

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك

د. خلف لافي الحماد*

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. وتكمن أهمية هذه الدراسة في سبر غور إحدى المواضيع الإعلامية التي قلما تناولها الباحثون بالدراسة والتقصي والتي تدور حول قدرة هذه المنصات الرقمية على توجيه الشباب نحو تبني فكرة أو قضية محددة تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي لديهم. ومن خلال تأسيس الإطار النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، تم استخدام منهج المسح على عينة حصصية من طلبة جامعة اليرموك بلغت (400) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية بنسبة (49.3%)، وجاءت "فيسبوك" بمتوسط حسابي (2.27)، و"تويتر" بمتوسط حسابي (1.78). كما اتضح بأن هذه المنصات تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية لدى المبحوثين وبدرجة مرتفعة. وقد تمثلت أبرز أشكال مساهمة هذه الشبكات التواصلية الرقمية في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية في "زيادة الوعي السياسي" بمتوسط حسابي (2.21). وتجدر الإشارة إلى أن هنالك علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي، بالإضافة إلى وجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على هذه المنصات الاجتماعية لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد. وفي ضوء هذه النتائج، توصي هذه الدراسة بضرورة عقد مؤتمرات ودورات تثقيفية من قبل الجهات المعنية بالشباب لتوعيتهم بالسلبيات والإيجابيات للمضامين التي تعرضها شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية التعامل مع هذه الشبكات بالطريقة الصحيحة، ناهيك عن زيادة التفاعل الرقمي من قبل ذوي الاختصاص من أصحاب الخبرات بهدف تناول قضايا سياسية بالمناقشة والحوار بمشاركة الشباب وانخراطهم بفاعلية حتى يتم تشكيل الرأي العام لديهم بحذر ووضوح بعيدا عن التلاعب بأرائهم وتوجيهها باتجاهات مضللة لا تخدم الصالح العام.

الكلمات المفتاحية: دور، شبكات التواصل الاجتماعي، الرأي العام السياسي، طلبة الجامعات.

* استاذ مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

The Role of Social Media Platforms in Forming the Political Public Opinion of Yarmouk University Students

Abstract

Social media platforms have had a profound impact on all spheres of our lives, which includes shaping our political views and standpoints. They have brought about dramatic changes in exchanging opinions and engaging routines, as well as in audience behaviour and analysis. The current study argues that there is a relationship between social media outlets and forming university students' political public opinion. In this context, the media dependency theory has helped these online platforms fulfil its role effectively. By adopting a quantitative research methodology, (400) participants have been surveyed, which is a representative sample of the university students under investigation. The results reveal that individuals tend to rely more on social media outlets, especially Facebook and Twitter, to follow up on political issues. Most importantly, this study shows that social media platforms have strongly contributed in forming respondents' political public opinion, which has been specifically beneficial in raising individuals' political awareness. Ultimately, these online outlets represent an opportunity to rethink the meaning and practices of forming political views and shaping public opinion. They invite digital media researchers to pay more attention as well as explore new and innovative methods to help online users, especially university students, shaping their political opinion in the most beneficial way.

Keywords: role, social media platforms, political public opinion, university students.

المقدمة

إن دور شبكات التواصل الاجتماعي في حشد الرأي العام وتأجيج الجماهير في أثناء ثورات الربيع العربي، وإشعال الشارع بالاحتجاجات والاضطرابات والعصيان، زاد من أهمية دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير السياسي وتشكيل الرأي العام. وقد أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في السنوات القليلة الماضية على أنها ليست بمعزل عن الواقع، فعملت بشكل فاعل في تشكيل الرأي العام وتكوينه وتحريك الشارع بالعمل على كسر حاجز الخوف والتركيز على أخطاء النظم السياسية وإخفاقاتها.

ويمثل الرأي العام غالبية آراء أفراد أو جمهور ما، ويتأثر بمجموعة من العناصر والعوامل والمحددات التي تسهم في تكوينه، ويؤكد العديد من الباحثين أن هذه العوامل كثيرة ومتشابكة، ويتفاعل بعضها مع بعض ديناميكياً، بمعنى أن كل عنصر منها يؤثر في الآخر. فالإنسان في المجتمع يتأثر بالأسرة، والدين، والعادات، والتقاليد، والقيم، والمؤسسات التعليمية، والنظام السياسي السائد في الدولة، والأصدقاء، والأقران، ورسائل الاتصال، والجماعات كالنقابات والأحزاب والهيئات. ومن هذه القنوات المتشعبة تمر التأثيرات المختلفة كل يوم؛ لكي تتكون اتجاهات الرأي العام. ومن الصعب فهم الرأي العام في أمة من الأمم، ما لم ندخل في نظرنا تلك القوى المادية والاجتماعية التي تشكل شخصية الأمة وتسهم في تكوين الفرد لمعتقداته وتشكيل اتجاهاته، فكانت شبكات التواصل الاجتماعي أداة تغيير وتأثير في الوعي السياسي وتشكيل الرأي العام للأفراد، ما أسهم ذلك كله في خلق بيئة أكثر ثراء من المعلومات بشكل فاق بكثير تلك التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية.

ويعدّ الرأي العام السياسي أحد الموضوعات التي لاقت اهتماماً من قبل الأكاديميين والباحثين في حقول العلوم الإنسانية والاجتماعية المختلفة، وكذلك من قبل السياسيين والمفكرين، وصنّاع القرار في الدولة، كونّ الوعي السياسي يلعب دوراً مهماً في إعداد المواطنين وتأهيلهم لفهم الخطط والأهداف والنظم والسياسات العامة للنظام السياسي والمشاركة في تنميتها، وتنمية الثقافة السياسية للمواطن وتدعيم الانتماء السياسي له، والمحافظة على الاستقرار السياسي في المجتمع، ومناقشة قضايا الديمقراطية والعدالة والتنمية، والتشجيع على المشاركة السياسية، حيث تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها، وتقدمها وتطورها على ما يتوفر لديها من وعي سياسي وفهم مشترك للقيم والفكر والسلوك، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع⁽¹⁾.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ساحة لممارسة نوع جديد من التنشئة السياسية وتكوين الرأي العام، بوصفها تنشئة ذاتية وتشكيل رأي غير موجه، إذ لا تقود هذه العملية جهة أو مؤسسة ما سواء رسمية أم غير رسمية. فعلى الرغم من وجود مواقع للمؤسسات الرسمية والأحزاب السياسية بأنواعها على شبكة الانترنت ووجود صفحات لها على الشبكات الاجتماعية، إلا أن تأثيرها يبدو محدوداً لا سيما في ضوء

حقيقة أن مستخدم الانترنت يملك في هذه الحالة مطلق الحرية في التعويض للمحتوى الذي تعرضه هذه الصفحات والمواقع.

وتبدو أهمية الوعي السياسي في تهيئة الجماهير لتقبل السياسة العامة والقرارات السياسية للنظام السياسي في ضوء الإطار العام لخدمة المجتمع، كما وأظهرت الكثير من الدراسات وجود علاقة طردية بين نمو الوعي السياسي لدى الأفراد وبين تقبل الأفكار الجديدة في المجتمع، وإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يتعرضون لمصادر معلومات متعددة ومتنوعة تمكنهم من تحليل المعلومات وفهمها وتطويرها بشكل أكبر لصالح مجتمعاتهم⁽²⁾.

وتأسيساً على ما سبق؛ تأتي هذه الدراسة لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك.

مشكلة الدراسة

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً مهماً للتغيير في المجتمع من خلال تغطيتها لأهم ما يحدث من أخبار على الساحة المحلية والإقليمية والدولية من أحداث وأزمات سياسية في إيصال معلومات تهم المجتمع بمختلف فئاته، كما تعمل على تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الرأي العام والوعي.

ويشكل الشباب فئة مميزة في المجتمع خاصةً الطلبة، فهم الفئة الأكثر حركة ونشاطاً، وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل رافداً أساسياً للطلبة والشباب بوجه عام في تعزيز الديمقراطية، أو زعزعة الأمن والاستقرار؛ نتيجة قدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام السياسي في ظل متغيرات متعددة.

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في الآتي:

1. عدم وضوح دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك.
2. عدم توافر فهم واضح للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحدث بسبب اعتماد عينة الدراسة على هذه المنصات الرقمية في تشكيل الرأي العام السياسي لديهم.

3. عدم معرفة أبرز الأحداث والقضايا السياسية التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تساهم بدورها في تشكيل آرائهم وتوجهاتهم السياسية.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في جانبين أساسيين، هما:

أولاً: الأهمية العلمية

1- تتطرق هذه الأهمية من الدراسات القليلة التي تناولت دور شبكات التواصل في تعبئة الرأي العام لدى الشباب، إضافة إلى أهمية هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام وتكوينه، إذ تعدّ إحدى مستجدات تكنولوجيا الرأي العام في الحصول على المعلومات الإلكترونية المفيدة، التي تخدم القضايا السياسية بما تتضمنه من مواد

نصية ورسوم وصور ثابتة ومتحركة وغير ذلك.
2- حاجة المكتبة العلمية لمثل هذه النوعية من الدراسات، للاستفادة منها في الدراسات المستقبلية.

ثانياً: الأهمية العملية

- 1- معرفة تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام، والكشف عن مواطن القوة والضعف التي تعكسها هذه الشبكات حتى يمكن تلافي تأثيراتها السلبية.
- 2- قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على حشد الشباب نحو فكرة أو موضوع أو قضية أو حدث معين، من خلال الصفحات التي تُنشأ لهذا السبب، ويُنشر فيها العديد من الحقائق والآراء والمعلومات، ويشترك فيها المستخدمون ويتفاعلون معها مما يزيد مدركاتهم ووعيهم وإبداء آرائهم بكل حرية.

أهداف الدراسة

الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة في معرفة:

- 1- درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية.
- 2- أسباب اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية.
- 3- أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في تشكيل الرأي العام السياسي.
- 4- الأحداث والقضايا السياسية التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- 5- مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي من وجهة نظر المبحوثين.
- 6- التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي.

أسئلة الدراسة وفرضياتها:

- السؤال الرئيس هو: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك؟ وينبثق عن السؤال الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي:
- 1- ما درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية؟
 - 2- ما أسباب اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية؟

- 3- ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في تشكيل الرأي العام السياسي؟
 - 4- ما الأحداث والقضايا السياسية التي يحرص المبحوثون على متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - 5- كيف تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي من وجهة نظر المبحوثين؟
 - 6- ما التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي؟
- فرضيات الدراسة:**

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى للعوامل الديموغرافية.
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تُعزى للعوامل الديموغرافية.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تُعزى للعوامل الديموغرافية.
- 4- توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي.
- 5- توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، والآثار التي نتجت عن هذا الاعتماد.

الدراسات السابقة

اطلع الباحث على عدد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة حول شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تشكيل الرأي العام السياسي أو الوعي السياسي، ويعرض الباحث هذه الدراسات وفقاً للترتيب الزمني، وذلك على النحو الآتي:

دراسة العتيبي (2021) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية" تويتر أنموذجاً⁽³⁾. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السعودي نحو قضية عمل المرأة في مناصب قيادية، حيث كانت أبرز النتائج كما يأتي: احتلت منصة تويتر موقعا متقدما كأفضل مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور السعودي بنسبة 63% يتابعون المنصة يوميا ويعتمدون عليها كونها مصدرا للمعلومات خاصة في موضوع متابعة التغيرات الاجتماعية للمرأة السعودية مما ساعد المبحوثين في تشكيل الرأي العام حول قضية تولي المرأة للمناصب الإدارية. وقد جاءت أبرز الإشباعات المتحققة لعينة الدراسة متمثلة باستخدامهم مواقع

التواصل الاجتماعي لتكوين معلومات كافية حول تولي المرأة المناصب القيادية، والمشاركة في كتابة آرائهم حول هذا الموضوع ومناقشة أصدقائهم بذلك.

• **Study of Halim et al. (2021) “Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis.”** (4)

في عام (2021) قام حلیم وآخرون بإجراء دراسة بعنوان: "الارتباط بين المشاركة السياسية عبر الإنترنت وكل من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وجودة المعلومات المتحققة من هذا الاستخدام، التوجهات السياسية، والمعرفة السياسية بين الشباب الماليزي: تحليل نموذج المعادلة الهيكلية" وهدفت الدراسة لمعرفة الارتباط بين المشاركة السياسية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وجودة المعلومات المتحققة من هذا الاستخدام، والتوجهات السياسية والمعرفة السياسية بين شباب ماليزيا باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، وحددت الدراسة مجموعات شبابية مختلفة في ماليزيا وأجاب (476) مشاركا تتراوح أعمارهم بين 18 و35 عاما على الاستبانة عبر الإنترنت.

وتوصلت الدراسة إلى أن تحليل مسار نموذج المعادلة الهيكلية يشير إلى وجود علاقة إحصائية ذات دلالة إيجابية بين جودة المعلومات المتحققة والمعرفة السياسية والتوجهات السياسية عبر الإنترنت. كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام هذه الوسائل يرتبط بشكل إيجابي مع المعرفة السياسية والاجتماعية، ولكنه يشير إلى عدم وجود ارتباط مع المشاركة السياسية عبر الإنترنت، ويوضح ذلك أهمية جودة المعلومات المتحققة والمعرفة السياسية والتوجهات السياسية عبر الإنترنت بين الشباب لا سيما في استخدام Facebook كأداة للمشاركة السياسية.

وفي عام (2021) قام محمد وعوض بإجراء دراسة بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي". (5) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل في تشكيل الوعي السياسي، وتوصلت أبرز النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تُعد مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي، بل أصبحت أداة قوية بيد الشعب ومنبرا سياسيا ومصدرا لاستقاء المعلومات والأخبار السياسية؛ لنجدها تساهم في تشكيل الوعي السياسي وتصبح شريكا مهما في تغيير العالم على الصعيد السياسي بغض النظر عن كون هذا التغيير إيجابيا أو سلبيا، فهذه الشبكات خلقت حالة كبيرة من الفوضى في عالمنا العربي؛ لذلك يجب أن نكون حذرين في أثناء استخدامها.

وفي عام (2020) قام الجاسر بدراسة بعنوان "الإعلام الجديد والوعي السياسي: دور حسابات الشبكات الإخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية" (6) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد وتحديدا وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل وعي الشباب السعودي الجامعي تجاه القضايا السياسية، واستخدمت المنهج

المسحي، ومن أهم نتائج الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون بدرجة كبيرة على هذه الحسابات للحصول على المعرفة السياسية، وأن أهم المميزات التي دفعتهم للاعتماد عليها هي سرعة الحصول على الأخبار وسهولته، في حين كانت تنمية الثقافة السياسية وفهم الأحداث الحاصلة حولنا هي أهم الأهداف التي من أجلها يعتمد أفراد العينة على الحسابات الإخبارية على تويتر، وكان من أهم نتائج متابعة هذه الحسابات تشكيل الوعي السياسي لديهم أنها قد زادت بشكل كبير من رغبة أفراد العينة في تنمية معرفتهم السياسية ودفعتهم نحو المشاركة بأرائهم حيال الموضوعات السياسية، وأتاحت لهم حرية التعبير عن هذه الآراء.

وفي عام (2020) قام الحلاق بدراسة بعنوان "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين وتعديل الرأي العام عند طلاب الجامعات السورية" (7) هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء طلبة الجامعات حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة في تكوين الرأي العام وتوجيهه وتعديله، وخلصت النتائج إلى أن موقع (فيسبوك) الأول من حيث درجة التأثير على الرأي العام لدى المبحوثين بنسبة مئوية مقدارها (93.75) يليه تويتر بنسبة (6.25)، كما تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي بصورة كبيرة في تكوين الرأي العام وخصوصاً في المجال الثقافي.

• Study of Ahmad et al. (2019) "The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan" (8)

وفي عام (2019) قام أحمد وآخرون بإجراء دراسة بعنوان: "استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية بين طلاب الجامعات: تحليل نتائج استبيان أجري في مناطق باكستان الريفية" وهدفت الدراسة إلى معرفة كيفية تأثير الأنشطة السياسية عبر الإنترنت على الفعالية السياسية والمشاركة السياسية في الحياة الواقعية بين طلبة الجامعات في المناطق الريفية في باكستان، وتشخيص العلاقة بين النشاط السياسي والوعي السياسي، وقامت الدراسة بتطبيق استبانة عبر الإنترنت لعينة بلغت (200) طالبا وطالبة من جامعة ناروال، في دولة باكستان.

وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الطلبة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية والمعلومات السياسية. وتعتمد الفعالية السياسية بشكل كبير على المشاركة السياسية عبر الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك، تعد وسائل التواصل الاجتماعي منصة حيوية لمستخدمي الإنترنت للمشاركة في الأنشطة السياسية الواقعية، وتشير نتائج الدراسة إلى أن الأنشطة السياسية عبر الإنترنت ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالوعي السياسي والمشاركة السياسية خارج الإنترنت في المناطق الريفية في باكستان.

وفي عام (2019) قام الزعبي بدراسة بعنوان " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني" (9) هدفت الدراسة لمعرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية الشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، وتم

فيها استخدام المنهج الوصفي عن طريق الاستبانة، لمسح آراء عينة الطلبة وجمع الحقائق والمعلومات وتحليلها وفق منظور الاستخدامات والإشباع.

وتوصلت الدراسة إلى انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن هذه الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصول الطلبة على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، وإلى مناقسة وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكانت بعض معلوماتها إيجابية مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، وبعضها الآخر سلبية مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه شبكات الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو لها الحكومة.

وفي عام (2017) قام عبد الله العساف بإجراء دراسة بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السعودي تجاه القضايا العربية" (10) هدفت الدراسة إلى البحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السعودي تجاه القضايا العربية، واعتمد البحث على منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أنه كلما زاد معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي زاد معه بالتبعية درجة الوعي السياسي لديهم، وكلما زاد مستوى ثقة المبحوثين في المضامين السياسية على هذه المواقع زاد معه بالتبعية معدل متابعتهم هذه المضامين.

وفي عام (2017) قامت ففتت بإجراء دراسة بعنوان " دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات اللبنانية" (11) هدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام طلبة الجامعات اللبنانية شبكات الإعلام الجديد، ورصد أهم الموضوعات التي يتناولها، بالإضافة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي، ومعرفة إلى أي حد تؤثر شبكات الإعلام الجديد على الشباب في مشاركتهم بالقضايا السياسية والاجتماعية.

وخلصت النتائج إلى أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع "الفيسبوك"، وتتراوح مدة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ما بين 3 إلى 5 ساعات وأكثر، ومنذ أكثر من 3 سنوات، وأن نصف أفراد العينة رأوا أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثر على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، وكشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والأقرباء، ثم للتسلية والترفيه، وللتعبير عن الآراء والأفكار بحرية والتفاعل والمشاركة الفورية.

وأظهرت الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة يتناولون المواضيع الاجتماعية، ويتقنون إلى حد ما بمحتوى مواقع التواصل الاجتماعي، وجاءت القضايا المحلية في المرتبة الأولى من حيث المتابعة على مواقع التواصل الاجتماعي، يليها القضايا الإقليمية فالقضايا الدولية، وبينت الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة رأوا أن الرأي العام يتأثر حول قضية ما بالمشاركات المتنوعة على صفحات التواصل الاجتماعي،

وأن أغلبية أفراد العينة أبدوا اهتمامهم بالدعوة إلى التظاهر أو الإضراب على صفحات التواصل الاجتماعي، وانتقاد سياسة الحكومات، وتعزيز الروح الوطنية والانتماء، وحلت مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى كونها مصدرا للمعلومات في أثناء حدوث أزمات في المجتمع، وأكثر من نصف أفراد العينة أكدوا أن مشاركتهم في حدث سياسي أو نشاطٍ ما، يتم عن طريق متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

• **Study of Keating et al. (2017) “social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth?”** (12)

وفي عام (2017) قام كيتنغ وآخرون بدراسة بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تفاعل الشباب سياسياً: صوت جديد للشباب؟" وهدفت الدراسة لمعرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تفاعل الشباب سياسياً، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال تطبيق استبانة عبر الإنترنت وباستخدام تحليل الطبقة الكامنة لشباب بريطانيين تتراوح أعمارهم بين 22 و29 عاماً لعينة من (1784). وتوصلت الدراسة إلى أن الدافع الرئيس للمشاركة السياسية عبر الإنترنت هو المصلحة السياسية (حتى بعد التحكم في الخصائص الاجتماعية والديموغرافية). وبينت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي قد توفر منفذاً جديداً لبعض الشباب، وهي في الوقت نفسه ليست إعادة إشراك الشباب الذين فقدوا بالاهتمام بالسياسة. وبينت الدراسة أن بعض الشباب أكثر انخراطاً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأغراض السياسية أكثر من غيرهم.

وفي عام (2016) قام صالح بإجراء دراسة بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني" (13) هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف إلى الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي لها، وكذلك إلى أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية، وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالاستبانة التي طُبقت على عينة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها هي موقع (Facebook) بنسبة (100%)، كما بينت وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني، نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية، وأن الشباب الجامعي لا يمتلكون أكثر من حساب في مواقع التواصل الاجتماعي، ووجود مستوى متوسط للدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

• **Study of Lagus (2016) “University students’ attitudes toward social media as an arena for political deliberation. A qualitative attitude approach.”** (14)

وفي عام (2016) قام لاجوس بإجراء دراسة بعنوان: "اتجاهات طلاب الجامعة نحو شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لتداول الشؤون السياسية". هدفت الدراسة إلى اختبار شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة وسيلة لتداول الشؤون السياسية، واتجاهات الشباب نحوها، والتعرف على كثافة المشاهدة لدى الطلبة السويديين، ومدى ثقتهم في التعبير عن آرائهم تجاه القضايا السياسية الإلكترونية، وعن دوافع هذا التعبير في السويد. وخلصت الدراسة إلى أن الشباب هم الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، وهم الأكثر قدرة على التعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية والاجتماعية، وأن أثر استخدام الإنترنت حسب عينة الدراسة كان إيجابياً، بالنظر إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بنشر الوعي المعرفي لدى الشباب بالقضايا السياسية وتداولها وطرح الآراء حولها. وأوضحت أن هناك ميلاً نحو إثارة القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؛ لما له من أهمية لدى عينة الدراسة في تنوع الآراء والقضايا المطروحة بوصف تلك الشبكات الأكثر انتشاراً.

• **Study of Muntean (2015) “The Impact of Social Media Use of Political Participation”** (15)

وفي عام (2015) قام مونتين بإجراء دراسة بعنوان: "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية". وهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايس بوك، تويتر) وبين المشاركة السياسية في إطار انتخابي على عينة من الشباب الروماني، عن طريق مسح إلكتروني للعينة، وعن طريق تحليل محتوى المنشورات عبر تلك الشبكات. وخلصت الدراسة إلى ارتفاع نسبة المستخدمين من الشباب الروماني لشبكات التواصل الاجتماعي؛ فيما يختص بكونها أداة للتفاعل مع القضايا والأحداث السياسية، وذلك بالتفاعل والإثارة بعملية التواصل الاجتماعي فيما بينهم، والحملات الدعائية المروجة لتلك القضايا السياسية.

وفي عام (2013) قام عبد الرزاق بإجراء دراسة بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي" (16) هدفت الدراسة التعرف على دور شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي ((Facebook, Twitter, Youtube) وأثرها على الوعي السياسي لفئة الشباب الجامعي، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بتوزيع استبانة على عينة الدراسة البالغة (400) مفردة من جامعات الموصل والأنبار وتكريت موزعة بحسب النسبة للعدد الكلي للطلبة من كل جامعة.

وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي وشبكاتهما تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية وفي طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وبالأخص في التأثير في السلوكات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي، وانعكاساته على

الشارع العراقي. وحاز فيسبوك على المرتبة الأولى في الاستخدام بنسبة 75.5% لدى فئة الشباب الجامعي، وهي الأعلى في الاستخدام، تلاه يوتيوب في المرتبة الثانية، وحاز تويتر على المرتبة الأخيرة بسبب قلة استخدامه، وتبين أن 80.0% من أفراد العينة مقتنعون بأن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي كانت محرّضا أساسيا على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية، وأنها فيما بعد لعبت دورا مماثلا بتحريك الوعي السياسي على الساحة العراقية، وأن 59.0% من أفراد العينة باتوا مقتنعين بأن الأحداث التي شهدتها الدول العربية كانت سببا لاشتراكهم بشبكات التواصل الاجتماعي.

وفي عام (2013) قام الدبيسي والطاهات بدراسة بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية" (17) وهدفت الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومناقشتها وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكانت بعض معلوماتها إيجابية مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، وبعضها الآخر سلبي مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية.

• **Study of Yunus (2013) "The role of social media in creating political awareness and mobilizing political protests: A Focus on Turkey" (18)**

وفي عام (2013) قام يونس بإجراء دراسة بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي وحشد المعارضة السياسية." وهدفت الدراسة إلى معرفة قوة شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب الأتراك في خلق الوعي السياسي وحشد المعارضة السياسية في تركيا، وذلك من أجل التنبؤ بالمستقبل السياسي في تركيا. وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا أساسيا في الحركات الاجتماعية والتحويلات السياسية، وأن الشباب مهتمون في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ للتعبير عن آرائهم ومعتقداتهم، وأن هذا التواصل أوجد بيئة غنية بالمعلومات السياسية التي بدورها تخلق الوعي تجاه القضايا السياسية.

• **Study of Johannessen (2013) "Social media as public sphere: an exploratory study of online political communication in Norway" (19)**

وفي عام (2013) قام جوهانسن بإجراء دراسة بعنوان: "وسائل التواصل الاجتماعي كمجال عام: دراسة استكشافية للاتصال السياسي الرقمي في النرويج"

وهدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في القطاع العام النرويجي، ومساهمتها في فهم كيف يمكن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة فاعلية تداول تلك الشبكات واستخدامها، وهدفت أيضا لمعرفة الأسباب التي تواجه الديمقراطية في إطار انخفاض إقبال الناخبين وانخفاض عضوية الأحزاب السياسية واطمحلال الاهتمام العام بتداول القضايا السياسية.

وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين ازدياد درجة الفهم والوعي السياسي والاجتماعي لدى النرويجيين، وبين الإقبال على شبكات التواصل الاجتماعي، وأنه يمكن تحليل درجة الوعي لأي فئة من فئات الجماهير بدراسة مدى تفاعلها على شبكات التواصل الاجتماعي، وأشارت النتائج إلى تفاعل كبير للعينة تجاه القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأن لهذه الشبكات دورا فاعلا في إبراز القضايا السياسية العامة، وتحريك الرأي العام وتوجيهه.

التعليق على الدراسات السابقة

- ركزت الدراسات السابقة في تناولها لموضوع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي على نماذج نظرية متنوعة مثل، نظريتي الاستخدامات والإشباع والإعتماد على وسائل الإعلام، وتمت الاستعانة على نظرية الإعتماد في هذه الدراسة لبناء الإطار النظري بسبب ملائمة هذا المدخل للدراسة وموضوعها، ولما يحققه هذا الإعتماد من آثار معرفية، ووجدانية، وسلوكية.
- أظهرت نتائج الدراسات السابقة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي إرادة من جماهير العينات البحثية، كان (الفيس بوك) ما يشير إلى انتشاره أكثر من غيره.
- كانت معظم العينات البحثية- في الدراسات العربية والأجنبية على حد سواء- من فئة الشباب، والطلبة خصوصا، مما يعزز قناعة الباحث بفئة جمهور العينة أكثر من أي فئة أخرى.
- أظهرت الدراسات السابقة أن شبكات التواصل الاجتماعي تشكل مصدرا من مصادر الأخبار والمعلومات، ما ينعكس على تشكيل اتجاهات مختلفة لدى الجمهور التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، وهو ما اتفقت معه بعض الدراسات الأجنبية التي بينت بأن استخدام هذه المنصات الرقمية يرتبط بشكل إيجابي مع المعرفة السياسية والاجتماعية، بالإضافة لكونها ذات فعالية في إبراز القضايا السياسية العامة، وتوجيه الرأي العام.
- أوضحت الدراسات السابقة أن هناك منافسة بين شبكات التواصل الاجتماعي، لا يعرف مستوى تفوق كل منهما على الآخر في تشكيل الرأي العام لدى جمهور العينة.
- تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة كونها تتناول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، المترتبة على هذا الإعتماد، حيث لم تتناول الدراسات السابقة دور هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك حسب علم الباحث.

- إستفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة، في تحديد مشكلة الدراسة وأسئلتها؛ فقد قدمت الدراسات السابقة تصورا جيدا لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور، واستطاع الباحث الرجوع إلى العديد من المراجع البحثية الثرية التي استخدمتها الدراسات الأجنبية على وجه التحديد، وتم الاستفادة منها في تعزيز الثقة بالجدوى البحثية للموضوع محل الدراسة.
- رصدت الدراسات السابقة أهم الموضوعات السياسية والاجتماعية التي تداولها الطلبة عبر هذه المنصات الإلكترونية سعياً منهم لبلورة آرائهم السياسية وهو ما تناوله الباحث في دراسته الحالية، بالإضافة إلى تطرق هذه الدراسات لأبرز منصات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب لمتابعة القضايا السياسية والذي يعتبر من الأمور التي ألقى الباحث الضوء عليها في هذه الدراسة.

الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تركز على الربط بين محتوى الوسيلة الإعلامية وسلوك الجمهور، ومدى اعتماد الجمهور على وسيلة دون غيرها لتلقي المعلومات التي تشكل سلوكهم وتلبي احتياجاتهم في الحصول على المعلومات.

وتركز النظرية على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي معلوماته منها، وكما يوحي اسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها.

وبناء على ذلك، يتبين أن مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هو: اعتماد متبادل بين الأفراد والنظم الاجتماعية والجمهور ووسائل الإعلام، إذ تكون وسائل الإعلام مصدرا للمعلومات في الوقت الذي تتشكل فيه المعلومات نفسها، بالإضافة إلى معالجتها ونشرها، ثم يعتمد عليها الفرد في تحقيق أهدافه.⁽²⁰⁾

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في أنه كلما زاد اعتماد الفرد على إشباع حاجاته من خلال استخدام وسائل الإعلام زادت أهمية الدور الذي تؤديه هذه الوسائل في حياة الفرد، ما يزيد تأثير هذه الوسائل عليه. ومن منظور اجتماعي واسع إذا كان هناك أفراد أكثر يعتمدون على الوسائل الإعلامية فإن التأثير الكلي للوسائل يرتفع بطبيعة الحال ويصبح دور الوسائل أساسيا بشكل أكبر.

ركائز النظرية:

- تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين، هما: ⁽²¹⁾
- الأهداف: إذ يسعى أفراد الجمهور إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الشخصية أو الاجتماعية من المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام إليهم.
- المصادر: يتعرض الجمهور لوسائل الإعلام كونها نظاما إعلاميا لتحقيق أهدافهم، وتتحكم هذه الوسائل بثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي: جمع المعلومات عبر

- مراسليها ومندوبيها، وتنسيق المعلومات، ونشرها وإيصالها إلى الجمهور الذي يعتمد عليها من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف، وهي كما يأتي: (22)
- 1- الفهم: أي معرفة الذات عبر عملية التعلم، والحصول على الخبرات الجديدة، وتحقيق الفهم الاجتماعي بمعرفة الموضوعات والأحداث والقضايا وتحليلها وتفسيرها.
 - 2- التسلية: سواء أكانت فردية أم انعزالية مثل الاسترخاء والراحة، أو التسلية الاجتماعية مثل مشاهدة التلفاز مع الأسرة، أو الجلوس مع الأصدقاء.
 - 3- التوجيه: ويتمثل في توجيه العمل والسلوك في إطار الأخلاقيات الاجتماعية، والتوجيه التفاعلي للحصول على دلالات حول الكيفية التي يجب التعامل بها مع مختلف المواقف.

فروض النظرية:

- يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته عن طريق استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الفرد زاد تأثيرها عليه، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأفراد، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام. (23)
- أما الفروض الفرعية، فهي: (24)
- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد على معلومات وسائل الإعلام أو قلتها، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيزداد الاعتماد على وسائل الإعلام.
 - تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، فعندما تتعدد مصادر المعلومات يقل اعتماد الأفراد على وسائل إعلام معينة.
 - يختلف الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.
- فالتأثير الجامعي قد يجد نفسه يتعرض قسرياً إلى المعلومات والأخبار التي تقدمها وتتداولها شبكات التواصل الاجتماعي، إذا ما تم الأخذ في عين الأهمية أنه أصبح لكل طالب حساب أو أكثر على هذه الشبكات، كما أن هذا لا ينفي اختلاف اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام؛ فقد يكون له وسائل إعلامية خاصة به.

تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام

- تقسم التأثيرات الناتجة عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام إلى ثلاثة أنواع، وفقاً لما يأتي:
- 1- الآثار المعرفية: وهي خاصة بإزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات، وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا المجتمع، وترتيب أولويات اهتمام الجمهور، وتوسيع دائرة معتقداته، وتوضيح أهمية القيم. (25)
 - 2- الآثار الوجدانية: وهي مرتبطة بالنواحي العاطفية مثل الخوف والقلق، والاعتراب والفتور العاطفي، والدعم المعنوي. (26)

3- الآثار السلوكية: وهي التي تنشط الفرد للقيام بسلوك معين نتيجة للتغير في المعارف والوجدان عند التعرض للوسيلة الإعلامية وهذا يسمى تنشيطاً، وقد يكون السلوك هو الخمول ويعني عدم النشاط واللامبالاة والسلبية وعدم المشاركة.⁽²⁷⁾ ولذا، فإن اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والمعارف السياسية من خلال القضايا السياسية التي تتداولها وتتناقلها هذه الشبكات، إضافة إلى نظرة المؤسسات السياسية لهم، يعدّ متغيراً أساسياً لمعرفة دورها في تشكيل الرأي العام السياسي من معتقدات ومعارف ومشاعر لدى الطلبة، وهذا يؤثر في سلوكهم وتفاعلهم مع العملية السياسية بصورة عامة.

وبناءً على ما سبق طرّحه، فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام سيتم توظيفها في هذا البحث عن طريق ما يلي:

1. الاعتماد على فروض النظرية وانعكاسها في إعداد أداة الدراسة للحصول على المعلومات من المبحوثين.
2. انعكاس النظرية أيضاً في مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها.
3. التعرف من خلال النظرية على التأثيرات الناتجة من اعتماد عينة المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لديهم.

مصطلحات الدراسة ومفاهيمها:

الدور: هو توظيف مجريات الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، بهدف تشكيل معارف الأفراد تجاه ما يدور حولهم، وتزويدهم بالبيانات والمعلومات حول الموضوعات التي من المفترض تغطيتها إعلامياً.⁽²⁸⁾ **ويعرّف إجرائياً** وفقاً لموضوع الدراسة الحالية على أنه: تشكيل الرأي العام السياسي لطلبة جامعة اليرموك عن طريق تزويدهم بالأحداث والقضايا السياسية. **شبكات التواصل الاجتماعي:** وهي منظومة إلكترونية تسمح لمستخدمي الإنترنت بإنشاء صفحات خاصة بهم، وربطها بنظام اجتماعي إلكتروني مع الأعضاء الآخرين الذين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. وتستخدم في توعية المستخدمين وتعريفهم بالمعلومات، والمنتجات، والخدمات، والقضايا المختلفة⁽²⁹⁾. **وتعرّف إجرائياً** بأنها إحدى تطبيقات شبكة الإنترنت التي تسمح لمستخدميها التواصل مع الآخرين، وتمنحه خدمات متعددة في مختلف المجالات التي يمكنه من مشاركتها والتفاعل حولها معهم.

الرأي العام: عرّفه (معجم المصطلحات السياسية) بأنه: "وجهة نظر الأغلبية تجاه قضية عامة معينة، في زمن معين، تهم الجماهير، وتكون مطروحة للنقاش والجدل؛ بحثاً عن حل يحقق الصالح العام" فالرأي العام لا يعني توافق آراء أعضاء الجماعة جميعهم من دون استثناء، إزاء مشكلة ما، والتضارب في الآراء، لا بُدّ أن يظلّ قائماً؛ نظراً لتعدد الاتجاهات والمعتقدات وتفاوت المستويات، والرأي العام في الدولة، هو الرأي المسيطر، أي رأي غالبية المواطنين تجاه مشكلة عامة مطروحة للنقاش، وإن كانت هنالك آراء متناقضة فالمهم هو تشكيل رأي عامّ إزاء قضية ما، يُثار حولها الجدل والنقاش الجماهيري. **ويعرّف إجرائياً:** بأنه رأي طلبة جامعة اليرموك تجاه القضايا

السياسية، التي توجه إلى دائرة اهتمامهم، عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى قمة تلك القضايا الانتخابيات وأمور السياسة والشؤون الداخلية والخارجية.
طلبة جامعة اليرموك: ويقصد بهم طلبة الجامعة من مختلف التخصصات والكليات والسنوات الدراسية، الذين هم على مقاعد الدراسة الجامعية في الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي 2021-2022.

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: نوع الدراسة ومنهجها

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية (Descriptive Research) "القائمة على تفسير الظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها، وتوصيف العلاقات بينها؛ للوصول إلى وصف دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة"⁽³⁰⁾ بهدف اختبار الفرضيات، والوصول إلى النتائج المرتبطة بدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك.

وفي إطار ذلك؛ استخدم الباحث منهج المسح الذي يعدّ من أهم المناهج المستخدمة لدراسة جمهور وسائل الإعلام، وجمع المعلومات عن حالة الأفراد وخصائصهم الاجتماعية واتجاهاتهم وسلوكياتهم؛ لدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك.

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع طلبة جامعة اليرموك الذين لا يزالون على مقاعد الدراسة الجامعية في الفصل الدراسي الأول للعام الجامعي 2021-2022، وقد تم اختيار عينة حصصية متساوية قوامها (400) مفردة موزعة على الكليات العلمية والكليات الإنسانية بواقع (200) مفردة من كل منهما موزعين على الذكور والإناث بواقع (100) مفردة، ويوضح الجدول رقم (1) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

جدول (1) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	200	50%
	أنثى	200	50%
الكلية	علمية	200	50%
	إنسانية	200	50%
السنة الدراسية	أولى	57	14.2%
	ثانية	97	24.3%
	ثالثة	116	29%
	رابعة	130	32.5%
المجموع (ن) = 400			

ثالثاً: أداة الدراسة

اعتمد الباحث على الاستبانة الإلكترونية لجمع المعلومات والبيانات من عينة الدراسة، للإجابة عن تساؤلات الدراسة وفروضها، وقد تضمنت الاستبانة المقاييس الآتية:

أولاً: تم استخدام مقياس رُباعي لقياس درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، وأكثر شبكات التواصل الاجتماعي اعتماداً في تشكيل الرأي العام السياسي، ودرجة الاهتمام بالموضوعات والقضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ودرجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية، حيث تضمن المقياس الدرجات الآتية: (3) بدرجة مرتفعة (2) بدرجة متوسطة (1) بدرجة منخفضة (0) لا. ولتحديد مستوى تقديرات إجابات المبحوثين على هذه المقاييس؛ تم احتساب درجات المقياس من خلال طرح الدرجة العليا في المقياس المستخدم (3) من الدرجة الدنيا (0)، ثم قسمة ناتج الطرح على عدد الفئات المطلوبة وهي (3) فئات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة)، وبالتالي تصبح المعادلة: $1=3/(0-3)$. وقد تمت إضافة ناتج هذه المعادلة لنهاية كل فئة في المقياس بهدف تقدير درجة المتوسطات الحسابية كما يشير الجدول رقم (2).

ثانياً: تم استخدام مقياس ثلاثي لقياس أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، والآثار المعرفية الناتجة عن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي، والآثار الوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد، إلى جانب الآثار السلوكية، حيث تضمن المقياس الدرجات التالية: (3) موافق (2) محايد (1) غير موافق. وقد تم احتساب درجات المقياس من خلال طرح الدرجة العليا في المقياس المستخدم (3) من الدرجة الدنيا (1)، ثم قسمة ناتج الطرح على عدد الفئات المطلوبة وهي (3) فئات (مرتفعة، متوسطة، منخفضة)، حيث تصبح المعادلة: $0.66=3/(1-3)$. وقد تمت إضافة ناتج هذه المعادلة لنهاية كل فئة في المقياس بهدف تقدير درجة المتوسطات الحسابية كما يشير الجدول رقم (2).

جدول (2) المعيار الإحصائي لتقدير مستويات المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين

المقياس	الدرجة المنخفضة	الدرجة المتوسطة	الدرجة المرتفعة
الرباعي	1.00 – 0	2.00 – 1.01	3.00 – 2.01
الثلاثي	1.66 – 1.00	2.33 – 1.67	3.00 – 2.34

إجراءات الثبات والصدق

أولاً: إجراءات الثبات

تم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الاستبانة)، والذي أظهر أن ثبات محاور الاستبانة قد تراوح بين (84.2%) و(94.5%)، وتعدّ هذه القيم مقبولة في البحوث الإعلامية. وتشير إلى ثبات محاور أداة الدراسة، ويوضح الجدول رقم (3) قيمة معامل الثبات لكل محور من هذه المحاور.

جدول (3) معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الاستبانة

معامل الثبات	المحور
84.2%	أسباب اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية.
94.5%	درجة اهتمام المبحوثين بالموضوعات والقضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
93.4%	درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية.
88.9%	الأثار المعرفية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي.
86.3%	الأثار الوجدانية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي.
88.9%	الأثار السلوكية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي.

ثانياً: إجراءات الصدق

للتأكد من الصدق الظاهري لمحتوى الاستبانة؛ قام الباحث بعرض الأداة على مجموعة من المحكمين⁽³¹⁾ ذوي الخبرة والممارسة البحثية والاختصاص في مجال الإعلام في جامعة اليرموك؛ بهدف التأكد من أنها تحقق أهداف الدراسة، وتجب عن تساؤلاتها، وذلك قبل البدء بنشرها إلكترونياً، حيث تم الأخذ بالملاحظات التي قدمها المحكمون، وتعديل الاستبانة بناءً عليها.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS - V25)، عبر الاعتماد على المقاييس الإحصائية الآتية: الوسط الحسابي (Mean)، الانحراف المعياري (Standard Deviation)، اختبار (Independent T-Test)، اختبار تحليل التباين الأحادي (ONE-WAY ANOVA)، اختبار تحليل التباين البعدي (LSD)، اختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's Correlation Coefficient)، اختبار معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation).

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً: نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة

- درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية

جدول (4) درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة

الأحداث والقضايا السياسية

النسبة المئوية	التكرار	درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي
49.3%	197	بدرجة مرتفعة
37%	148	بدرجة متوسطة
6%	24	بدرجة منخفضة
7.8%	31	لا اعتمد عليها
100%	400	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية وبلغت نسبتهم (49.3%)، يليهم من يعتمدون على هذه الشبكات بدرجة متوسطة وبلغت نسبتهم (37%)، ثم من لا يعتمدون عليها وبلغت نسبتهم (7.8%)، وفي المرتبة الأخيرة من يعتمدون على هذه الشبكات بدرجة منخفضة وبلغت نسبتهم (6%).

ويشير اعتماد النسبة الأكبر من المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الموضوعات والقضايا السياسية إلى أهمية الدور الذي تؤديه هذه الشبكات على الصعيد السياسي؛ نظراً للخصائص والسمات التي تتميز بها مثل التفاعلية، والأنية، وإمكانية استخدامها في أي وقت وأي مكان وبمختلف الأجهزة الحديثة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، إضافة إلى سرعتها في نقل الأخبار والأحداث السياسية أولاً بأول، وفتحها المجال أمام المستخدمين لإبداء آرائهم ووجهات نظرهم حولها، الأمر الذي دفعهم إلى الاعتماد عليها للحصول على المعلومات والمعارف السياسية، وتبادل الآراء ووجهات النظر حول مختلف القضايا الجارية سواء على الصعيد المحلي الأردني أم الإقليمي أم الدولي.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (صالح، 2016) التي توصلت إلى أن جميع المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة القضايا السياسية، كما اتفقت مع دراسة (Muntean, 2013) التي بينت ارتفاع نسبة المستخدمين من الشباب الروماني لشبكات التواصل الاجتماعي؛ فيما يختص بكونها أداة للتفاعل مع القضايا والأحداث السياسية، كما اتفقت مع دراسة (الجاشر، 2020) التي أوضحت أن أفراد العينة يعتمدون بدرجة كبيرة على هذه الحسابات للحصول على المعرفة السياسية، كما تتفق مع دراسة (Ahmad et al., 2019) التي توصلت إلى أن غالبية الطلبة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية والمعلومات السياسية.

- أسباب عدم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية

جدول (5) أسباب عدم اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية (ن=31)

أسباب عدم الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية
لضعف المصداقية في موضوعاتها.	31	18.9%
لا أثق بالمعلومات السياسية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي.	29	17.7%
لأنها تهتم بالإثارة والتهويل على حساب الحقيقة.	26	15.9%
لا أهتم بمتابعة القضايا السياسية عبر هذه الشبكات.	24	14.6%
مصادرها ليست متخصصة في الموضوعات السياسية.	21	12.8%
معظم موضوعاتها تحمل أجندات خاصة.	18	11%
ليس لدي وقت لمتابعة القضايا السياسية.	15	9.1%
المجموع	164	100%

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن أبرز أسباب عدم اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية قد تمثلت في "ضعف

المصدقية في موضوعاتها" بنسبة (18.9%)، وكذلك "عدم الثقة بالمعلومات السياسية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة (17.7%)، فيما تمثلت أقل أسباب عدم الاعتماد في "معظم الموضوعات تحمل أجددات خاصة" بنسبة (11%)، وكذلك "عدم وجود وقت لمتابعة القضايا السياسية" بنسبة (9.1%).

وقد تُعزى هذه النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بنشر المعلومات على اختلاف أشكالها دون الحاجة إلى التحقق منها كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، الأمر الذي سمح لانتشار العديد من الشائعات والمعلومات السياسية المغلوطة، ما أثر على مستويات الثقة بالمعلومات التي تقدمها هذه الشبكات بشكل عام، كما أن طبيعة الموضوعات السياسية تحتاج إلى مصادر متخصصة؛ وهو الأمر الذي قد لا يتوافر على الدوام في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تسمح هذه الشبكات لأي شخص يمتلك حسابا عليها أن ينشر ما يريد؛ ويعبر عن آرائه في الموضوعات التي يشاء ومن بينها الموضوعات السياسية، ما ساهم في عدم ثقة وعدم اعتماد الجمهور على هذه الشبكات لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية.

أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية
جدول (6) أسباب اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية (ن=369)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أسباب الاعتماد
مرتفعة	0.476	2.78	سرعة نشر الأحداث السياسية وتداولها.
مرتفعة	0.517	2.69	تواكب الأحداث والتطورات السياسية.
مرتفعة	0.568	2.68	التعرف إلى القضايا السياسية المحلية والإقليمية والدولية.
مرتفعة	0.545	2.67	الحصول على معلومات أكثر عن القضايا السياسية.
مرتفعة	0.620	2.59	تساهم في التوعية بالأحداث السياسية الجارية.
مرتفعة	0.637	2.56	التعرف إلى النخب الشبابية النشطة سياسيا.
مرتفعة	0.616	2.54	تعرض وجهات نظر أصحاب الاختصاص الموثوق بهم.
مرتفعة	0.660	2.50	تهتم بتحليل المعلومات السياسية.
مرتفعة	0.649	2.45	تساعدني على أرشفة أهم القضايا السياسية والرجوع إليها.
مرتفعة	0.719	2.42	توفر حرية التعبير عن الآراء والانتماءات السياسية.
متوسطة	0.713	2.31	تمكيني من ممارسة النشاط السياسي على شبكة الإنترنت.
متوسطة	0.673	2.19	أثق بما تقدمه من معلومات وأخبار سياسية.
مرتفعة	0.616	2.53	المتوسط العام

تكشف النتائج في الجدول رقم (6) أن أبرز أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية قد تمثلت في "سرعة نشر الأحداث السياسية وتداولها" بمتوسط حسابي (2.78)، يليه "تواكب الأحداث والتطورات السياسية" بمتوسط حسابي (2.69)، ثم "التعرف إلى القضايا السياسية المحلية والإقليمية والدولية" بمتوسط حسابي (2.68)، فيما تمثلت أقل أسباب الاعتماد في "توفر حرية التعبير عن الآراء والانتماءات السياسية" بمتوسط حسابي (2.42)، يليه "تمكيني من ممارسة النشاط السياسي على شبكة الإنترنت" بمتوسط حسابي (2.31)، ثم "أثق بما تقدمه من معلومات وأخبار سياسية" بمتوسط حسابي (2.19).

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تغطية الأحداث والتطورات السياسية أولاً بأول، ولا تحتاج إلى أوقات محددة للنشر الصحفي كما هو الحال في الصحف التي تنتظر إلى اليوم التالي لتجهيز طبعاتها الورقية، ونشر الأحداث السياسية التي تجري في مختلف مناطق العالم، أو مثل التلفزيون المقيد بأوقات بث ودورة برامجية محددة يصعب تغييرها في كثير من الحالات حتى وإن كان الحدث السياسي على مستوى عالٍ من الأهمية، كما أن المساحات غير المحددة للنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي جعل بالإمكان الاهتمام بنشر تحليلات وتفسيرات للأحداث السياسية، وفتحت المجال أمام المستخدمين للتعليق على هذه الأحداث، والتعبير عن آرائهم وانتماءاتهم السياسية، الأمر الذي قد لا يتوفر في وسائل الإعلام التقليدية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (صالح، 2016) التي خلصت إلى أن أبرز أسباب اعتماد المبحوثين على هذه الشبكات قد تمثلت في "امتيازها بالسرعة العالية في نقل القضايا السياسية"، كما تتفق مع دراسة (الجاسر، 2020) التي بينت أن أبرز أسباب استخدام المبحوثين لهذه الشبكات تمثل في "سرعة الحصول على الأخبار وسهولتها"، وتختلف نتائج الجدول السابق مع دراسة (عبد الرزاق، 2013) التي أوضحت أن المبحوثين يستخدمون هذه الشبكات لأنها تؤدي دوراً بتحريك الوعي السياسي، كما تختلف مع دراسة (Yunus, 2013) التي بينت أن الشباب يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي؛ للتعبير عن آرائهم ومعتقداتهم.

- درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي
جدول (7) درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لتشكيل الرأي العام السياسي (ن=369)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	شبكات التواصل الاجتماعي
مرتفعة	0.908	2.27	فيسبوك
متوسطة	1.130	1.78	تويتر
متوسطة	1.109	1.62	يوتيوب
متوسطة	1.168	1.58	انستغرام
متوسطة	1.182	1.20	سناپ شات
متوسطة	1.067	1.10	تيليجرام
متوسطة	1.094	1.59	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول رقم (7) إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "فيسبوك" بمتوسط حسابي (2.27)، وكذلك "تويتر" بمتوسط حسابي (1.78)، فيما تمثلت أقل هذه الشبكات اعتماداً لدى المبحوثين في "سناپ شات" بمتوسط حسابي (1.20)، وكذلك "تيليجرام" بمتوسط حسابي (1.10).

ويمكن تفسير مجيء شبكة فيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي إلى الخصائص والسمات التي تتميز بها الشبكة مثل إتاحة للنشر غير المحدود وغير المقيد بمساحة معينة، ونشر المقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو، حيث يسمح فيسبوك بالدمج بين أكثر من وسيط داخل المادة الواحدة، كما يتيح إمكانية البحث عن موضوعات محددة

مثل الموضوعات السياسية، الأمر الذي جعل المبحوثين يستخدمونه لمتابعة الموضوعات والقضايا السياسية، ويُعزى مجيء تويتر في المرتبة الثانية نتيجة امتلاك العديد من رؤساء الدول ورؤساء الوزراء وغيرهم حسابات رسمية على هذه الشبكة، حيث ينشرون من خلالها تغريدات سياسية على مختلف الأصعدة المحلية والإقليمية والدولية.

وتتفق نتائج الجدول أعلاه مع كل من دراسة (الحلاق، 2020)، ودراسة (فتفت، 2017)، ودراسة (صالح، 2016)، ودراسة (عبد الرزاق، 2013) و (Halim et al., 2021) التي وضحت أن "الفيسبوك" من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين.

الأحداث والقضايا السياسية الأكثر متابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
جدول (8) الأحداث والقضايا السياسية التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي (ن=369)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الأحداث والقضايا السياسية
مرتفعة	0.866	2.23	الأخبار والقضايا المحلية.
مرتفعة	0.819	2.19	الأخبار والقضايا العربية.
مرتفعة	0.811	2.17	متابعة التطورات السياسية للقضية الفلسطينية.
مرتفعة	0.870	2.11	الخطابات واللقاءات الصحفية لجلالة الملك عبد الله الثاني.
مرتفعة	0.840	2.08	الأخبار والقضايا الإقليمية.
مرتفعة	0.852	2.07	الأخبار والقضايا العالمية.
متوسطة	0.980	1.95	التعديلات الدستورية.
متوسطة	0.942	1.89	السياسة الخارجية للدولة الأردنية.
متوسطة	0.946	1.89	الإصلاحات الدستورية وتطور الحياة السياسية في الأردن.
متوسطة	0.976	1.88	التشكيلات الوزارية.
متوسطة	0.945	1.82	الانتخابات البرلمانية.
متوسطة	0.882	1.79	مخرجات اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية.
متوسطة	0.929	1.74	المناقشات البرلمانية لمجلس النواب الأردني.
متوسطة	0.942	1.71	مشروع قانون الانتخاب.
متوسطة	0.915	1.69	مشروع قانون الإدارة المحلية.
متوسطة	1.059	1.59	قرارات الهيئة المستقلة للانتخاب.
متوسطة	0.997	1.58	مشروع قانون الأحزاب.
متوسطة	1.012	1.55	الأحزاب السياسية.
متوسطة	0.921	1.89	المتوسط العام

تبين بيانات الجدول رقم (8) أن أبرز الأحداث والقضايا السياسية التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في "الأخبار والقضايا المحلية" بمتوسط حسابي (2.23)، يليها "الأخبار والقضايا العربية" بمتوسط حسابي (2.19)، ثم "التطورات السياسية للقضية الفلسطينية" بمتوسط حسابي (2.17)، فيما تمثلت أقل هذه الأحداث والقضايا متابعةً في "قرارات الهيئة المستقلة للانتخاب" بمتوسط حسابي (1.59)، يليه "مشروع قانون الأحزاب" بمتوسط حسابي (1.58)، ثم "الأحزاب السياسية" بمتوسط حسابي (1.55).

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء تعدد الأخبار والقضايا السياسية المحلية داخل المملكة الأردنية الهاشمية، كما أنها الأكثر تأثيراً على الباحثين؛ نظراً لأنها تمس حياتهم اليومية وتؤثر عليهم بشكل مباشر، حيث تعد شبكات التواصل الاجتماعي أحد المصادر المهمة التي يستخدمها الباحثون لمعرفة آخر التطورات السياسية على المستوى المحلي، كما قد يُعزى مجيء "مشروع قانون الانتخاب" في المراتب الأخيرة إلى أن الانتخابات تحدث في الأردن كل أربع سنوات، والمواطن لا يطلع عليه إلا باقتراب موعد الانتخابات، أما "الأحزاب السياسية" فهي في المرتبة الأخيرة، ويُعزى ذلك إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تسلط الضوء بما يكفي عليها، أو بسبب الصورة النمطية المتكونة عن الأحزاب في العقود الماضية.

وتتفق نتائج الجدول أعلاه مع دراسة (فتفت، 2017) التي توصلت إلى أن القضايا المحلية جاءت في المرتبة الأولى من حيث المتابعة على مواقع التواصل الاجتماعي.

مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول الأحداث والقضايا السياسية

جدول (9) مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول الأحداث والقضايا السياسية (ن=369)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	كيفية المساهمة
مرتفعة	0.785	2.21	تعمل على زيادة الوعي السياسي.
مرتفعة	0.852	2.19	تشكل لدى رأي حول الكثير من الموضوعات بناءً على المعلومات التي يتم نشرها على هذه الشبكات.
مرتفعة	0.862	2.18	قنوات اتصالية فاعلة لتشكيل رأي سياسي.
مرتفعة	0.831	2.15	تساهم في تشكيل رأي عام نحو الإصلاح السياسي.
مرتفعة	0.837	2.12	بعض الصور والفيديوهات عليها دفعتني لتغيير رأيي تجاه بعض الموضوعات المطروحة.
مرتفعة	0.888	2.09	وسيلة جيدة لتحقيق التوافق السياسي بين الآراء المختلفة.
مرتفعة	0.887	2.06	أقنعتني بضرورة التغيير والإصلاح السياسي.
مرتفعة	0.845	2.06	تهدف إلى تقريب وجهات النظر حول القضايا السياسية المختلفة.
متوسطة	0.925	1.99	التعبير بحرية عن الآراء السياسية حول القضايا المطروحة.
متوسطة	0.908	1.97	المشاركة الفاعلة مع الآخرين والتحاور من أجل حل المشكلات السياسية.
مرتفعة	0.862	2.10	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول رقم (9) إلى أن أبرز أشكال مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية قد تمثلت في "زيادة الوعي السياسي" بمتوسط حسابي (2.21)، يليه "تشكيل رأي حول الكثير من الموضوعات بناءً على المعلومات التي يتم نشرها على هذه الشبكات" بمتوسط حسابي (2.19)، ثم "تعدّ هذه الشبكات قنوات اتصالية فاعلة لتشكيل رأي سياسي" بمتوسط حسابي (2.18)، فيما تمثلت أقل أشكال هذه المساهمة في "تقريب وجهات النظر حول القضايا السياسية المختلفة" بمتوسط حسابي (2.06)، يليه "التعبير بحرية

عن الآراء السياسية حول القضايا المطروحة" بمتوسط حسابي (1.99)، ثم "المشاركة الفاعلة مع الآخرين والتحاور من أجل حل المشكلات السياسية" بمتوسط حسابي (1.97).

وتُعزى هذه النتيجة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت من أهم قنوات التواصل التي يعتمد عليها الشباب بوجه عام، والشباب الجامعي الأردني بوجه خاص، لما تتضمنه من مميزات النشر والتعليق والمشاركة لمختلف المعلومات والأفكار السياسية، بالإضافة إلى خاصية إبداء وجهات النظر وحرية طرح الآراء لجمهور المستخدمين.

وتتفق نتائج الجدول أعلاه مع كل من دراسة (محمد و عوض، 2021) ودراسة (الجاسر، 2020) ودراسة (العساف، 2017) ودراسة (عبد الرزاق، 2013) التي أثبتت أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الوعي والمعرفة السياسية لدى المبحوثين.

وتتفق مع دراسة كل من (Halim et al., 2021) ودراسة (Keating et al., 2017) ودراسة (Lagus, 2016) ودراسة (Muntean, 2015) التي بينت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين يزيد من المعرفة السياسية. كما تتفق مع نتائج دراسة كل من (الزعيبي، 2019) ودراسة (عابد، 2012) التي توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية.

- الآثار المعرفية للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي

جدول (10) الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي (ن=369)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الآثار المعرفية
مرتفعة	0.570	2.62	ساهمت في رفع مستوى معرفتي بالقضايا السياسية.
مرتفعة	0.635	2.51	ساهمت في معرفتي للرأي العام السياسي ومدى توافقي معه.
مرتفعة	0.604	2.50	ساهمت في معرفتي بالتداعيات المترتبة على الأحداث السياسية الجارية.
مرتفعة	0.626	2.49	زاد فهمي للشؤون السياسية في منطقتي.
مرتفعة	0.583	2.44	شرحت الأسباب الكامنة وراء التطورات السياسية المتلاحقة.
مرتفعة	0.648	2.40	قدمت تفسيرات وتحليلات عن القضايا السياسية المطروحة.
مرتفعة	0.681	2.38	كونت لدي اتجاهات سياسية معينة نحو القضايا السياسية.
مرتفعة	0.645	2.34	عززت فهمي لأهم الملفات السياسية الداخلية.
مرتفعة	0.624	2.46	المتوسط العام

يشير الجدول رقم (10) إلى أن أبرز الآثار المعرفية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "ساهمت في رفع مستوى معرفتي بالقضايا السياسية" بمتوسط حسابي (2.62)، يليه "ساهمت في معرفتي للرأي العام السياسي ومدى توافقي معه" بمتوسط حسابي (2.51)، ثم "ساهمت في معرفتي بالتداعيات المترتبة على الأحداث السياسية الجارية"

بمتوسط حسابي (2.50)، فيما تمثلت أقل الآثار المعرفية في "قدمت تفسيرات وتحليلات عن القضايا السياسية المطروحة" بمتوسط حسابي (2.40)، يليه "كونت لدي اتجاهات سياسية معينة نحو القضايا السياسية" بمتوسط حسابي (2.38)، ثم "عززت فهمي لأهم الملفات السياسية الداخلية" بمتوسط حسابي (2.34).

وقد تُعزى هذه النتائج إلى أن زيادة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي، ومتابعة مختلف وجهات النظر السياسية المنشورة عبرها، ومشاركة الآراء مع الآخرين حول تلك القضايا السياسية التي تهتم بالمحوثين؛ يساهم في إيضاح أبعاد القضية أو الموضوع السياسي المطروح فيما يتعلق بهم، مما يؤدي إلى رفع مستوى معرفتهم بهذه القضية أو الموضوع، حيث تمكّن هذه الشبكات مختلف الأطراف السياسية من التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم بحرية ودون قيود، ونشرها وتوصيلها إلى الجمهور لكسب تأييده، وتشكيل رأي عام حولها، مما يؤدي في المحصلة إلى تعزيز فهم المحوثين لأهم الملفات السياسية الجارية.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Ahmad et al., 2019) التي توصلت إلى أن أبرز التأثيرات المعرفية لاعتماد المحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في زيادة المعرفة السياسية، كما تتفق مع دراسة (صالح، 2016) و(عبد الرزاق، 2013) اللتين خلصتا إلى أن أبرز التأثيرات المعرفية المترتبة على متابعة المحوثين للقضايا السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في "المساهمة في رفع مستوى المعرفة السياسية".

- الآثار الوجدانية للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي

جدول (11) الآثار الوجدانية الناتجة عن اعتماد المحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي (ن=369)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الآثار الوجدانية
مرتفعة	0.625	2.53	التعاطف مع ضحايا الأحداث السياسية (كالحروب والأزمات السياسية).
مرتفعة	0.630	2.51	الخوف من تطور الأحداث والقضايا السياسية.
مرتفعة	0.639	2.49	زاد قلقي من خطورة الأحداث السياسية الجارية.
مرتفعة	0.659	2.48	تولد شعور بعدم الثقة نحو أداء النخب السياسية.
مرتفعة	0.650	2.46	زاد قلقي من عدم السيطرة على بعض الملفات السياسية.
مرتفعة	0.673	2.43	الخوف من تأثير القضايا السياسية حول العالم على منطقتي.
مرتفعة	0.648	2.43	أزالت لدي الغموض اتجاه القضايا السياسية المطروحة.
مرتفعة	0.676	2.35	انخفض مستوى ثقتي بالأحزاب السياسية.
متوسطة	0.700	2.31	أصبحت أكثر ترددا تجاه التعبير عن آرائي السياسية.
متوسطة	0.769	2.16	أدركت أهمية المشاركة في الانتخابات البرلمانية.
مرتفعة	0.667	2.42	المتوسط العام

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى أن أبرز الآثار الوجدانية التي نتجت عن اعتماد المحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "التعاطف مع ضحايا الأحداث السياسية كالحروب والأزمات السياسية" بمتوسط

حسابي (2.53)، يليه "الخوف من تطور الأحداث والقضايا السياسية" بمتوسط حسابي (2.51)، ثم "زاد قلقي من خطورة الأحداث السياسية الجارية" بمتوسط حسابي (2.49)، فيما تمثلت أقل الآثار الوجدانية في "انخفاض مستوى ثقتي بالأحزاب السياسية" بمتوسط حسابي (2.35)، يليه "أصبحت أكثر تردداً تجاه التعبير عن آرائي السياسية" بمتوسط حسابي (2.31)، ثم "أدركت أهمية المشاركة في الانتخابات البرلمانية" بمتوسط حسابي (2.16).

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء العديد من القضايا السياسية الساخنة التي تجري على مستوى العالم حالياً، وأهمها الحرب الروسية الأوكرانية، والتوتر الدولي نتيجة بدء هذه الحرب، مما أدى إلى تعاطف المبحوثين مع ضحايا هذه الحروب عند متابعتهم للموضوعات والقضايا السياسية وتداويات الحرب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أثرت الحرب على مختلف دول العالم. كما يُعزى مجيء عبارة "الخوف من تطور الأحداث والقضايا السياسية" إلى الكم الكبير من المعلومات والتحليلات والتفسيرات التي نشرتها هذه الشبكات حول الحرب؛ والتي تنبأ بعضها باحتمالية حدوث حرب عالمية ثالثة على مستوى العالم، الأمر الذي أثار مخاوف المواطنين وقلقهم ومن بينهم المواطنون الأردنيون.

وتختلف مع دراسة (صالح، 2016) التي خلصت إلى أن أبرز التأثيرات الوجدانية المترتبة على متابعة المبحوثين للقضايا السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في "الوعي بخطورة الأحداث السياسية الجارية".

- الآثار السلوكية للاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي

جدول (12) الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي (ن=369)

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الآثار السلوكية
مرتفعة	0.680	2.53	أصبحت أكثر متابعة للمعلومات المتعلقة بالأحداث السياسية.
مرتفعة	0.672	2.40	جعلتني أنتقد الأوضاع والقضايا السياسية بشكل بناء.
مرتفعة	0.679	2.37	ساعدتني في اتخاذ القرارات ذات الصلة بالقضايا السياسية.
مرتفعة	0.721	2.36	عززت من قدرتي على تحليل وتفسير الكثير من القضايا السياسية.
متوسطة	0.723	2.32	شجعت تبادل الحوارات والنقاشات فيما يتعلق بالقضايا السياسية المثارة.
متوسطة	0.697	2.32	تغيرت آرائي وتوجهاتي السياسية.
متوسطة	0.752	2.15	قمت بتشجيع أصدقائي لمتابعة القضايا السياسية المحلية عبر هذه المواقع.
متوسطة	0.795	2.04	شاركت في نشاط أو حدث سياسي دُعيت إليه عبر هذه الشبكات.
متوسطة	0.797	2.02	زادت مشاركتي في الحياة الحزبية السياسية.
متوسطة	0.799	2.00	شاركت في مؤتمرات وندوات حول الأحداث السياسية.
متوسطة	0.732	2.25	المتوسط العام

* تم استخدام مقياس ثلاثي لقياس هذا السؤال: (3) موافق (2) محايد (1) غير موافق.

يشير الجدول رقم (12) إلى أن أبرز الآثار السلوكية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "أصبحت أكثر متابعة للمعلومات المتعلقة بالأحداث السياسية" بمتوسط حسابي (2.53)، يليه "جعلتني انتقد الأوضاع والقضايا السياسية بشكل بنّاء" بمتوسط حسابي (2.40)، ثم "ساعدتني في اتخاذ القرارات ذات الصلة بالقضايا السياسية" بمتوسط حسابي (2.37)، فيما تمثلت أقل الآثار السلوكية في "شاركت في نشاط أو حدث سياسي دُعيت إليه عبر هذه الشبكات" بمتوسط حسابي (2.04)، يليه "زادت مشاركتي في الحياة الحزبية السياسية" بمتوسط حسابي (2.02)، ثم "شاركت في مؤتمرات وندوات حول الأحداث السياسية" بمتوسط حسابي (2.00).

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أن شبكات التواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين بالمشاركة وإبداء الرأي حول مختلف الموضوعات والقضايا السياسية، كما تسمح لهم بمشاركتها عبر الشبكات الأخرى، إلى جانب أن بإمكانهم نشر أفكارهم وتحليلاتهم حولها، والدخول في نقاشات مع الآخرين لتبادل الآراء ووجهات النظر، مما يسمح بزيادة فهمهم لهذه الموضوعات والقضايا، وهو ما لم يكن متاحاً في وسائل الإعلام التقليدية التي تصنّف العملية الاتصالية فيها بأنها أحادية الاتجاه من المرسل إلى المتلقي، كما أن الأحداث السياسية المتلاحقة التي تجري على مستوى العالم دفعت المبحوثين إلى زيادة متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي بهدف الحصول على مزيد من المعلومات والأخبار حولها، بهدف فهم ما يجري على مستوى العالم. وتختلف هذه النتائج مع دراسة (Ahmad et al., 2019) التي توصلت إلى أن هذه الشبكات دفعت المبحوثين إلى المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية.

ثانياً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى للعوامل الديموغرافية (النوع الاجتماعي، الكلية، السنة الدراسية).

(1) النوع الاجتماعي

جدول (13) اختبار T لدراسة الفرق في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تبعاً لمتغير النوع

الاجتماعي

النوع	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
ذكر	200	2.22	0.914	-1.297	0.195
أنثى	200	2.34	0.858		

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول رقم (13)؛ عدم وجود فروقات دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (-1.297) عند مستوى الدلالة (0.195)؛ وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، تشير هذه

النتيجة إلى تقارب كبير بين نسبة كلا الجنسين في إعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة القضايا السياسية عبر هذه الشبكات الرقمية.

(2) الكلية

جدول (14) اختبار T لدراسة الفرق في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تبعاً لمتغير الكلية

الكلية	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
علمية	200	2.16	0.968	-1.108	0.152
إنسانية	200	2.27	0.797		

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول رقم (14)؛ عدم وجود فروقات دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تبعاً لمتغير الكلية، حيث بلغت قيمة ت (1.108) عند مستوى الدلالة (0.152)؛ وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05). وهكذا، يوضح الجدول رقم (14) أن طلبة جامعة اليرموك من الكليات العلمية والإنسانية متقاربان إلى حد كبير في درجة إعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف متابعة الأحداث السياسية.

(3) السنة الدراسية

جدول (15) اختبار (Anova) لدراسة الفرق في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تبعاً لمتغير السنة الدراسية

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	15.999	3	5.333	7.082	0.000
داخل المجموعات	298.198	396	0.753		
المجموع	314.198	399			

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way Anova) في الجدول رقم (15)؛ وجود فروقات دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تبعاً لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة ف (7.082) عند مستوى الدلالة (0.000)؛ وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، ولمعرفة مصادر هذه الفروقات؛ تم إجراء تحليل التباين البعدي كما يوضح الجدول رقم (16).

جدول (16) اختبار (LSD) لدراسة الفرق في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية تبعاً لمتغير السنة الدراسية

فئة السنة الدراسية	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد (N)	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
أولى	ثانية	97	-0.602*	0.000
	ثالثة	116	-0.547*	0.000
	رابعة	130	-0.564*	0.000

تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى أن طلبة السنة الدراسية الثانية قد جاءوا في المرتبة الأولى بين الطلبة الأكثر اعتماداً على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، يليهم طلبة السنة الدراسية الرابعة، ثم طلبة السنة الدراسية الثالثة، وفي المرتبة الأخيرة طلبة السنة الدراسية الأولى. قد نستشف من هذه النتيجة بأنه ومع تدرج الطلبة دراسياً وانتقالهم إلى السنة الدراسية الثانية يزداد وعيهم ويبدؤون بالانتباه لما يدور حولهم من قضايا ويلجؤون لوسائل التواصل الاجتماعي حتى تتوسع مداركهم المعرفية وتتشكل آرائهم السياسية حول الأحداث من حولهم.

ومن ذلك يتضح الثبوت الجزئي لصحة الفرضية الأولى التي تنص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تعزى للعوامل الديموغرافية"، وعليه تم التأكد مما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغير السنة الدراسية.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغير النوع الاجتماعي، والكلية.
- الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تُعزى للعوامل الديموغرافية (النوع الاجتماعي، الكلية، السنة الدراسية).

4) النوع الاجتماعي

جدول (17) اختبار T لدراسة الفرق في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
ذكر	184	2.0728	0.61628	-	0.394
أنثى	185	2.1335	0.74386	-0.854	

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول رقم (17)؛ عدم وجود فروقات دالة إحصائية في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (-0.854-) عند مستوى الدلالة (0.394)؛ وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

5) الكلية

جدول (18) اختبار T لدراسة الفرق في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير الكلية

الكلية	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
علمية	180	2.0300	0.65943	-2.019	0.044
إنسانية	189	2.1730	0.69929		

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول رقم (18)؛ وجود فروقات دالة إحصائية في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي من وجهة نظر الباحثين تبعاً لمتغير الكلية، حيث بلغت قيمة ت (-2.019) عند مستوى الدلالة (0.044)؛ وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، وبالنظر للمتوسطات الحسابية؛ يتضح أن طلبة الكليات الإنسانية يرون أن هذه الشبكات تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي أكثر من طلبة الكليات العلمية.

6) السنة الدراسية

جدول (19) اختبار (Anova) لدراسة الفرق في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير السنة الدراسية

مستوى الدلالة	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.002	5.225	2.356	3	7.068	بين المجموعات
		0.451	365	164.588	داخل المجموعات
			368	171.656	المجموع

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way Anova) في الجدول رقم (19)؛ وجود فروقات دالة إحصائية في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير السنة الدراسية، حيث بلغت قيمة ف (5.225) عند مستوى الدلالة (0.002)؛ وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، ولمعرفة مصادر هذه الفروقات؛ تم إجراء تحليل التباين البعدي كما يوضح الجدول رقم (20).

جدول (20) اختبار (LSD) لدراسة الفرق في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير السنة الدراسية

مستوى الدلالة	الفرق بين المتوسطين	العدد (N)	المقارنة مع الفئات الأخرى	فئة السنة الدراسية
0.001	-0.39437*	97	ثانية	أولى
0.016	-0.28842*	116	ثالثة	
0.002	0.28651*	130	رابعة	ثانية

تشير بيانات الجدول رقم (20) إلى أن طلبة السنة الدراسية الثانية قد جاءوا في المرتبة الأولى بين الطلبة الذين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي، يليهم طلبة السنة الدراسية الثالثة، ثم طلبة السنة الدراسية الرابعة، وفي المرتبة الأخيرة طلبة السنة الدراسية الأولى.

ومن ذلك يتضح الثبوت الجزئي لصحة الفرضية الثانية التي تنص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تُعزى للعوامل الديموغرافية"، وعليه تم التأكد مما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغير الكلية، والسنة الدراسية.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغير النوع الاجتماعي.
- الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تُعزى للعوامل الديموغرافية (النوع الاجتماعي، الكلية، السنة الدراسية).

(1) النوع الاجتماعي

جدول (21) اختبار T لدراسة الفرق في الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي

الآثار	النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
الآثار المعرفية	ذكر	184	2.4647	0.43882	0.024	0.981
	أنثى	185	2.4635	0.49832		
الآثار الوجدانية	ذكر	184	2.4234	0.44580	0.362	0.717
	أنثى	185	2.4065	0.44923		
الآثار السلوكية	ذكر	184	2.2440	0.49651	-0.156	0.876
	أنثى	185	2.2524	0.54014		

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول رقم (21) عدم وجود فروقات دالة إحصائية عند مستوى ($p=0.05$) في الآثار المعرفية ($p=0.981$) والآثار الوجدانية ($p=0.717$) والآثار السلوكية ($p=0.876$) الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي.

(2) الكلية

جدول (22) اختبار T لدراسة الفرق في الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير الكلية

الآثار	الكلية	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
الآثار المعرفية	علمية	180	2.4542	0.45328	-0.396	0.692
	إنسانية	189	2.4735	0.48443		
الآثار الوجدانية	علمية	180	2.4039	0.43072	-0.462	0.645
	إنسانية	189	2.4254	0.46287		
الآثار السلوكية	علمية	180	2.1906	0.48781	-2.097	0.037
	إنسانية	189	2.3032	0.54107		

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول رقم (22) عدم وجود فروقات دالة إحصائية عند مستوى ($p=0.05$) في الآثار المعرفية ($p=0.692$) والآثار الوجدانية ($p=0.645$) الناتجة على اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير الكلية، ووجود فروقات في الآثار السلوكية ($p=0.037$) فقط، وبالنظر للمتوسطات الحسابية؛ يتضح أن طلبة الكليات الإنسانية أكثر تأثراً سلوكياً نتيجة اعتمادهم على هذه الشبكات من طلبة الكليات العلمية.

(3) السنة الدراسية

جدول (23) اختبار (Anova) لدراسة الفرق في الآثار الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير السنة الدراسية

الآثار	مصادر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
الآثار المعرفية	بين المجموعات	2.009	0.670	3.097	0.027
	داخل المجموعات	78.921	0.216		
	المجموع	80.930			
الآثار الوجدانية	بين المجموعات	0.083	0.028	0.137	0.938
	داخل المجموعات	73.445	0.201		
	المجموع	73.528			
الآثار السلوكية	بين المجموعات	1.720	0.573	2.156	0.093
	داخل المجموعات	97.081	0.266		
	المجموع	98.801			

أظهر اختبار (One-Way ANOVA) في الجدول رقم (23) وجود فروقات دالة إحصائية عند مستوى ($p=0.05$) في الآثار المعرفية ($p=0.027$) الناتجة على اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير السنة الدراسية، بينما ثبت عدم وجود فروقات في الآثار الوجدانية ($p=0.938$)، والآثار السلوكية ($p=0.093$) الناتجة عن هذا الاعتماد، ولمعرفة مصادر الفروقات في الآثار المعرفية؛ تم إجراء تحليل التباين البعدي (LSD) كما يوضح الجدول رقم (24).

جدول (24) اختبار (LSD) لدراسة الفرق في الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير السنة الدراسية

فئة السنة الدراسية	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد (N)	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
رابعة	ثانية	106	-0.19238*	0.003

تشير بيانات الجدول رقم (24) إلى أن طلبة السنة الدراسية الثانية أكثر تأثراً معرفياً نتيجة اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الموضوعات والقضايا السياسية من طلبة السنة الدراسية الرابعة، بينما لم يُظهر طلبة السنة الدراسية الأولى والثالثة أي فروقات مع غيرهم من الطلبة.

ومن ذلك يتضح الثبوت الجزئي لصحة الفرضية الثالثة التي تنص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام السياسي تعزى للعوامل الديموغرافية"، وعليه تم التأكد مما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، والكلية، بينما ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير السنة الدراسية فقط.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، والكلية، والسنة الدراسية.
 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، والسنة الدراسية، بينما ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير الكلية فقط.
- الفرضية الرابعة: توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي.
- جدول (25) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي

درجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي			
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	التكرار	درجة الاعتماد
0.000	0.335**	369	

** دالة عند مستوى (0.01)

يشير معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) في الجدول رقم (25) إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون ($r=0.335^{**}$) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي دالة عند مستوى ($p=0.01$)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زاد اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية؛ زادت درجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي بالنسبة لهم. وهذا يدل على أهمية هذه المنصات الرقمية التفاعلية في تشكيل الرأي العام السياسي للشباب الجامعي من المستخدمين الإلكترونيين وهو ما تطرقنا للحديث عنه في أهمية الدراسة وما أثبتته أيضاً الأدبيات السابقة.

ومن ذلك يتضح ثبوت الفرضية الرابعة التي تنص على أنه "توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي". الفرضية الخامسة: توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول (26) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد

درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية			
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	التكرار	الآثار المعرفية
0.000	0.340**	369	الآثار المعرفية
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	التكرار	الآثار الوجدانية
0.000	0.243**	369	الآثار الوجدانية
مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)	التكرار	الآثار السلوكية
0.000	0.268**	369	الآثار السلوكية

** دالة عند مستوى (0.01)

يشير معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) في الجدول رقم (26) إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، والآثار المعرفية والآثار الوجدانية والآثار السلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون (0.340**) و (0.243**) و (0.268**) على التوالي؛ عند مستوى الدلالة (0.000) وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زاد اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية؛ زادت الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاعتماد.

ومن ذلك يتضح الثبوت الكلي للفرضية الخامسة التي تنص على أنه "توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد".

النتائج العامة للدراسة:

- تبين أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية وبلغت نسبتهم (49.3%).
- تبين أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "فيسبوك" بمتوسط حسابي (2.27)، وكذلك "تويتر" بمتوسط حسابي (1.78).
- تبين أن أبرز أسباب عدم اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية قد تمثلت في "ضعف المصداقية في موضوعاتها" بنسبة (18.9%)، وكذلك "عدم الثقة بالمعلومات السياسية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي".
- تبين أن أبرز أسباب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية قد تمثلت في "سرعة نشر الأحداث السياسية وتداولها" بمتوسط حسابي (2.78)، يليه "تواكب الأحداث والتطورات السياسية" بمتوسط حسابي (2.69).
- تبين أن أبرز الأحداث والقضايا السياسية التي يهتم المبحوثون بمتابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في "الأخبار والقضايا المحلية" بمتوسط حسابي (2.23)، يليها "الأخبار والقضايا العربية" بمتوسط حسابي (2.19).
- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية لدى المبحوثين بمتوسط حسابي (2.10)، وانحراف معياري (0.86) وبدرجة مرتفعة.
- تبين أن أبرز أشكال مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية قد تمثلت في "زيادة الوعي السياسي" بمتوسط حسابي (2.21)، يليه "تشكيل رأي حول الكثير من الموضوعات بناءً على المعلومات التي يتم نشرها على هذه الشبكات" بمتوسط حسابي (2.19).
- تبين أن أبرز الآثار المعرفية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "ساهمت في رفع مستوى معرفتي بالقضايا السياسية" بمتوسط حسابي (2.62)، يليه "ساهمت في معرفتي للرأي العام السياسي ومدى توافقي معه" بمتوسط حسابي (2.51).
- تبين أن أبرز الآثار الوجدانية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "التعاطف مع ضحايا الأحداث السياسية كالحروب والأزمات السياسية" بمتوسط حسابي (2.53)، يليه "الخوف من تطور الأحداث والقضايا السياسية" بمتوسط حسابي (2.51).
- تبين أن أبرز الآثار السلوكية التي نتجت عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي قد تمثلت في "أصبحت أكثر متابعة

- للمعلومات المتعلقة بالأحداث السياسية" بمتوسط حسابي (2.53)، يليه "جعلتني انتقد الأوضاع والقضايا السياسية بشكل بنّاء" بمتوسط حسابي (2.40).
- أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغير السنة الدراسية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغيري النوع الاجتماعي، والكلية.
 - كشفت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغيري الكلية، والسنة الدراسية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية تُعزى لمتغير النوع الاجتماعي.
 - رصدت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغيري النوع الاجتماعي، والكلية، بينما ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير السنة الدراسية فقط.
 - بينت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار الوجدانية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغيري النوع الاجتماعي، والكلية، والسنة الدراسية.
 - تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل في تشكيل الرأي العام السياسي تبعاً لمتغيري النوع الاجتماعي، والسنة الدراسية، بينما ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير الكلية فقط.
 - كشفت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي.
 - أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد.

التوصيات

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، توصي هذه الدراسة بما يأتي:
- يجب على المواقع الإلكترونية ضرورة الالتزام بالمهنية والدقة العالية في جميع المواد التي يتم استخدامها على شبكات التواصل.
- يجب على الشباب الجامعي عدم نشر أي موضوع من دون التأكد من صحته، وذلك لتجنب عدم تضليل الجمهور أو إرباكهم، نظرا لسرعة انتشار المعلومات والأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي.
- عقد مؤتمرات ودورات تثقيفية من قبل الجهات التي تعنى بالشباب لتوعية الشباب بالسلبات والإيجابيات للمواد التي تعرضها شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية التعامل مع هذه الشبكات بالطريقة الصحيحة.
- ضرورة الإكثار من طرح قضايا سياسية يشارك فيها المختصون لتدعيم الحقائق وتوضيحها، وفتح المجال لمشاركة الجمهور.
- التركيز على زيادة المخزون المعرفي السياسي لدى الأردنيين من خلال تكثيف عرض المعلومات؛ ليساعد ذلك على تنمية سلوكهم السياسي بشكل إيجابي.
- إزالة العوائق والعقبات كافة التي تحول دون فاعلية مشاركة الأردنيين في الحياة السياسية.

مراجع الدراسة

- (1) عبد ربه، صابر. (2002). *الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي*. الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.
- (2) الظاهري، أمينة خميس والنعمي، عائشة عبد الله. (2005). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الإماراتية. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 21 (1).
- (3) العتيبي، نوف خالد. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام السعودي نحو تولي المرأة للمناصب القيادية "تويتر أنموذجاً" - دراسة ميدانية - المملكة العربية السعودية. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 5 (4)، 90-111.
- (4) Halim, H., Mohamad, B., Dauda, S. A., Azizan, F. L., & Akanmu, M. D. (2021). Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1964186.
- (5) محمد، أسامة و عوض، بشرى. (2021). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي. *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية*، 43 (1).
- (6) الجاسر، شعاع عبدالرحمن. (2020). الإعلام الجديد والوعي السياسي: دور حسابات الشبكات الإخبارية على وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل الوعي السياسي للطلبة السعوديين في المرحلة الجامعية. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، 38 (151)، 141-184.
- (7) حلاق، بطرس. (2020). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين وتعديل الرأي العام عند طلاب الجامعات السورية: دراسة ميدانية على طلاب كلية العلوم السياسية وكلية الإعلام بجامعة دمشق. *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية*، 42 (6)، 509-529.
- (8) Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan. *Sage Open*, 9(3), 2158244019864484.
- (9) الزعبي، رضوان محمد. (2019) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني. *رسالة ماجستير غير منشورة*. كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن
- (10) العساف، عبدالله بن عبدالمحسن. (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السعودي تجاه القضايا العربية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، 1 (10)، 325-370.
- (11) قفتت، فرح عبدالله. (2017). دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات اللبنانية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. قسم الإعلام، جامعة بيروت العربية، بيروت.
- (12) Keating, A., & Melis, G. (2017). Social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth?. *The British Journal of Politics and International Relations*, 19(4), 877-894.
- (13) صالح، أشرف عصام. (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني. *رسالة ماجستير غير منشورة*. كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- (14) Lagus, I. (2016). University students' attitudes toward social media as an arena for political deliberation: A qualitative attitude approach. *an unpublished master's thesis*. Media and Communication Studies, Faculty of Social Sciences, University of Helsinki, Finland.
- (15) Muntean, Alina. (2015). The Impact of Social Media Use of Political Participation. *an unpublished master's thesis*. Aarhus University, Denmark

- (16) عبدالرزاق، رأفت مهند. (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الصحافة والإعلام، جامعة البترا، عمان، الأردن.
- (17) الدبيسي، عبدالكريم والطاهات، زهير. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. دراسات - العلوم الإنسانية والاجتماعية، 40 (1)، 66-81.
- (18) Yunus, E. (2013). The role of social media in creating political awareness and mobilizing political protests: A Focus on Turkey. **an unpublished master's thesis**, Royal Institute of Technology, Stockholm, Sweden.
- (19) Johannessen, M. R. (2013). Social media as public sphere: an exploratory study of online political communication in Norway. **an unpublished doctoral dissertation**, Faculty of Economics and Social Sciences, University of Agder, Kristiansand, Norway.
- (20) (الصمادي، 2018، ص10)
- (21) المرجع السابق نفسه (حسنيين، 2015، ص442)
- (22) مكاي، حسن عماد والسيد، ليلي. (2018م) **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط 13، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص315-320.
- (23) Baran, S., & Davis, D. (2011). **Mass communication theory: Foundations, ferment, and future**. Nelson Education.
- (24) Melvin De Fleur & Sandra Rokeach. (1992). **Theories of Mass Communication**. 4th ed, New York: Longman, 262-264.
- (25) ملفين، ديفلير، وروكيتش، ساندرا بول. (2002م). **نظريات وسائل الإعلام**. ط4، ترجمة كمال عبد الرؤوف. القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ص355-356.
- (26) كنعان، علي. (2015م) **نظريات الاتصال والإعلام الحديثة**. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، ص152-153.
- (27) المزاهرة، منال. (2012م) **نظريات الاتصال**. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص229.
- (28) شراذقة، تحسين. (2016). التوظيف الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة ظاهرة الإرهاب. الملتقى الثاني لرباطة العلوم والاتصال: المجتمع الإلكتروني العربي ورهانات التنمية، لبنان: المعهد العالي للدكتوراة في سن الفيل.
- (29) (chauhan, Pillai, 2013, p40)
- (30) (عبد الحميد، 2004، ص59)
- (31) محكم الاستبانة:
- د. زهير الطاهات/ الأستاذ المشارك بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة اليرموك.
 - د. كامل خورشيد / الأستاذ المشارك بقسم الصحافة - كلية الإعلام- جامعة الشرق الأوسط.
 - د. غالب شطناوي/ الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام- جامعة اليرموك.
 - د. سارة العكور/ الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة البترا.