختبار التجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبانة:

م	المحور	عدد الفقرات	بيرسون	سبيرمان- براون
١	المحور الأول : استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي.	٦	٠,٤٤٠	٠,٦١٥
٢	المحور الثاني : الثقافة السياسية للمبحوثين.	٣	٠,٤٨٤	٠,٦٥٩
٣	المحور الثالث : وسائل الإعلام الشبكي وأثرها على الثقافة السياسية للمبحوثين.	٥	٠,٧٠٣	٠,٨٢٧
الدرجة الكلية		١٤	٠,٥٥٣	٠,٧١٢

بيانات جدول (٣) توضح نتائج اختبار التجزئة النصفية لقياس ثبات الاستبانة، حيث اظهر أن معاملات الثبات لجميع المحاور مرتفعة، ويؤكدا بالدليل على أن المقياس يتمتع بدرجة ثبات عالية، ويؤكد من نتيجة إختبار ألفا كرونباخ .

بعد ذلك تمت المعالجة الإحصائية للبيانات بعد جمعها ومراجعتها وإدخالها في الحاسب الآلي من خلال استخدام برنامج إحصائي للعلوم الاجتماعية **Spss V٢٣**.

مجالات الدراسة:

مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي لأنه يؤطر الدراسة في قالب يسمح لنا في التحكم في كل خطوات بحثنا ويمكن أن نميز من خلال هذه الدراسة ثلاثة أنواع من المجالات:

١- المجال الجغرافي للدراسة:

ويقصد به المكان الذي تم إجراء الدراسة فيه ويتمثل المجال المكاني هنا في جامعة كفر الشيخ

٢- المجال البشري للدراسة:

ويقصد به العينة العمدية من مجتمع الدراسة ، وذلك من خلال شباب " طلاب جامعة كفر الشيخ " ، المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" وغيرها وهم الشباب الذين ينتمون إلي الفئة العمرية من ١٨عام فأكثر، من طلاب السنوات النهائية ، وطلاب الدراسات العليا ، الي جانب طلاب مرحلة الماجستير.

٣- المجال الزمني للدراسة:

ويقصد به الوقت الذي استغرقته الدراسة أو الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة والتي امتدت من ١ يناير إلي ٢٠ ابريل ٢٠٢١، وتخللتها الدراسة الميدانية من فترة توزيع الاستبيان وتحليل وتفريغ الاستمارات وصولا إلي النتائج النهائية.

يعد الإطار التطبيقي أو الميداني أهم محصلة أو نتيجة يصل إليها الباحث من خلال الإمكانات التي أتاحت له والتوصل للنتائج عن طريق أدوات البحث العلمي المستخدمة في الدراسة والمتمثلة في الاستمارة، وفي حدود الإشكاليات الزمنية أو المعرفية.

كما تهدف الدراسة الحالية في إطارها الميداني التعرف على طبيعة دور وسائل الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية لدي الشباب، واستكشاف أنماط استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي فيما يخص المجال السياسي.

المحور الأول: البيانات الاساسية:

جدول (٤) : توزيع عينة الدراسة حسب متغيرات الجنس والسن:

المتغيرات	الفئات	تصنيف العينة	
		العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	١٢٠	٦٠٪
	أنثي	٨٠	٤٠٪
	المجموع	٢٠٠	١٠٠
السن	١٨-٢٢	٣١	١٥,٥٪
	٢٣-٢٨	١٢١	٦٠,٥ %
	٢٩ فأكثر	٤٨	٢٤٪
	المجموع	٢٠٠	١٠٠ %

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

من خلال العرض الجدول السابق ، يتبين أن نسبة الذكور المستخدمين للفيسبوك بلغت ٦٠٪ ، أما نسبة الإناث فقد بلغت ٤٠٪، وفيما يتعلق بمتغير السن فقد بلغت نسبة الذين يستخدمون الفيسبوك ٦٠,٥٪ ممن تتراوح أعمارهم بين " ٢٣ و ٢٨ " عام، تليها نسبة ٢٤٪ وهم فئة الذين تتراوح أعمارهم من " ٢٩ عام فأكثر" ، ثم نسبة ١٥,٥٪ وهم الذين تتراوح أعمارهم بين " ١٨ إلي ٢٢ " عام.

نستنتج من هذا التفاوت أن الغالبية العظمي من مبحوثي أفراد العينة ، ينتمون إلي جنس الذكور وإلي الفئة العمرية الثانية، نظراً لفترة هذا السن ورغبة الأفراد في الإطلاع على كل جديد ، من خلال صفحات الميديا وشبكات التواصل الاجتماعي عبر الشبكة العنكبوتية.

جدول (٥): يبين توزيع المبحوثين حسب المستوي التعليمي

المستوي التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	١٠٠	٥٠٪
دراسات عليا	٧٥	٣٧,٥٪
ماجستير	٢٥	١٢,٥٪
المجموع	٢٠٠	١٠٠ %

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

من العرض الجدولي السابق يتضح أن المستوي الجامعي للغالبية العظمي من أفراد العينة هو مستوي درجة الليسانس الدرجة الجامعية الأولي، والتي بلغت نسبتها ٥٠٪، في حين بلغت درجة الدراسات العليا بنسبة قدرها ٣٧,٥ %، واخيراً بلغت نسبة درجة الماجستير من عينة الدراسة ١٢,٥٪ .

ويدلل ذلك علي إرتباط إقبال الشباب من الفئة العمرية ٢٣ عام الي ٢٨ عام ، علي مواقع التفاعل الشبكي بمختلف أنواعها ، وذلك من خلال تمثيل شريحة الشباب من طلاب السنوات النهائية " الليسانس " ، والتي بلغت نسبتهم٦٠,٥٪ من إجمالي حجم عينة الدراسة الراهنة .

المحور الثاني: استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي:

جدول (٦) يبين توزيع المبحوثين حسب المواقع المفضلة لديهم.

الموقع المفضل	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	١٥٤	٧٧٪
تويتر	١٢	٦٪
يوتيوب	٢٠	١٠٪
انستغرام	٤	٢٪
فليكر	٥	٢,٥٪
لينكد إن	٢	١٪
ماي سبيس	٣	١,٥٪
المجموع	٢٠٠	١٠٠ %

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من خلال العرض الجدولي السابق أن الغالبية العظمي من المبحوثين يفضلون استخدام موقع الفيسبوك بنسبة بلغت ٧٧٪، يليها من حيث الأفضلية موقع اليوتيوب بنسبة بلغت ١٠٪، ثم موقع تويتر بنسبة بلغت ٦٪، مع توزع باقي النسب على باقي المواقع.

ويدلل ذلك علي أن الفيسبوك يعتبر أحد أهم وسائل التواصل الاجتماعي الحديث التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم وذلك من خلال عملية التفاعل الشبكي عبر ذلك الموقع ، كما يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان، فقد ارتبطت وسائل الإعلام الشبكي في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها، لما وفرت من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة، ولما وفرته أيضاً من سهولة في نشر الآراء والأفكار والأنشطة التي تصل إلي مختلف الناس مهما كانت شرائحهم وفي أسرع وقت ممكن.

جدول (٧): يبين معدل تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي:

معدل التعرض	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	١٦٥	% ٨٢,٥
أحياناً	٢٨	% ١٤
نادراً	٠٧	% ٣,٥
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق أن الغالبية العظمي من عينة الدراسة من المبحوثين يتعرضون دائماً لوسائل الإعلام الشبكي وبنسبة بلغت ٨٢,٥٪، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون أنهم يتعرضون أحياناً لوسائل الإعلام الشبكي فبلغت نسبتهم ١٤٪ ، وأخيراً بلغت نسبة المبحوثين الذين أجابو بنادراً ٣,٥٪ .

ويدلل ذلك علي أن غالبية أفراد العينة يتعرضون لوسائل الإعلام الشبكي عبر الشبكة العنكبوتية، وهذا دليل على أهمية تلك الوسائل بالنسبة للشباب، حيث أصبحت جزء لا يتجزأ من عاداتنا اليومية ،ويحقق ذلك مدي التأثير الواضح لدور الاعلام اشبكي بين فئة الشباب بصفة عامة وشباب الجامعات بصفة خاصة ، ويعد مصدراً هاماً للحصول علي المعلومات والمعارف المختلفة سياسية كانت أو اجتماعية أو اقتصادية .

جدول (٨): يبين حجم تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي:

مدة حجم التعرض بالساعة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	٣٥	% ١٧,٥
من ساعة إلي ٣ ساعات	٦٧	% ٣٣,٥
أكثر من ٣ ساعات	٩٨	% ٤٩
المجموع	٢٠٠	% ١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدول السابق أن الغالبية العظمي من مبحوثي عينة الدراسة يتعرضون لوسائل الإعلام الشبكي لأكثر من ٣ ساعات وبنسبة بلغت ٤٩٪، فيما بلغت نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لوسائل الإعلام الشبكي بمختلف أنواعها كما وسبق ذكرنا في جدول رقم (٦) من ساعة إلي ٣ ساعات وبنسبة بلغت ٣٣,٥٪، وأخيراً نجد أن نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لوسائل الإعلام الشبكي لأقل من ساعة بلغت ١٧,٥٪.

ويدلل العرض السابق من خلال هذا التباين في النسب وارتفاع نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عبر الشبكة العنكبوتية لأكثر من ثلاث ساعات إنما يمثل وعاءاً ثقافياً معرفياً وأيضاً ترفيهياً، وهذا ما يفسر التعرض المكثف لمضامين الفيسبوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي ويتفق ذلك مع دراسة "Peter Dahlgren" حول دور وسائل التواصل في تنمية الثقافة المدنية، كما قد يكون عامل توفر شبكة الإنترنت ذات التدفق العالي وخدمة ٣G و ٤G عاملاً أساسياً في ارتفاع معدلات استخدامه، أما بالنسبة للشباب الذين يستخدمون الفايسبوك من ساعة إلي ٣ ساعات فقد يعود سبب ذلك إلي أن الشباب يستخدمون الانترنت الي جانب الانترنت الارضي وباقات التليفون المحمول نجد ايضاً وبقوة خدمة " الواي فاي " في أماكن مخصصة مثل مقاهي الإنترنت وساحات الكليات الجامعية وهو ما يفسره الفترة الزمنية التي يقضونها في استخدامها بالنظر إلي المسؤليات الدراسية العلمية والبحثية والتي تغنيهم عن الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام الشبكية.

جدول (٩): يبين حجم تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس.

الجنس / حجم التعرض	ذكر		أنثي		التكرار	النسبة المئوية
	ت	ن%	ت	ن%		
أقل من ساعة	٢٠	% ١٦,٧	١٥	% ١٨,٧	٣٥	% ١٧,٥
أكثر من ساعاتين	٤٠	% ٣٣,٣	٣٠	% ٣٧,٥	٧٠	% ٣٥
من ساعة إلي أكثر من ٣ ساعات	٦٠	% ٥٠	٣٥	٪٤٣,٨	٩٥	% ٤٧,٥
المجموع	١٢٠	١٠٠	٨٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي المبين أعلاه أن الغالبية العظمي من المبحوثين الذكور يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ٣ ساعات وبنسبة بلغت ٥٠ %، تليها نسبة الذكور المستخدمين للمواقع لأكثر من ساعتين والتي بلغت ٣٣,٣٪، فيما أفاد ١٦,٧٪ من المبحوثين بأنهم يتعرضون لأقل من ساعة لوسائل التفاعل الشبكي، أما بالنسبة للإناث من مبحوثين عينة الدراسة فهن يتعرضن لمواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ٣ ساعات وبنسبة بلغت ٤٣,٨٪، في حين بلغت نسبة من يتعرضن منهن لأكثر من ساعتين وبمقدار بلغ ٣٧,٥٪، وأخيراً بلغت نسبة من يتعرضون لمواقع التواصل الشبكي لأقل من ساعة وبمقدار بلغ ١٨,٧٪ .

ويدلل العرض السابق، أن النسبة الأكبر من إجمالي عينة الدراسة تميل لعينة الذكور والتي تستخدم وسائل الإعلام الشبكي لأكثر من ٣ ساعات ويرجع ذلك إلي أن استخدام تقنية الإنترنت تتسم في فئة الشباب الجامعي بقدر متقدم ودرجة عالية من التعامل ويعكس ذلك ايضاً ان تلك الفئة من الطلاب الجامعيين هي الفئة الأكثر تعلماً ووعياً وإقبالاً علي التكنولوجيا الحديثة ووسائل التفاعل الشبكي، ويتفق ذلك مع دراسة " فاطمه الزهراء " والتي تعبر عن دور المدونات الألكترونية في دفع عملية المشاركة السياسية .

كما أن الغالبية العظمي من عينة الإناث بدأت استخدام تلك الوسائل متأخرة نسبياً عن الذكور ما يرجح الكفة لهم وهذا ما أظهرته العديد من البحوث التي أجريت في العديد من الدول والتي أثبتت أن الذكور أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وأن نشاطهم وخبرتهم أكبر من الإناث، أضف الي ذلك ما تشير إليه تلك النتائج من تقدير نسب اهتمام الاناث مقارنة بالذكور حول طبيعة الاهتمامات السياسية والمعرفة والإدراك بثقافة التعامل السياسي مع القضايا المجتمعية والسياسية والتي قد ترجع الي الموروث الثقافي الذي بُني داخل المرأة والذي يعد حاجزاً ومعوقاً أمام تنامي ثقافتها السياسية سواء من خلال الوسائل التقليدية لوسائط التنشئة السياسية المختلفة أو عبر وسائل الاعلام الشبكي الحديثة والتي تسعي مقارنة بالذكور الي تنمية مقدراتهم وقدرتهم في تنمية ثقافتهم السياسية.

جدول (١٠): يبين أسباب ودوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي:

الأسباب والدوافع	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
تنمية المعلومات والأفكار السياسية	٧١	% ٣٥,٥	١,٧٦	.٤٣	٨٧,٩٣
متابعة الأخبار والأحداث المحلية	٥٠	٪٢٥	١,٧٠	.٤٦	٨٥,١١
التواصل	٤٩	% ٢٤,٥	١,٥٠	.٥٠	٧٥,٢٢
التسلية والترفيه	٦	٪٣	١,٣٤	.٤٩	٦٦,٩٦
زيادة الرصيد المعرفي	١٠	٪٥	١,٣٩	.٤٩	٦٩,٦٧
متابعة المواضيع والقضايا الاجتماعية المهمة	١٤	٪٧	١,٤٢	.٤٧	٧٠,٧٦
المجموع	٢٠٠	١٠٠	–		
المتوسط العام للمحور	–		١,٤٩	.٢٢	% ٧٤,٥

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق أعلاه أن دوافع تعرض مبحوثي عينة الدراسة لوسائل الإعلام الشبكي ، كان متوسطاً علي الفقرات جميعها ، وكان الوزن النسبي لمحور ودوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي(٧٤,٥٪)، وتراوح الوزن النسبي لدرجات المتوسطات الحسابية للفقرات بين (٦٦,٩٦٪ – ٨٧,٩٣٪) ، وفيما يتعلق بالدرجة الكلية لدور الإعلام الشبكي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب جاءت علي الترتيب من الأعلي نسبةً الي الأقل، وكانت علي النحو التالي : حيث احتلي دافع تنمية المعلومات والأفكار السياسية المرتبة الأولي وبنسبة بلغت ٣٥,٥٪ وبوزن نسبي بلغ (٨٧,٩٣٪) ، في حين احتلي دافع متابعة الأخبار والأحداث المحلية المرتبة الثانية من حيث حجم المتابعة وبنسبة بلغت ٢٥٪ وبوزن نسبي بلغ (٨٥,١١٪)، وجاء دافع التواصل بعمومياته في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت ٢٤,٥٪ وبوزن نسبي بلغ (٧٥,٢٢٪)، وكان دافع متابعة المواضيع والقضايا الاجتماعية المهمة في المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت ١٤٪ وبوزن نسبي بلغ (٧٠,٧٦٪)، وفي الرتبة الخامسة جاء دافع زيادة الرصيد المعرفي وبنسبة بلغت ١٠٪ ، وبوزن نسبي بلغ (٦٩,٦٧٪) ، وفي الأخير كان دافع الترفيه والتسلية وبنسبة بلغت ٦٪ ، وبوزن نسبي بلغ (٦٦,٩٦٪).

ويدلل ذلك علي مقدار حجم الوعي السياسي والإدراك المجتمعي ومدي الاحساس بالمسئولية الاجتماعية من قبل الشباب وذلك فأغلب المبحوثين يرون أن دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام الشبكي هي من أجل تنمية المعلومات والأفكار السياسية ، ومتابعة الأخبار والأحداث المحلية أي من أجل تتبع الأحداث التي تدور في الداخل المصري وتشغل الشآن العام الشبابي للبقاء على إطلاع دائم بمجريات الأحداث داخل الوطن الكبير مصرنا الغالية،أضف الي ذلك إبراز دور الاعلام الشبكي في لفت انتباه الشباب بصفة عامة والشباب الجامعي بشكل خاص نحو تنمية ثقافتهم السياسية عبر تلك الوسائل الحديثة والتي تعبر عن الاعلام التكنولوجي المتطور وعن جدارة الاعلام الشبكي في رفع مدركات ووعي الشباب بما يدور من حولهم رغبة من الشباب في الانغماس والمشاركة الايجابية في الشأن العام السياسي والمجتمعي المصري والذي دفعهم البحث عن ضالتهم في تنمية ثقافتهم السياسية عبر وسائل الاعلام الشبكي المتعددة والمختلفة، ويتفق ذلك مع دراسة " زهير عابد " و" حسني عوض " والتي أوضحت دور شبكات ووسائل التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي

العام وتنمية الاحساس بالمسئولية الاجتماعية، كما ويتفق ايضاً مع دراسة أعدها (المركز الوطني، لأبحاث الشباب) التي أظهرت أن "الاطلاع على كل جديد ومتابعة الشان العام المجتمعي والسياسي" هو أحد أكثر الدوافع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ثم تبادل الأخبار والمعلومات والخبرات مع الآخرين، كما أوضحت أيضا أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يتواصلون مع الآخرين بهدف الشعور بأنهم جزء من هذا العالم، ومن أجل تكوين رأي عام يشعر به المسؤولون، إضافة إلى التعبير عن أرائهم بحرية تامة وشفافيه كاملة دون قيد أو شرط

(http://www.alriyadh.com/٢٠٢١/٠٢/٠١/articlev٠٦١١٣.html)

جدول (١١): يبين توزيع المبحوثين حسب تفضيلهم للخدمات التي تتيحها وسائل الإعلام الشبكي:

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
خدمة الرسائل	٥٦	% ٢٨
خدمة المحادثة والدردشة	٧٨	% ٣٩
خدمة الفيديو والصور	٣٧	% ١٨,٥
خدمة التعليقات	٢٩	% ١٤,٥
أخرى	–	–
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي أعلاه أن المبحوثين يفضلون خدمة المحادثة والدردشة بنسبة بلغت ٣٩٪، تليها خدمة الرسائل وبنسبة بلغت ٢٨٪، في حين أن خدمة الصور والفيديو بلغت نسبتها ١٨,٥٪، وحصلت خدمة التعليقات على أقل نسبة وبلغت ١٤,٥٪.

ويدلل ذلك علي تفسير تفضيل المبحوثين لخدمة المحادثة والدردشة إلي المزايا التي تقدمها هذه الخدمة من خلال التفاعل الشبكي عبر وسائل التواصل المختلفة من تبادل للحوار عبر الشبكة العنكبوتية، سواء كان حواراً مكتوباً أو صوتياً أو حتى بالصوت والصورة معاً، كما أنه يمثل الطريقة الأمثل بالنسبة للشباب الجامعي للتواصل مع الآخرين على غرار خدمة الرسائل التي توفرها وسائل الإعلام الشبكي المختلفة، أضف الي ذلك تفضيل الشباب لخدمة المحادثة والدردشة يؤصل رغبة الشباب في تبادل الافكار والنقاش الحر المفتوح في شتئ المجالات المختلفة اجتماعية كانت أو سياسية مما يعمل علي تنمية ثقافتهم السياسية ويعزز ذلك لما ورد سلفاً في جدول رقم (١٠) والذي يؤكد علي أن دافع الشباب في عملية خدمة المحادثة والدردشة في إطار تحقيق دافع تنمية المعلومات والأفكار السياسية ورغبتهم الكاملة في مواكبة الاحداث الجارية الخاصة بهم والتي من خلال إدراكهم لتلك الأحداث يصب في مصلحتهم الخاصة ويعود بالنفع العام علي المجتمع ككل ، ويتفق ذلك مع دراسة " محمود حمدي عبد القوي " حول دور الإعلام البديل في تنمية المشاركة السياسية للشباب .

المحور الثالث: الثقافة السياسية للمبحوثين:

جدول (١٢): يبين توزيع المبحوثين حسب اهتمامهم بالمجال السياسي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أهتم بدرجة كبيرة	٩٥	٤٧,٥٪
أهتم	٧٠	٣٥٪
لا أهتم	٢٥	١٢,٥٪
ليس لي رأي	١٠	٥٪
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق أن هناك تبايناً بين الباحثين حول اهتمامهم بالمجال السياسي علي النحو الموضح عاليه من خلال الترتيب التالي : الاهتمام بدرجة كبيرة بالمجال

السياسي في المرتبة الأولي وبلغت نسبتها ٧٤,٥٪ ، وفي المرتبة الثانية جاءت درجة الاهتمام وبنسبة بلغت ٣٥٪ ، وكانت المرتبة الثالثة لدرجة عدم الاهتمام وبلغت نسبتها ١٢,٥٪ ، واحتلت درجة " ليس لي رأي " المرتبة الأخيرة في الاهتمام بالمجال السياسي وبلغت نسبتها ٥٪ .

ويدلل ذلك علي أن الغالبية العظمي من إجمالي حجم العينة الكلية للدراسة من أفراد عينة الشباب الجامعي لديهم ميلاً نحو المجال السياسي وبدرجة كبيرة، وهذا ما أشارت إليه أبحاث ودراسات أجريت، والتي أكدت أن عملية الإعلام الشبكي أتاح لفئة الشباب فرصاً كبيرة ومساحات للتعبير الحر والنقاش الفعال عبر وسائل التواصل المختلفة لطرح ونقد الرؤي والأفكار المختلفة عن القضايا العامة والمجتمعية في المجال السياسي بالمجتمع ويتيح لهم فرصة ممارسة الأنشطة السياسية و خضوع تجربة العمل السياسي، ويتفق ذلك مع دراسة " أحمد شاطر باش " حول دور وسائل الاعلام في تشكيل الثقافة السياسية في المجتمع.

جدول (١٣): يبين مفهوم الثقافة السياسية لدي المبحوثين.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أفكار ومعتقدات حول المجال السياسي	١٠٥	٥٢,٥%
معلومات حول النشاطات السياسية والحراك السياسي في الدولة	٤٥	٢٢,٥ %
الإنتماء والولاء للنظام السياسي الوطني	١٠	٥٪
جزء لا يتجزأ من الثقافة السائدة في المجتمع	٤٠	٢٠٪
أخري	-	-
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق أن الغالبية العظمي من عينة الدراسة من المبحوثين يرون أن الثقافة السياسية هي أفكار ومعتقدات حول المجال السياسي وبنسبة بلغت ٥٢,٥٪، فيما تري ما نسبته ٢٢,٥٪ من المبحوثين أنها معلومات حول النشاطات السياسية والحراك السياسي في الدولة، ويعتبرها ٢٠٪ من المبحوثين أنها جزء لا يتجزأ من الثقافة السائدة في المجتمع،

أما المبحوثين الذين يرون أن الثقافة السياسية هي الإنتماء والولاء للنظام السياسي الوطني فقد بلغت نسبتهم ٠٥٪.

ويدلل ذلك علي أن غالبية عينة الدراسة من الشباب يعتبرون الثقافة السياسية هي مجمل الأفكار والمعتقدات حول المجال السياسي من منطلق أنها تعبر عن ما تم تحصيله من معلومات وأفكار وبعض الممارسات والتي تعبر عن المشاركة في أية استحقاقات دستورية أو انتخابات نيابية حول المجال السياسي عبر مراحل مختلفة من حياة الأفراد، إلي جانب كونها حسب رؤية الباحثين من الشباب كل ما يتم رصده وتكوينه من معلومات وأفكار وتوجهات من قبل الأفراد حول السياسة ونشاطات السياسيين المختلفة من خلال عملية التواصل الفعال عبر وسائل التواصل الشبكي ، وذلك باعتبارها جزء لا يتجزأ من الثقافة السائدة في أي مجتمع من المجتمعات الإنسانية، ويتفق ذلك مع دراسة " باية بوزه ، وفاء بن طراد" حول الاسس النظرية للإعلام الشبكي والفعل الاتصالي ومعارف الشباب حول تنمية ثقافتهم السياسية عبر ذلك التواصل الشبكي .

جدول (١٤): يبين مصادر الثقافة السياسية للمبحوثين.

المصادر	التكرار	النسبة المئوية
الأسرة	٣٠	١٥٪
المؤسسات التعليمية	٤٠	٢٠٪
وسائل الإعلام التقليدية	٣٥	١٧,٥٪
الأحزاب السياسية	٢٥	١٢,٥ %
وسائل التواصل الاجتماعي	٧٠	٣٥٪
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق رؤية المبحوثين من عينة الدراسة في أن وسائل التواصل الاجتماعي والتي تعبر عن الاعلام الشبكي الحديث هي المصدر الأول لثقافتهم السياسية وبنسبة بلغت ٣٥٪، فيما اعتبر ما نسبته من عينة الدراسة ان مصدر ثقافتهم السياسية كان من خلال المؤسسة التعليمية أحد وسائط التنشئة السياسية والمتمثلة في تلك المرحلة بالنسبة للشباب في عينة

الدراسة في محراب الجامعة وبنسبة بلغت ٢٠ % ، واعتبر البعض الآخر من عينة الدراسة أن مصدر ثقافتهم السياسية ارتكز علي وسائل الاعلام التقليدية وبنسبة بلغت ١٧,٥٪ ، ورأي البعض منهم ايضاً أن مصدر ثقافتهم السياسية كان عبر الاسرة إحدي المؤسسات الرئسية والاولية في عملية التنشئة السياسية وبناء ثقافة الفرد وبنسبة بلغت ١٥٪ ، وجاءت الأحزاب السياسية في المرتبة الأخيرة كمصدر لتنمية وحصول الشباب علي ثقافتهم السياسية وبنسبة بلغت ١٢,٥٪ .

ويدلل العرض الجدولي السابق تتعدد مصادر الثقافة السياسية وتتباينها من شخص لأخر تبعاً لميول الشباب واهتماماتهم وحجم إدراكهم الفكري وعلى هذا الأساس جاء اختيار المبحوثين لوسائل الإعلام الشبكي والممثلة في وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي ورئيس لثقافتهم السياسية والذي يتضح ذلك من خلال الأخبار التي تتضمن المواضيع السياسية المختلفة ونشاطات الحكومة والوزراء إلي جانب عرض أعمال الأحزاب السياسية وبرامجها أثناء المناسبات السياسية، ويتفق ذلك مع دراسة " **Jams Srtouse** " حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الواقعية السياسية للأفراد عبر وسائلها المختلفة ومدي شعور الفرد بدوره السياسي في المجتمع بطريقة فعالة وايجابية .

المحور الرابع: وسائل الإعلام الشبكي وأثرها على الثقافة السياسية للمبحوثين:

جدول (١٥): يبين توزيع متابعة المبحوثين للأخبار السياسية عبر وسائل الإعلام الشبكي:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	١١٠	٥٥٪
أحياناً	٥٠	٢٥٪
أبداً	٤٠	٢٠ %
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من خلال العرض الجدولي السابق أن النتائج المشار إليها أعلاه تظهر أن الغالبية العظمي من مبحوثي عينة الدراسة يتابعون دائماً الأخبار السياسية عبر وسائل الإعلام الشبكي وبنسبة بلغت ٥٥٪، فيما يتابعون احياناً تلك الاخبار السياسية وبنسبة بلغت ٢٥٪ ، بينما حصلت الإجابة أبداً على أدني نسبة والتي بلغت ٢٠٪.

ويدلل ذلك علي أن المبحوثين يتابعون الأخبار السياسية ومختلف الأنشطة السياسية التي تمارسها الدولة أو الأحزاب السياسية او قضايا الشأن العام السياسي على حد سواء والتي يتم عرضها عبر وسائل الإعلام الشبكي بصفة دورية ودائمة أي أنهم يتعرضون بشكل دائم للمضامين السياسية عبر وسائل الإعلام الشبكي ، ويتفق ذلك مع دراسة " محمود حمدي عبد القوي" حول دور الإعلام البديل في تنمية المشاركة السياسية للشباب ، كذاك دراسة " حسني عوض " حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسئولية الاجتماعية.

جدول (١٦): يوضح متابعة المبحوثين لمواقع الأحزاب السياسية المصرية:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	٧٠	٣٥ %
لا	١٣٠	٦٥ %
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق أن الغالبية العظمي من عينة الدراسة من المبحوثين لا يتابعون مواقع الأحزاب السياسية المصرية وبنسبة بلغت ٦٥٪، بينما أجاب ٣٥٪ من المبحوثين أنهم يتابعون هذه المواقع.

ويدلل ذلك علي أن الغالبية العظمي من المبحوثين لا يتابعون مواقع الأحزاب السياسية وذلك يوضح غياب الدور النشط للكيانات السياسية والتكتلات الحزبية والتي تعتبر وعاء يصب وينصهر بداخله الشباب بالمجتمع والذي يعبر ايضاً علي إعتبار أن الأحزاب السياسية ضمن المؤسسات الرئيسية للتنشئة السياسية وتنمية وبناء الثقافة السياسية للشباب إلا انها لا تؤدي دورها

المنوط بها تجاه الشباب من خلال بناء وتنمية وإعدادهم سياسياً ، بل وتفقتقر الي عملية التسويق السياسي لكسب تأييد ومناصرة المستهلكين السياسيين من الشباب في المجتمع أو المشاركة في العمل السياسي والحزبي.

جدول (١٧): يبين مساهمة وسائل الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية للمبحوثين:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	١٦٣	% ٨١,٥
لا	٣٧	% ١٨,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق أن الغالبية الساحقة من عينة الدراسة الراهنة من المبحوثين يؤكدون علي أن وسائل الإعلام الشبكي تساهم وبقدر كبير جداً في تنمية ثقافتهم السياسية وبنسبة بلغت ٨١,٥٪، بينما نفي ذلك ما نسبته ١٨,٥٪ من المبحوثين.

ويدلل ذلك علي تأكيد عينة الدراسة من الشباب الجامعي للدور الفعال والايجابي لدور وسائل الإعلام الشبكي المختلفة ومساهمتها الحقيقية في تنمية الثقافة السياسية للمبحوثين، مبررين ذلك بأنها أتاحت لهم إمكانية التعبير عن آرائهم وأفكارهم وعرض النقد البناء للسياسيين والأحزاب السياسية وبرامج هذه الأحزاب، كذلك وفرت للشباب نافذةً مضيئة تسمح لهم من تنمية ثقافتهم السياسية والتعبير عن أرائهم وما يدور في خاطرهم السياسي دون قيد أو شرط مرتكزين في ذلك علي حماية والحفاظ علي خصوصية الآخر وعدم تخطي الأعراف والتقاليد المتفق عليها مجتمعياً ، كما أتاحت لهم فرصه التعرف على المجال السياسي بصورة أكثر وضوحاً ، ويتفق ذلك مع الغالبية العظمي من الدراسات السابقة التي وردت سلفاً في الدراسة الراهنة ويحقق كذلك الهدف الرئيسي للدراسة ويجب علي تساؤلاتها .

جدول (١٨): يوضح أنواع قضايا الثقافة السياسية التي تناقش عبر مواقع الإعلام الشبكي:

القضايا	التكرار	النسبة المئوية
العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات المختلفة.	٥	٢,٥٪
حرية الرأي والتعبير.	٢٠	١٠٪
الفساد السياسي .	٢٥	١٢,٥٪
حقوق الانسان.	٥	٢,٥٪
الربيع العربي والتغير .	٥	٢,٥٪
العنف السياسي ضد المرأة.	١٠	٥٪
الديموقراطية والشفافية والمسألة.	٣٠	١٥٪
التعامل الحكومي مع أزمة فيروس " coved ١٩ "	١٠٠	٥٠٪
المجموع	٢٠٠	١٠٠

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق أن قضية التعامل الحكومي مع أزمة فيروس" **coved** ١٩ " ، قد تصدرت المشهد في النقاشات السياسية للطلاب الجامعيين وبنسبة بلغت (٥٠٪) من إجمالي العينة الكلية لمجتمع الدراسة الراهنة، ليس فقط لما تتسم به تلك القضية من أهمية بالغة عالمياً ومحلياً، في حين جاءت قضية " الديموقراطية والشفافية والمسألة" في المرتبة الثانية من تفكير واهتمامات عينة الدراسة من خلال النقاشات السياسية عبر مواقع التواصل الشبكي وبنسبة بلغت (١٥٪)، وكانت قضية الفساد السياسي في المرتبة الثالثة من النقاشات السياسية للشباب وبنسبة بلغت (١٢,٥٪)، واحتلت قضية "حرية الرأي والتعبير" المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (١٠٪) من إجمالي عينة الدراسة الكلية ، وجاءت قضية العنف السياسي ضد المرأة في المرتبة الخامسة وبنسبة بلغت(٥٪)، وفي الأخير جاءت قضايا "العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات

المختلفة"/" حقوق الانسان "/" الربيع العربي والتغير"، علي نفس درجة الترتيب في المرتبة السادسة وبنفس النسبة والتي بلغت (٢,٥٪).

ويدلل ذلك علي أن المقصد هنا من تركيز عينة الدراسة علي قضية أزمة جائحة فيروس" **coved ١٩** " وتصدرها للترتيب الأول في النقاشات السياسية للشباب، كان بسبب رغبة عينة الدراسة في الوقوف علي مقدرة وجدارة الحكومة الحالية في تناولها وتعاملها مع تلك الأزمة ومناقشة الإجراءات والقرارات التي اتخذتها الحكومة ومدي طبيعتها وإمكانية التعامل معها سياسياً في المحيط المصري من خلال التعامل الرقمي بشفافية تامه حول حجم الجائحة من عدمه ومدي توافر اللقاحات المنوطة بتلك الجائحة من عدمه وهل نجحت الحكومة الحالية في تناول تلك القضية بشكل يرضي الشارع المصري ويحقق لهم قدراً من الاحساس بدرجة من بدايات الأمان علي حياتهم وحياة ذويهم في تلك الازمات من عدمه ولذا احتلت تلك القضية السواد الأعظم من تفكير ونقاشات الشباب السياسية عبر وسائل التواصل الشبكي، كذلك سعت عينة الدراسة الي طرح قضية " الديموقراطية والشفافية والمسألة" في المرتبة الثانية من تفكير واهتمامات الشباب إنما هو دليل علي ثقافة الشباب السياسية لإهتمامهم بتطبيق أشكال الديموقراطية داخل أروقة الهيئات والكيانات السياسية والحكومية من عدمه الامر الذي يسر وسهل لهؤلاء الشباب إمكانية مناقشة تلك القضية بحرية تامة عبر وسائل التواصل الشبكي وشعروهم بالأمان في طرح تلك الرؤي والنقاشات السياسية حول استخدام الحكومة الحالية لمبدأ الشفافية والمسألة في تناول القضايا العامة المجتمعية والسياسية علي حد سواء دون تمييز أو تورية ، في حين ان إنتقال الشباب لوضع قضية الفساد السياسي في الترتيب الثالث جعل من مناقشاتهم السياسية دوراً محورياً عبر وسائل التواصل الشبكي من خلال طرح أفكارهم حول مناقشة وطرح بعض الاراء حول الحد من عملية الفساد السياسي في الممارسات الانتخابية والسياسية لبعض الأفراد داخل المجتمع المصري ، ومما لا شك فيه ان تلك النقاشات والرؤي التي طرحها الشباب من ضمن اهتماماتهم في نقاشاتهم السياسية هي أبلغ دليل علي أن وسائل التواصل الشبكي ساعدت وبقدر كبير علي تنمية الثقافة السياسية للشباب وبقدر يمكن من خلالها إعتبارها رصيداً ومعولاً جديداً يضاف الي وسائط التنشئة والتثقيف السياسي علي الساحة الاجتماعية والسياسية.

جدول (١٩): يوضح دور الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية:

العبارة	نعم		لا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%			
يعمل علي توعيتي سياسياً وثقافياً .	٥٠	٤١,٧	١٠	١٢,٥	١,٤٦	٠,٥٠	٧٣,١٥
يعمل علي تبادل المعلومات السياسية.	٥	٤,٢	٢٠	٢٥	١,٣٣	٠,٤٧	٦٦,٣٠
يعمل علي تشكيل رأيي نحو القضايا السياسية.	١٠	٨,٣	١٥	١٨,٧	١,٣٠	٠,٤٦	٦٤,٧٨
يكون عندي حرية الرأي والتعبير عن القضايا السياسية.	٤٠	٣٣,٣	٥	٦,٣	١,٤٠	٠,٤٩	٦٩,٨٩
يوجههني نحو تغيير ثقافتي السياسية كضرورة للتطور .	١٥	١٢,٥	٣٠	٣٧,٥	١,١٨	٠,٣٩	٥٩,١٣
المجموع	١٢٠	٦٠٪	٨٠	٤٠٪			
المتوسط العام للمحور					١,٣٣	٠,٣١	٦٦,٥٪

- **بيانات الجدول جمعت وحسبت من عينة الدراسة:**

يتضح من العرض الجدولي السابق إلى أن الدرجة الكلية لمدى مساهمة دور الإعلام الشبكي في تنمية الثقافة السياسية لدى الشباب تحققت بدرجة مقبولة وبوزن نسبي بلغ (٦٦,٥٪).

أما درجات الفقرات فقد تراوحت بين (٥٩,١٣٪ – ٧٣,١٥٪) ، حيث جاءت الفقرة الاولي (يعمل علي توعيتي سياسياً وثقافياً) أعلى مرتبة في هذا المجال وبوزن نسبي بلغ (٧٣,١٥٪) ، بينما كانت أقل فقرة (يوجهني نحو تغيير ثقافتي السياسية كضرورة للتطور) كأدني فقرة في هذا المجال وبوزن نسبي بلغ (٥٨,١٣٪).

كذلك نلاحظ انه قد جاءت فقرة " دور الاعلام الشبكي يعمل على توعيتي سياسياً وثقافياً في تشكيل الثقافة السياسية في المرتبة الأولي بوزن نسبي بلغ (٧٣,١٥٪) ، وفي الترتيب الثاني من الأفراد أن وسائل الاعلام الشبكي " تكون لديهم حرية الرأي والتعبير نحو القضايا السياسية " بوزن نسبي بلغ (٦٩,٨٩٪) ، يليها بالترتيب الثالث " هدف تبادل المعلومات السياسية" وبوزن نسبي بلغ (٦٦,٣٠٪) ، في حين كانت فقرة " أن الاعلام الشبكي ساعد علي تشكيل رأيي في القضايا السياسية بالمرتبة الرابعة وبوزن نسبي بلغ (٦٤,٧٨٪) ، وأخيراً كانت فقرة " أن دور الاعلام الشبكي في تشكيل القضايا السياسية يوجه نحو تغيير الثقافة السياسية كضرورة للتطور وبوزن نسبي بلغ (٥٨,١٣٪).

ويتضح من العرض السابق إلى هذا الدور الايجابي الذي يؤديه الإعلام الشبكي في سياق تفاعله مع المجتمع في تشكيل الثقافة السياسية للشباب ، الأمر الذي ينعكس على تماسك المجتمع وترابطه ويجب المحافظة علي هذا الدور وتفعيله ليصل إلى أعلى مستوياته ، فالإعلام الشبكي يمتلك أدوات قوية غير مسبوقة في ممارسة العمل الإعلامي السياسي وغير مرئية من حيث التأثير والفاعلية فضلاً عن تمتعه ، بقدرة فائقة في الوصول إلى أفراد المجتمع بشرائحهم المختلفة في كل زمان ومكان وتعمل على تشكيل ثقافتهم وسلوكهم في تحمل مسؤولياتهم نحو القضايا المختلفة وقيادة التغيير في مجتمعاتهم.

وتؤكد الدراسة الراهنة علي أن هذه النتيجة تتطابق مع الأهداف التي وضعتها مواقع الإعلام الشبكي في تأكيدها لسعيها الدائم على نشر البيانات والمعلومات ونشر ثقافة حرية الرأي والتعبير، باعتباره دعامة أساسية في تدعيم الفرد المدافع عن قضاياه السياسية، وأن الاهتمام في هذا الجانب السياسي والثقافي يحتل النصيب الأكبر، ويليه تبادل المعلومات، وتكوين حرية الرأي والتعبير، وتشكيل رأى خاص ومتحرر تجاه القضايا السياسية الراهنة ، وأخيراً كان لوسائل الإعلام الشبكي دوراً في توجيه الثقافة السياسية للأفراد باعتبارها ضرورة للتطور في ظل التقدم التكنولوجي الهائل المتاح لهم من خلال الإعلام الشبكي .

ولذلك فالإعلام الشبكي يعد بمثابة رسالة تنويرية وتثقيفية تعمل على تنمية وعي الإنسان بما يجري في محيطه المحلي والكوني وتحافظ على فكره من التشتت والضياع، ويمثل التفاعل جملة من

الأخبار والمعلومات، التي تساعد الناس على الاتصال والتفاعل وتبادل المعلومات والأفكار فيما بينهم.

النتائج النهائية:

بناءاً على الأسئلة التي حاولت الدراسة الإجابة عنها، والبيانات التي تم جمعها وتحليلها، نعرض أهم النتائج والمناقشات وفقاً لترتيب أسئلة الدراسة، وعليه خلصت الدراسة إلي النتائج التالية:

– الغالبية العظمي من المبحوثين أفراد العينة هم ينتمون إلي جنس الذكور وأغلبهم ينتمون إلي الفئة العمرية الثانية نظراً لإعتبار تلك المرحلة العمرية هي مرحلة التكوين والانتشار من قبل الشباب والتواصل والبحث عن ضالة المعرفة والإدراك الحقيقي ورغبة الأفراد في الإطلاع على كل جديد من خلال صفحات الميديا وشبكات التواصل الاجتماعي.

– أشارت الدراسة أن الغالبية العظمي من المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك نظراً للخدمات المميزة التي يقدمها متيحاً بذلك للمستخدمين إمكانية التواصل مع الآخرين بسرعة وأريحية علاوة على أنه حسب العديد من الأبحاث والدراسات من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب مقارنة بباقي المواقع.

– أشارت الدراسة أن الغالبية العظمي من المبحوثين يتعرضون لوسائل الإعلام الشبكي على شبكة الإنترنت، وهذا دليل على أهمية هذه الوسائل بالنسبة للأفراد حيث أصبحت جزء لا يتجزأ من عادات الأفراد اليومية التعرض لمضامين وسائل الإعلام الشبكي بكل أنواعها.

– أكدت الدراسة أن الغالبية العظمي من المبحوثين يرون أن دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام الشبكي هي من أجل تنمية المعلومات والأفكار السياسية ، ومتابعة الأخبار والأحداث المحلية أي من أجل تتبع الأحداث التي تدور في مصر للبقاء على إطلاع دائم بمجريات الأحداث داخل الوطن.

– أكدت الدراسة أن المبحوثين يفضلون خدمة المحادثة والدردشة وذلك بالنظر إلي المزايا التي تقدمها هذه الخدمة من تبادل للحوار عبر الإنترنت سواء كان حواراً مكتوباً أو صوتياً أو حتى بالصوت والصورة.

– أشارت الدراسة أن الغالبية العظمي من أفراد العينة من الشباب الجامعي ليست لديهم ميلاً نحو العمل الحزبي .

– أشارت الدراسة أن المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الشبكي هي المصدر الأساسي لثقافتهم السياسية من خلال الأخبار التي تتضمن المواضيع السياسية المختلفة ونشاطات الحكومة والوزراء إلي جانب عرض أعمال الأحزاب السياسية وبرامجها أثناء المناسبات السياسية.

– إن الغالبية العظمي من المبحوثين لا يتابعون مواقع الأحزاب السياسية وذلك باعتبار أنهم غير مهتمين بممارسة النشاط السياسي عبر الكيانات السياسية الحزبية أو بمتابعة نشاطات الأحزاب السياسية من خلال التعامل مع تلك التكتلات والكيانات السياسية الغائب الحاضر علي الساحة السياسية في مصر أو المشاركة في العمل الحزبي.

توصيات الدراسة :

– ضرورة العمل على تشجيع مستخدمي الإعلام الشبكي: للمشاركة سواء عبر الفيسبوك أو التوتير أو اليوتيوب، وذلك من خلال تبسيط الاستخدام وجاذبيته ودعوتهم من خلالها إلي المشاركة في عملية اتخاذ وصنع القرارات السياسية.

– تمكن المستخدمين الشباب منهم على وجه الخصوص من الوصول إلي صفحات الأحزاب ودعوتهم للمشاركة بآرائهم بغية تدعيم ثقافتهم السياسية.

– إشراك الشباب في المجال السياسي من خلال ترك المجال للشباب للانضمام إلي الأحزاب ودمجهم في البرامج الحكومية.

– تعزيز دور وسائل الإعلام الشبكي في المجال السياسي من خلال دعمه لترقية العمل الحزبي والسياسي.

– دعم محاولات الشباب في اكتساب خبرات سياسية للانضمام في العمل السياسي.

– تضمين تدعيم الصفحات السياسية باعتبارها جسر يصل بين الأفراد والسياسيين وقادة الأحزاب إلي جانب كونها وسيلة لتعزيز الثقافة السياسية للأفراد.

– ضرورة التركيز على النشاط الفردي والمؤسساتي في المجتمع المصري على وسائل الإعلام الشبكي، لما لها من قدرة وتأثير هائل على الجمهور، وزيادة التنسيق والتعاون بينهما ، وتعزيز ثقافة الديمقراطية في المجتمع من خلال الإعلام الشبكي، وخاصة في استخدام موقع الفيسبوك.

– ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية المصرية باستخدام الإعلام الشبكي، في نشر مفاهيم التسامح وحرية الاختلاف وعدم إقصاء الآخر، لأنه يعتبر مصدر معلومات مهم في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب المصري.

قائمة المراجع:

– الغلايين محمد موفق: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، جدة: دار المنارة للنشر والتوزيع، ١٩٨٥.

– الصادق الحمامي، الإعلام الجديد مقربة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد ٤ ،٢٠٠٦ ،ص.٤.

– إمام إبراهيم: أصول الإعلام الإسلامي، القاهرة: دار الفكر العربي، بدون سنة.

– أمنه سعيدي ، صليحه منصور : دور الاعلام التفاعلي في صناعة الحراك الشعبي ، صفحة فيسبوك الجزائر نموذجاً، رسالة ماجستير كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، ٢٠٢٠، ص. ٢٢.

– المنوفي كمال المنوفي: مفهوم الثقافة السياسية: دراسة نظرية تأصيلية، مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، الأردن: المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، ٢٠٠٨.

– أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر: دار القصبة، ٢٠٠٦.

– أوسرير منور، بوعافية رشيد: أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، الطبعة الأولي، الجزائر: المكتبة الجزائرية بودواو، ٢٠١١.

– بدر أحمد: مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، مصر: دار قباء، ١٩٩٧.

– بن مرسلي أحمد:مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٣.

– حجاب, محمد منير: نظريات الإتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة،٢٠١٠ ، ص.٢٩٨.

– حمزة عبد اللطيف: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولي، القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١١.

– ذوقان عبيدات، عدس عبد الرحمان، كايد عبد الحق: "مناهج البحث العلمي مفهومة أدواته أساليبه"، عمان: دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، ١٩٨٢.

– زايد الطيب مولود: علم الاجتماع السياسي، الطبعة الأولي، ليبيا: دار الكتب الوطنية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.

– زعموم خالد، بومعيزة السعيد: التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠٠٧.

– سعود صالح كاتب:الإعلام الجديد وقضايا المجتمع.. التحديات والفرص، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الاسلامي، رابطة العالم الإسلامي، ١٣-١٥ ديسمبر ٢٠١١ ،جاكرتا، ص: ١٧.

– سمير خطاب: التنشئة السياسية والقيم، إيتراك للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولي، القاهره، ٢٠٠٤ ، ص٢.

– عبد الرازق انتصار، الساموك صفد: الإعلام الجديد، تطور الأداء والوظيفة، الطبعة الأولي، بغداد: الدار الجامعية للنشر والترجمة، ٢٠١١.

– عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، عدد ٢، ٢٠٠٧، ص.١٧٥.

– عوض ، حسني: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسئولية المجتمعية لدي الشباب ،" تجربة مجلس شبابي علار أنُموذجاً، بتاريخ ١٠ / ١٠ / ٢٠١٦ ، ص. ٦٥.

– عبيدات ذوقان وآخرون: البحث العلمي: مفهومة وأدواته وأساليبه، عمان: دار الفكر، ٢٠٠١.

www.qou.eduL/ Arabic/ conferences /social .Responsibility Conf /dr. housniAwad.pdf

- محمد بن مسعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي ، مكتب العبيدات للنشر والتوويع ، ط١ ، ٢٠١٣، ص. ١٣٥.

- مها عبد المجيد صلاح: الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية، ورقة مقدمة إلى ملتقى الإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات، عمان، ٢٠١٢ يونيه ٢٧-٢٥ الأردن ص.٨.

- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٢، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠١٠ ، ص.ص ٢٤٦-٢٤٧ .

- منار الرشواني: الإعلام الجديد والتغيير السياسي . متاح على الرابط التالي : http://www.mominoun.com/articles/categories/٣

- هشام محمود الأقداحي: علم الاجتماع السياسي ، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر،٢٠٠٩ ، ص١١٣.

المراجع الاجنبية:

- Aziz Douai &Hala K. Nofal , Commenting in the online Arab public sphere debating the Swiss Minaret Ban and the ‘‘Ground Zero Mosque’’ online, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. ١٧, No. ١, ٢٠١٢, P:٢٦٧

- Christian Fuchs, Social media: A critical introduction, ٢nd .edition, London: Sage,٢٠١٤, P.p:١٨٢,٤٩٠,٤٩١

- Jennifer Stromer Galley, New voices in the public sphere: Political conversation in the internet age ,Ph.D. .Dissertation, University of Pennsylvania, ٢٠٠٢, P:٢٨

- Kasun Ubayasiri, Internet and the public sphere: A glimpse of YouTube ,e-Journalist, Vol. ٦, No. ٢, ٢٠٠٦, .P:٧

- Katz, Blumler & Gureviteh. (٢٠٠٥). Utilization of Mass Communication. In the Uses of Mass Communication: Current Prespectives on Grantification Research. Blumler & Katz. (editors), sage publications, Beverly Hills, .Londoon, ,p.p ١١-٣٥

- **Lincoln Dahlberg**, Computer mediated communication and the public sphere: A critical analysis, **Journal of Computer-Mediated Communication**, **Vol**. ٧, **No**. ١, **October ٢٠١١**, **Available**, p. ٦٩.

- media", Business Dictionary, Retrieved ٨-٣-٢٠١٧. Edited.

- media", Oxford Dictionaries, Retrieved ٨-٣-٢٠١٧. Edited.

- Sadro Michael, **Comparative Politics**, Boston: McGraw-Hill, ٢٠٠١.

- Sammuel Bee, **Potems of government**, new yourk routedge, ١٩٧٠.

- ZiziPapacherissi , The virtual sphere, the internet as a public sphere, New media and society, Vol. ٤, No. ١, ٢٠٠٢, P:٩.

الرسائل والابحاث والمقالات :

- أحمد شاطرباش: وسائل الاعلام كرافد لتشكيل الثقافة السياسية في المجتمع الطلابي، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية ،المجلد ٨ ، العدد ٢ ، ٢٠٢٠، ص.ص. ٤٠-٤٢.

- باية بووزة ، وفاء بن طراد : الاطر النظرية المفسرة للاعلام الشبكي بين الفعالية و المحدودية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية ، المجلد الأول ، العدد الأول، ٢٠٢٠، ص.ص. ٤٤-٧٧.

- زهير عابد: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي" مجلة العلوم الإنسانية، جامعة النجاح، مجلد (١)، ٢٠١٢، ص. ٩٨.

- فاطمة الزهراء عبد الفتاح : العلاقة بين المدونات الالكترونية والمشاركة السياسية في مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة) : كلية الاعلام ، جامعة القاهرة،٢٠١١ ، ص. ٦٧ .

- محمود عبد القوى: دورالإعلام البديل فى تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الإجتماعية الافتراضية، بحث قدم للمؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر:الإعلام والإصلاح – الواقع والتحديات–، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص٦٢.

- Wilhelm, Grabow, Karsten: Political parties: Functions and Organizations in Democratic Societies, (Singapore: Konrad A denauer stifung, (٢٠١١), p. ٤٥.

- Peter Dahlgren (٢٠٠٠),"the internet and the democratization of civic culture', political communication, Vol.١٧ , P.P ٣٣٦-٣٤٠.
- http://www.alriyadh.com/٢٠٢١/٠٢/٠١/article٧٠٦١١٣.html.