العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري

د/ ميرال مصطفى عبد الفتاح(*)

مقدمة

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أحد مصادر المعرفة للشباب المصري، كما تعتبر أحد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهاته نحو العملية السياسية والمشاركة فيها، وكذلك صياغة تصوراته عن المسئولين وصانعي القرار السياسي.

كما تتيح هذه المواقع للمستخدمين فرصة التعبير عن آرائهم بحرية وتبادل هذه الآراء بين المستخدمين بما يحفز التشاور السياسي بين المواطنين حول الشئون العامة، وكذلك إتاحة فرصة التواصل مع كافة الأطراف السياسية .

ويدعم هذا التشاور شعور المستخدمين بقدرتهم على التعبير عن وجهات نظرهم و التواجد على الساحة السياسية ومن ثم تزداد كفاءتهم السياسية و شعورهم بقدرتهم على إحداث تغييرات في النظام السياسي .

وتعتبر الكفاءة السياسية متغيرًا هامًّا في تحفيز السلوك السياسي للمواطنين، ومؤشرًا رئيسًا لمستوى المشاركة السياسية، حيث يرتبط مفهوم الكفاءة السياسية بالمواطنة النشطة والإيجابية.

حيث إن الكفاءة السياسية تعكس شعور الفرد بأن رأيه ومشاركته السياسية سوف تحدِث فارقًا في مخرجات العملية السياسية، وأن الحكومة سوف تستجيب لمطالبه في حال تعبيره عنها.

ويرتبط مفهوم الكفاءة السياسية بالكفاءة الجمعية، حيث يشعر المجتمع ككل أنه قادر على التغيير، والاعتقاد بقدرة الجماعة على التصرف بفعالية في المجال السياسي، والاعتقاد باستجابة النظام السياسي فيما يخص ضغط الجماعة للتغيير.

و بذلك يكون هناك شعور جمعي بالكفاءة السياسية , حيث يشعر المجتمع ككل أنه قادر على التغيير والاعتقاد بإمكانية استجابة المسؤولين لمطالب المواطنين السياسية واحداث تغيير في الأوضاع السياسية من خلال ضغط الأفراد على النظام السياسي بشكل جماعي و ليس بشكل فردي .

(*) أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام- الجامعة الحديثة

ونظراً لأهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعطاء الفرصة للمشاركين بالتعبير عن آرائهم بحرية و مساعدتهم في تفسير المعلومات السياسية و تبادلها مع الآخرين وإتاحة المجال للتواصل مع المسؤولين بما يعزز الكفاءة السياسية للجمهور فقد سعت هذه الدراسة لرصد العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

مشكلة الدراسة :

تتبلور مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، ورصد المتغيرات والعوامل المؤثرة في هذه العلاقة، والمتمثلة في (الكفاءة السياسية الداخلية – الكفاءة السياسية الخارجية – الاهتمام السياسي – الثقة السياسية – النقاش السياسي مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي– التواصل مع المسئولين والسياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي – العوامل الديموجرافية) ودراسة العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية والمشاركة السياسية.

أهمية الدراسة :

1- ما يمثله موضوع الكفاءة السياسية من أهمية بوصفها متغيرًا هامًّا في تحفيز السلوك السياسي للمواطنين، ومؤشرًا رئيسًا في تحديد مستويات المشاركة السياسية.

2- أهمية الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو العملية السياسية والنظام السياسي برمته.

3- تعد الدراسة تطبيقًا عمليًّا ومنهجيًّا لنظرية الدائرة الفاضلة في مجال مواقع التواصل الاجتماعي لرصد تأثيرات هذه المواقع في الاتجاهات السياسية للشباب المصري.

أهداف الدراسة :

1- الوقوف على العلاقة بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

2- دراسة العوامل التي من شأنها أن تؤثر في الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، والمتمثلة في كفاءتهم السياسية الداخلية والخارجية، والاهتمام السياسي، والثقة السياسية، والنقاش السياسي مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتواصل مع المسئولين والسياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل الديموجرافية.

3- دراسة العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري ومشاركتهم السياسية.

الإطار النظري للدراسة :

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الدائرة الفاضلة (Virtuous Circle) ومفهوم الكفاءة السياسية.

وتفترض نظرية الدائرة الفاضلة أن وسائل الإعلام تزيد من التأثيرات السياسية الإيجابية للجمهور من حيث الثقة في الأنظمة السياسية القائمة، والمؤسسات السياسية، والفاعلين السياسيين، بما يدعم صورة إيجابية عن كافة الأطراف السياسية بشكل عام[1].

وبذلك فإن هذه النظرية تلقي الضوء على التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام في تعزيز الثقة السياسية من خلال دائرة متصاعدة تربط بين التعرض لوسائل الإعلام وتزايد ثقة الجمهور في الحكومة والمسئولين السياسيين[2].

كما تؤكد هذه النظرية على دور وسائل الإعلام في تدعيم شعور المواطنين بقدرتهم على فهم مجريات الأمور السياسية، وآلية عمل النظام السياسي، وبالتالي الثقة في نطاق قدرتهم التأثيرية في صنع القرار السياسي[3].

وترتبط هذه النظرية بالسلوك السياسي الناتج عن استخدام وسائل الإعلام، والمتمثل في الاهتمام السياسي للجمهور وشعورهم بالفائدة من النشاط السياسي الذي يقومون به، بما يدعم المشاركة السياسية الفعالة واتجاه الأفراد للعمل في مجالات الخدمة العامة والمشاركة المدنية[4].

حيث إن الاهتمام الذي يوليه الفرد للشئون السياسية يرتبط بالرغبة في الحصول على المعلومات عن الشئون السياسية، وهو ما يقود إلى قدر أكبر من المشاركة السياسية؛ مما ينتج حلقة متصلة تعزز الديموقراطية[5].

وتلقي هذه النظرية الضوء على أن هذه التأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام تعمل على تدعيم حالة من الرضا السياسي لدى الجمهور تجاه المؤسسات السياسية؛ بما يدعم التقييمات الإيجابية نحو المسئولين، ويعمل على تثبيط السخط السياسي[6].

الكفاءة السياسية:

أعطى كثير من الباحثين تعريفات عديدة للكفاءة السياسية؛ فعرفها (Campell) بأنها الشعور بأن الفعل السياسي للمواطن له تأثير، أو يحتمل أن يكون له تأثير في العملية السياسية والشعور بأن التغيير السياسي والاجتماعي ممكن، وبأن المواطن يستطيع القيام بدور في هذا التغيير[7].

كما تم تعريفها بأنها الثقة التي تتوافر لدى الشخص من أجل استيعاب المناخ السياسي والمشاركة فيه[8]، وبأنها الإحساس الذي يتوافر لدى الشخص بأنه يمتلك تحكمًا في المخرجات السياسية؛ مما يشجعه على المشاركة في هذه المخرجات[9].

وأشار الباحثون إلى وجود بعدين من الكفاءة السياسية؛ أحدهما يخص الفرد، وهي الكفاءة السياسية الداخلية، والآخر يخص الحكومة، وهي الكفاءة السياسية الخارجية[10].

وتعني الكفاءة السياسية الداخلية اعتقاد الفرد بقدرته على فهم مجريات الأمور السياسية، والقدرة على التنبؤ بالقرارات السياسية، والقدرة على القيام بدور فاعل في العملية السياسية[11].

أما الكفاءة السياسية الخارجية فتتمثل في اعتقاد الفرد في أن المؤسسات السياسية سوف تستجيب لما يقوم به المواطنون من أفعال للتأثير في الحياة السياسية[12]، وتختلف الكفاءة الداخلية عن الكفاءة الخارجية من حيث المعنى ومجال التأثير، وبالتالي يتم قياس كل منها على حدة[13].

وترتبط الكفاءة السياسية بمفهوم الكفاءة الجمعية، وهي الاعتقاد المشترك لدى أفراد الجماعة في قدراتهم المشتركة على تنظيم وتنفيذ الأعمال المختلفة من أجل التطوير والتغيير[14].

وهناك العديد من العوامل المؤثرة في الكفاءة السياسية، ومنها المعرفة السياسية التي يحصل عليها الفرد من وسائل الإعلام، حيث أشارت نتائج الدراسات أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين المعرفة السياسية للفرد وكفاءته السياسية[15].

ومن العوامل التي تؤثر في الكفاءة السياسية متغيِّر النقاش السياسي مع الآخرين، حيث إنه من خلال التشاور مع الآخرين في القضايا السياسية يتم بلورة المواقف غير الواضحة لدى الأفراد تدريجيًّا، حتى تصل إلى اتجاهات أو أفعال محددة[16].

كما أشارت الدراسات إلى تأثير المتغيرات الديموجرافية في الكفاءة السياسية، حيث تختلف مستويات الكفاءة السياسية للمبحوثين باختلاف المتغيرات الديموجرافية[17].

وكذلك أوضحت الدراسات ارتباط بعض السمات الشخصية بمستويات الكفاءة السياسية، مثل متغير تقدير الذات والكفاءة الشخصية[18].

وتطبق الدراسة نظرية الدائرة الفاضلة لتحديد العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى المحورين التاليين:

1- الدراسات الخاصة بنظرية الدائرة الفاضلة (Virtuous Circle).

2- الدراسات الخاصة بعلاقة وسائل الإعلام بالكفاءة السياسية.

أولاً : الدراسات الخاصة بنظرية الدائرة الفاضلة:

ربطت الدراسات السابقة في هذا المحور بين التعرض لوسائل الإعلام و تحفيز المشاركة السياسية و الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في هذا الصدد فقد قامت **(Sanne Kruikemeier) 2017** [19] بتحليل العلاقة التبادلية بين استخدام المحتوى الإخباري في وسائل الإعلام المختلفة والاندماج السياسي والنية للمشاركة السياسية ودور وسائل الإعلام في التنشئة السياسية لطلبة المدارس.

وتم جمع البيانات على ثلاث مراحل موزعة على ثلاث سنوات مختلفة؛ لعينة من طلبة المدارس في السويد تتراوح أعمارهم من 13 إلى 17 سنة، وبلغ إجمالي العينة 2962 مبحوثًا .

وأشارت النتائج إلى وجود ما يسمَّى (دوامة التدعيم) بين استخدام وسائل الإعلام والاندماج السياسي للمبحوثين، أي أنه كلما تعرض المبحوثون لوسائل الإعلام يزداد اهتمامهم السياسي، وترتفع لديهم النية للمشاركة السياسية، وبالعكس؛ فكلما زاد الاهتمام السياسي للمبحوثين زادت رغبتهم في استخدام وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والأخبار، بما يدعم الفرض الرئيس لنظرية الدائرة الفاضلة بوجود علاقة دائرية متصلة بين استخدام وسائل الإعلام والتأثيرات الإيجابية الناتجة عن هذا التعرض.

وهو ما اتفق **مع دراسة (Daniela Dimitrova) 2014**[20] و التي استهدفت بحث العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والمشاركة السياسية للجمهور. وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الجمهور السويدي بلغت 750 مبحوثًا، واتضح وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للجمهور.

كما اختبرت **(Judith Moeller) 2013** [21] العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية في وسائل الإعلام والمشاركة السياسية للشباب، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة بلغت 5657 مبحوثًا، وتوزعت العينة على الدول التالية (النمسا – بلغاريا – بلجيكا – فرنسا – فنلندا – ألمانيا – اليونان – المجر – أسبانيا – السويد – سويسرا – بريطانيا - أوكرانيا).

وأثبتت الدراسة أن التعرض للمحتوى الإخباري في وسائل الإعلام المختلفة يعزز مستويات المشاركة السياسية للمبحوثين .

وعن اختلاف تأثير التعرض لوسائل الإعلام التقليدية و الحديثة على المشاركة السياسية فقد سعت دراسة (Adam Shehta) 2015 [22] لاختبار الفرض الرئيس لنظرية الدائرة الفاضلة من خلال المقارنة بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة والمشاركة السياسية، وذلك بالتطبيق على عينة بلغت 2901 مبحوث من الشباب السويدي.

وأشارت الدراسة إلى ثبوت صحة الفرض الرئيس للنظرية، حيث اتضح وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة والمشاركة السياسية للمبحوثين، كما اتضح أن التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة يرفع من مستويات الاهتمام السياسي للمبحوثين.

كما ربطت الدراسات السابقة المتعلقة بنظرية الدائرة الفاضلة بين متغيري التعرض لوسائل الإعلام و الثقة السياسية حيث سعت **دراسة (Jesper Stromback) 2016** [23] لاختبار العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والثقة السياسية لدى الجمهور من خلال نظرية الدائرة الفاضلة. وكذلك رصد المتغيرات التي تتوسط هذه العلاقة، والتعرف على العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري التلفزيوني وثقة المبحوثين في البرلمان السويدي.

وأوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض للمحتوى الإخباري التلفزيوني والثقة السياسية بشكل عام والثقة في البرلمان السويدي بشكل خاص.

كما أشارت النتائج إلى وجود مجموعة من المتغيرات التي تتوسط العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والثقة السياسية، وأهم هذه المتغيرات المعرفة السياسية والاهتمام السياسي للمبحوثين، بينما تبين عدم وجود علاقة بين نوع المبحوثين ومستواهم الاقتصادي وثقتهم السياسية.

و اتفقت هذه النتائج مع **دراسة (James Curran) 2014** [24] والتي سعت للتعرف على التأثيرات السياسية المختلفة لوسائل الإعلام في الجمهور فيما يتعلق بثقتهم السياسية، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الجمهور المتواجد في 11 دولة، وهي الولايات المتحدة الأمريكية، بريطانيا، أستراليا، كندا، كولومبيا، اليونان، الهند، إيطاليا، اليابان، النرويج ، كوريا الجنوبية.

وأشارت النتائج إلى ثبوت فرض نظرية الدائرة الفاضلة والتأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام، حيث اتضح وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للأخبار التلفزيونية وارتفاع الثقة السياسية لدى المبحوثين.

وهو ما أكدته كذلك **دراسة (Yioryos Nardis) 2015** [25] لاختبار العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية ومدى ثقة الجمهور في النظام السياسي والاتجاه نحو التصويت في مسألة توسيع عضوية الاتحاد الأوربي، وتم تطبيق الدراسة الميدانية في أربع دول أوربية هي بريطانيا 336 مبحوثًا، وألمانيا 334 مبحوثًا، وبولندا 341 مبحوثًا واليونان 343 مبحوثاً .

وتوصلت الدراسة إلى أن الاختلاف في التغطية الإخبارية أدى إلى مستويات ثقة مختلفة في مؤسسات الاتحاد الأوربي، وبالتالي إلى نسب مشاركة مختلفة نحو التصويت لتوسيع عضوية الاتحاد الأوربي. وأكدت الدراسة على أهمية معيار الثقة في المؤسسات السياسية المختلفة في تشكيل السلوك السياسي للجمهور.

ثانياً: الدراسات الخاصة بعلاقة وسائل الإعلام بالكفاءة السياسية:

وفي هذا السياق فقد تضمنت الدراسات السابقة الخاصة بهذا المحور ربطًا بين الكفاءة السياسية و العديد من المتغيرات الأخرى :

فقد ربطت **دراسة (Francis Lee) 2017**[26] الكفاءة السياسية بالتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي . وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة تتكون من 795 طالبًا من جامعات هونج كونج، وأوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مناقشة المعلومات السياسية والتواصل مع السياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع نسبة الكفاءة السياسية لدى المبحوثين.

كما تبين وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار، والاستعداد للانضمام للحركات الاحتجاجية كنوع من أنواع التعبير عن الرأي.

و بدوره فقد أشار **(Kim Andersen) 2016** [27] إلى أن هناك علاقة بين التعرض لأنواع معينة من الأخبار ومستويات الكفاءة السياسية وذلك من خلال المقارنة بين تأثير الأخبار الجادة وأخبار الاهتمامات الإنسانية في شعور الأفراد بقدرتهم على فهم الأمور السياسية والمشاركة فيها, وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة تتكون من 2649 مبحوثًا من الجمهور الدنماركي.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض للأخبار التلفزيونية الجادة والكفاءة السياسية الداخلية للجمهور وإحساسهم بقدرتهم على التأثير في الحياة السياسية، ودفعهم للمشاركة السياسية، وهو ما أرجعته الدراسة إلى أن المعلومات السياسية الجادة تسهم في زيادة المعرفة السياسية وهو ما يرتبط إيجابياً بالكفاءة السياسية الداخلية.

وأوضحت الدراسات وجود علاقة ارتباطية بين نوع الأطر المستخدمة في التغطية الإخبارية و الكفاءة السياسية للمبحوثين و منها **دراسة (Rasmus Pedersen) 2012**[28] التي سعت لاختبار العلاقة بين تغطية الأخبار من خلال الإطار الإستراتيجي وتشكيل اتجاهات الجمهور نحو السياسيين، وعلاقتها بالكفاءة السياسية لدى المبحوثين. وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة تتكون من 394 مبحوثًا في الولايات المتحدة الأمريكية.

وأكدت الدراسة على العلاقة بين تناول الأخبار من خلال الإطار الإستراتيجي، وتشكك المبحوثين في نوايا السياسيين، وانخفاض مستويات الكفاءة السياسية لدى المبحوثين، حيث عبر المبحوثون عن عدم قدرتهم على فهم الأوضاع السياسية، أو المشاركة فيها، وكذلك اعتقادهم بعدم اهتمام السياسيين وصناع القرار برأيهم، وكذلك تأكيدهم بأنهم لا يقدرون على التأثير في العملية السياسية.

وأشارت **دراسة (شيماء ذو الفقار) 2015**[29] إلى وجود مجموعة من المتغيرات التي تتوسط العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية في التلفزيون المصري، ومستوى الكفاءة السياسية الداخلية والخارجية للجمهور.

تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 420 مبحوثًا من الجمهور المصري. وخلصت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في مستوى الكفاءة السياسية الداخلية، والمتمثلة في حجم التعرض للمواد الإخبارية ومستوى المعرفة السياسية ومستوى تقدير الذات، وتمثلت العوامل المؤثرة في الكفاءة السياسية الخارجية في الحاجة للمعرفة وحجم التعرض للمواد الإخبارية ومستوى التعليم.

كما خلصت الدراسات إلى وجود علاقة ارتباطية بين دوافع استخدام وسائل الإعلام و الكفاءة السياسية للمبحوثين فقد توصلت دراسة (Chang Park) 2015 [30] إلى أن الدوافع النفعية للمبحوثين واستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار ترتبط ارتباطًا إيجابيًّا بكفاءتهم السياسية وشعورهم بقدرتهم على تغيير الأوضاع للأفضل.

كما اتضح أن الدوافع النفعية للمبحوثين ترتبط ارتباطًا إيجابيًّا بمستوى مشاركتهم السياسية، سواء المشاركة السياسية الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الانضمام للمجموعات السياسية، أو تدعيم حركة أو حملة سياسية، أو المشاركة السياسية من خلال التصويت في الانتخابات أو الانضمام للأحزاب السياسية.

وتبين أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتمضية الوقت، أو للتواصل مع الآخرين، يرتبط إيجابيًّا بالكفاءة السياسية للمبحوثين، وبمشاركتهم السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن لا يرتبط بمستوى مشاركتهم السياسية في الواقع الفعلي.

ومن المتغيرات التي تؤثر على الكفاءة السياسية للمبحوثين مدى ثقتهم في المعلومات المقدمة في وسائل الإعلام و مصداقية تلك الوسائل لديهم , حيث سعت **دراسة (Andrea Kavanaugh) 2016** [31] لاختبار العلاقة بين الثقة في المعلومات السياسية التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية للجمهور. وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة تتكون من 135 طالبًا من جامعة المكسيك.

وأشارت النتائج إلى أن عينة الدراسة اعتبرت أن المعلومات السياسية المقدمة في وسائل التواصل الاجتماعي أكثر مصداقية لديهم من المعلومات المقدمة في الصحف والتلفزيون.

كما توصلت الدراسة إلى أنه كلما زادت مصداقية الوسيلة الإعلامية والمعلومات المقدمة بها كلما زادت الكفاءة السياسية للمبحوثين. وأشارت الدراسة إلى أن التفاعلية التي يتيحها الإنترنت تعزز من فاعلية المعلومات السياسية لدى المبحوثين

وإحساسهم بقدرتهم على فهم الأمور السياسية، حيث إنها تمكنهم من الحصول على المعلومات التي يحتاجونها لبناء الثقة في وعيهم السياسي، وإدراكهم لقدرتهم على إحداث تغيير في الحياة السياسية.

وكذلك فقد خلصت الدراسات إلى تأثير الكفاءة السياسية على السلوك السياسي للمبحوثين و تحفيزهم نحو المشاركة السياسية و منها دراسة (Robert La Rose 2015) [32]

والتي استهدفت رصد العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية للجمهور ومشاركتهم السياسية، وكذلك دراسة العلاقة بين الكفاءة السياسية الذاتية والكفاءة السياسية الجمعية، من خلال استخدام نظرية الإدراك الاجتماعي.

وتم تطبيق الدراسة على عينة بلغت 222 مبحوثًا من طلبة الجامعة في الولايات المتحدة الأمريكية.

وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك المبحوثين لقدرتهم على القيام بدور للوصول لأهدافهم السياسية، وبين مشاركتهم السياسية، كما اتضح وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين إدراك المبحوثين لاستجابة النظام السياسي لمطالبهم الجماعية بالتغيير، وبين مشاركتهم السياسية.

كما أكدت الدراسة أن متغير الكفاءة السياسية الذاتية، واعتقاد الفرد في قدرته على القيام بسلوك سياسي معين، وإدراكه لمدى استجابة النظام لمطالبه يدعم الشعور بالكفاءة الجمعية، والاعتقاد بقدرة المجموعة على التأثير في الحياة السياسية.

كما قام (Thomas Johnson) 2013[33] بتصنيف الجمهور حسب كفاءتهم السياسية إلى أربعة أنماط رئيسة، هي: الواثقون: وهم من لديهم درجة ثقة عالية في النظام السياسي ودرجة عالية من الكفاءة السياسية الداخلية، والمنشقون: وهم من لديهم درجة ثقة منخفضة في النظام السياسي، ودرجة عالية من الكفاءة السياسية الداخلية، والتابعون: وهم من لديهم درجة ثقة عالية في النظام السياسي ودرجة ثقة منخفضة في كفاءتهم السياسية الداخلية، وأخيرًا المغتربون: وهم من لديهم درجة ثقة منخفضة في النظام السياسي، وكذلك درجة ثقة منخفضة في كفاءتهم السياسية الداخلية. وأشارت الدراسة إلى أن الفئة الواثقة لديها قدرة أكبر للمشاركة السياسية بالطرق التقليدية، مثل التصويت في الانتخابات، بينما يميل المنشقون للتعبير عن آرائهم عن طريق المظاهرات والإضرابات، ويميل المغتربون للعزوف عن المشاركة السياسية، وفصل أنفسهم عن النظام السياسي بصفة عامة.

كما وضعت دراسة (Fumiko Sasaki) 2016 [34] **مقياس خاص للكفاءة السياسية الإلكترونية يختلف عن مقياس الكفاءة السياسية الذي يتم تطبيقه عند دراسة وسائل الإعلام التقليدية**، وذلك لقياس مدى إدراك الجمهور لقدرته على التأثير في العملية السياسية والقيام بدور فاعل في الحياة السياسية من خلال استخدام

الإنترنت، وإلى أي مدى يمكن استخدام الإنترنت للتواصل مع المسئولين للتعبير عن آرائهم في مجريات الأمور السياسية.

وتكون المقياس من العبارات التالية (باستخدامي للإنترنت يمكن أن يكون لي تأثير سياسي أكبر- باستخدامي للإنترنت يمكن أن أكوّن رأيًا فيما تتخذه الحكومة من قرارات – عن طريق الإنترنت يمكنني فهم السياسة بشكل أوضح – باستخدامي للإنترنت فإن المسئولين يهتمون أكثر بوجهة نظري).

التعليق على الدراسات السابقة:

- أشارت الدراسات السابقة إلى وجود علاقة ارتباطية بين مستويات الكفاءة السياسية لدى المبحوثين ومستوى مشاركتهم السياسية حيث أن شعور المبحوثين بقدرتهم على فهم الأوضاع السياسية، والقيام بدور فاعل في العملية السياسية مثّل بالنسبة لهم حافزًا للمشاركة السياسية.
- أوضحت نتائج الدراسات السابقة أن المستويات المرتفعة من الكفاءة السياسية ترتبط إيجابيًّا بالثقة في المؤسسات السياسية والفاعلين السياسيين واستجابتهم لمطالب الجمهور.
- كما بينت الدراسات السابقة وجود مجموعة من العوامل والمتغيرات التي تتوسط العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وكفاءتهم الجمعية، مثل المعرفة السياسية للجمهور، واهتمامهم السياسي، وكفاءتهم السياسية الداخلية والخارجية، والعوامل الديموجرافية للمبحوثين.
- أوضحت نتائج الدراسات السابقة دور مواقع التواصل الاجتماعي بما توفره من تفاعلية وإتاحة الفرصة للمستخدمين بالنقاش السياسي، وتبادل آرائهم مع الآخرين، وكذلك تمكينهم من التواصل مع الأطراف السياسية في تعزيز كفاءتهم السياسية.
- اتضح قلة اهتمام الدراسات العربية بدراسة موضوع الكفاءة السياسية مقابل اهتمام الدراسات الأجنبية بهذا الموضوع و تنوع الدراسات التي تناولت المتغيرات المتعلقة بهذا الموضوع و التأثيرات الناتجة عنه .
- اهتمام الدراسات الأجنبية بتطبيق مداخل نظرية جديدة لقياس الكفاءة السياسية، مثل نظرية الدائرة الفاضلة، والتي لم يتم استخدامها في الدراسات العربية، وكذلك نظريات الإدراك الاجتماعي والبنية التحتية للاتصالات لتفسير تأثيرات الكفاءة السياسية.
- ركزت الدراسات السابقة على استخدام منهج المسح، وأغفلت مناهج أخرى مثل المنهج التجريبي.

– أفادت الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية وتحديد أهدافها، وتكوين مقاييس الدراسة، ومقارنة نتائج الدراسات السابقة بنتائج هذه الدراسة.

تساؤلات الدراسة :

1- ما مصادر معلومات الشباب المصري عن الأحداث السياسية المصرية؟

2- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب المصري؟

3- ما أسباب تفضيل الشباب المصري لهذه المواقع ؟

4- ما مستويات الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري؟

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، وكفاءتهم السياسية الداخلية والخارجية.

3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري والمتغيرات التالية:

أ – الاهتمام السياسي.

ب – الثقة السياسية.

جـ - النقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د – التواصل مع المسئولين والسياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

4- توجد فروق دالة إحصائيًّا في الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين وفق العوامل الديموجرافية.

5- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين ومشاركتهم السياسية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتم الاعتماد على منهج المسح (مسح الجمهور) وعلى أسلوب المسح بالعينة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري من سن 18 سنة وحتى 35 سنة، حيث إنه السن الذي يبدأ عنده الحق في ممارسة الحقوق السياسية.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية تبلغ 400 مبحوث من الشباب المصري الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار ، وتم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من 27 من مارس وحتى 18 من أبريل 2017.

وتم التطبيق في محافظتي القاهرة والجيزة لتميزهما بكثافة سكانية عالية بين محافظات مصر، مع مراعاة الفروق في المستويات التعليمية والمستويات الاقتصادية الاجتماعية، بالإضافة إلى وجود توازن بين الذكور والإناث.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة الميدانية

الخصائص	التصنيف	ك	%
النوع	ذكر	200	%50
	أنثى	200	%50
الفئة العمرية	من 18-23 سنة	105	%26.3
	من 24 – 30 سنة	150	%37.5
	من 31 – 35 سنة	145	%36.3
المستوى التعليمي	تعليم ثانوي	127	%31.8
	تعليم جامعي	223	%55.8
	دراسات عليا	50	%12.5
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	198	%49.5
	متوسط	157	%39.2
	مرتفع	45	%11.3

أدوات جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق استمارة استبيان بالمقابلة لرصد العلاقة بين التعرض للمستوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

اختبارا الصدق والثبات:

اختبار الصدق:

تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين لتحديد قدرتها على قياس متغيرات الدراسة وتحقيقها لأهدافها وإجراء التعديلات المناسبة(*).

اختبار الثبات:

تم تطبيق اختبار الثبات باستخدام معامل ارتباط ألفا كرونباخ على استمارة الاستبيان، وبلغت قيمة معامل ألفا 0.76 وهي قيمة ثبات مرتفعة ويمكن الاعتماد عليها.

منهجية قياس المتغيرات:

1- **مقياس حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي**: وهو مقياس تجميعي من ثلاثة أسئلة عن مدى متابعة المحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع التي يفضَّل المبحوثون متابعتها للحصول على المعلومات والأخبار وأسباب تفضيل هذه المواقع.

2- **مقياس الاهتمام السياسي**:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي، مكون من ثلاث عبارات، وتمثلت عبارات المقياس في الآتي:

(أهتم بمتابعة الأخبار والأحداث السياسية – أناقش الموضوعات السياسية مع أصدقائي – أحرص على متابعة تصريحات المسئولين في وسائل الإعلام).

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.65 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

3- مقياس الكفاءة السياسية الداخلية:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات، نصفها عبارات إيجابية، والنصف الآخر عبارات سلبية، وتمثلت عبارات المقياس في الآتي:

(أرى نفسي مؤهلًا لفهم الأمور السياسية – إن الناس من أمثالي ليس لديهم رأي ولا كلمة بخصوص ما تقوم به الحكومة – الأشخاص مثلي قادرون على المشاركة السياسية – أحيانًا ما تكون الأمور السياسية معقدة بدرجة لا أفهمهما).

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.72 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

4- مقياس الكفاءة السياسية الخارجية:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات نصفها إيجابية ونصفها سلبية، وتمثلت عبارات المقياس في الآتي (عادة ما يستمع المسئولون لمطالب الشعب – أعتقد أن المسئولين الحكوميين لا يعنيهم ما يفكر فيه أمثالي- إذا أصدرت الحكومة قرارًا أراه لا يناسبني، وبذلت مجهودًا لتغييره، أعتقد أني سأنجح في ذلك – لا تهتم الحكومة بآراء المواطنين).

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.74 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

5- مقياس الكفاءة السياسية الجمعية:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات، وتمثلت عبارات المقياس في الآتي:

(الضغوط الشعبية قادرة على تغيير القرارات الحكومية – يستجيب السياسيون لاحتياجات المواطنين إذا طالب عدد كافٍ منهم بذلك – لن تغير مشاركتنا في شيء لأن الحكومة لن تغير قراراتها – العمل الجماعي من شأنه تطوير المجتمع) وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.73 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

6- مقياس الثقة السياسية:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات نصفها إيجابية ونصفها سلبية، وتمثلت عبارات المقياس في الآتي:

(أثق في قدرات الحكومة على القيام بما هو صحيح – المسئولون الحكوميون يعطون وعودًا كثيرة ولا ينفذونها – الحكومة ليس لديها رؤية واضحة للتطوير – أثق في معظم المسئولين السياسيين).

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.72 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

7- مقياس النقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات وتمثلت عبارات المقياس في الآتي:

(تتيح مجموعات النقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لمناقشة قضايا سياسية مختلفة – تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين بمشاركة المضمون السياسي مع الآخرين – النقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتيح لي حرية التعبير من وجهة نظري وتبادلها مع الآخرين – تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بتقريب وجهات النظر بين المستخدمين) وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.71 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

8- مقياس التواصل مع المسئولين والسياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من ثلاث عبارات، وقد تمثلت عبارات المقياس في الآتي:

(استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الرموز السياسية للتعليق على الأحداث السياسية – استخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع ممثلي مجلس النواب للتعبير عن رأيهم – أستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة

الصفحات الحكومية الرسمية والتعبير عن رأيي فيما تعرضه هذه الصفحات)، وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.67 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

9- مقياس المشاركة السياسية:

تم تكوين مقياس بأسلوب ليكرت الثلاثي مكون من أربع عبارات، وتمثلت عبارات المقياس في الآتي:

(أهتم بالمشاركة في الفعاليات الانتخابية – من المهم الانضمام لعضوية الأحزاب السياسية – أمتلك بطاقة انتخابية – أهتم بالمشاركة في المؤتمرات الوطنية للشباب).

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لهذا المقياس 0.70 وهي قيمة ثبات يمكن الاعتماد عليها.

10- مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

تم قياس هذا المتغير بواسطة مقياس تجميعي يتكون من خمسة أسئلة عن متوسط دخل الأسرة شهريًا والأجهزة التي يمتلكها المبحوث والأجهزة التي تمتلكها الأسرة، والسفر للخارج وأسبابه، وكذلك المستوى التعليمي للوالدين.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون لدراسة شدة العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة.
- اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من أحد متغيرات الفئة أو النسبة.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فروق معنوية (LSD) لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي تثبت (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائيًا بينها.

نتائج الدراسة المسحية على الجمهور:

مصادر معلومات الشباب المصري عن الأحداث السياسية المصرية:

جدول رقم (2)

مصادر معلومات الشباب المصري عن الأحداث السياسية المصرية

مصادر معلومات الشباب المصري عن الأحداث السياسية المصرية	ك	%	الترتيب
المواقع الإلكترونية الإخبارية	320	%23.3	1
مواقع التواصل الاجتماعي	300	%21.8	2
القنوات الفضائية المصرية الخاصة	189	%13.8	3
الاتصال الشخصي	104	%7.5	4
القنوات الفضائية العربية	99	%7.2	5
الصحف المصرية	85	%6.2	6
القنوات الفضائية المصرية الحكومية	70	%5	7
محطات الإذاعة المصرية	63	%4.6	8
القنوات الفضائية الأجنبية	48	%3.5	9
القنوات الأرضية المصرية	36	%2.6	10
محطات الإذاعة العربية	24	%1.7	11
محطات الإذاعة الأجنبية	19	%1.4	12
الصحف العربية	16	%1.1	13
المجموع	1373	%100	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أكثر المصادر التي يعتمد عليها الشباب المصري لاستقاء معلوماته عن الأحداث السياسية المصرية هي المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة 23.3%، تلتها مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بنسبة 21.8%، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما تقدمه هذه الوسائل من تفاعلية وإتاحة الفرصة للشباب للتعبير عن آرائهم بحرية، وهو ما يلقي الضوء على الدور الحيوي الذي تقوم به شبكة الإنترنت في التثقيف والتوعية السياسية للشباب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Marshal Erwin) [35] والتي توصل فيها إلى تفضيل الشباب لشبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات والأخبار، وأنها أحد أهم العوامل التي تؤثر في قراراتهم الانتخابية .

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (E. Kim) [36] والتي أظهرت أن الشباب يعتمدون على وسائل الاتصال الحديثة بكثافة، حيث يرون أنها من أهم المصادر التي تقدم الأخبار عن مختلف الموضوعات.

كما أظهرت النتائج وجود القنوات الفضائية المصرية الخاصة في ترتيب متقدم من حيث المصادر التي يعتمد عليها الشباب للحصول على المعلومات السياسية، حيث جاءت في الترتيب الثالث مقابل تراجع القنوات المصرية الحكومية، وهو ما يلقي

الضوء على أهمية تطوير الخدمة الحكومية لجذب الجمهور، والبعد عن الأخبار البروتوكولية وتقديم الأخبار بطريقة نمطية قد تصرف الجمهور عن متابعة الأخبار.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة آمال طه[37] حيث تفوقت القنوات الفضائية الخاصة على القنوات الحكومية من حيث مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الشباب للحصول على المعلومات.

مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب المصري:

جدول رقم (3)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب المصري

مصادر التواصل التي يفضلها الشباب المصري	ك	%	الترتيب
الفيس بوك	302	%20.3	1
اليوتيوب	263	%17.7	2
تويتر	225	%15.1	3
واتس آب	198	%13.3	4
إنستجرام	167	%11.2	5
الفايبر	122	%8.2	6
ماي سبيس	83	%5.6	7
لينكدن	64	%4.3	8
جوجل بلس	32	%2.1	9
فليكر	15	%1	10
أوركت	9	%0.6	11
فريندستر	7	%0.4	12
المجموع	1487	%100	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن موقع الفيس بوك جاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب المصري، حيث جاء بنسبة 20.3% حيث يتيح موقع الفيس بوك للمستخدمين سرعة تبادل وتشارك المعلومات، وكذلك الاشتراك في صفحات وسائل الإعلام التي يفضلونها.

وجاء موقع اليوتيوب في الترتيب الثاني بنسبة 17.7%، حيث يعطي اليوتيوب للجمهور فرصة متابعة الفيديوهات الخاصة بالأحداث السياسية المختلفة، كما يعطي لوسائل الإعلام المختلفة الفرصة لوضع الفيديوهات على هذا الموقع.

وجاء موقع تويتر في الترتيب الثالث؛ حيث يسهل هذا الموقع للجمهور التعرف على الأخبار بطريقة موجزة، كما يتسم تويتر في تقديم أخباره على خدمة تفضيلات الأخبار التي تتيح للمستخدمين التعرف على الأخبار فور ورودها على الموقع دون الحاجة إلى زيارة الموقع مرة أخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عماد جابر[38] والتي توصل فيها إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا من قبل الشباب العربي هي مواقع الفيس بوك واليوتيوب وتويتر، كما أكد على دور هذه المواقع في تشكيل اتجاهات الشباب العربي

نحو ثورات الربيع العربي. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة داليا إبراهيم [39] والتي أشارت إلى أن مواقع فيس بوك وتويتر ويوتيوب من أهم المواقع التي يعتمد عليها الجمهور كمصدر للحصول على المعلومات أثناء الأزمات السياسية.

بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة آمال كمال[40] والتي أوضحت محدودية استخدام موقع تويتر كمصدر للحصول على المعلومات عن الانتخابات البرلمانية المصرية.

أسباب تفضيل الشباب لهذه المواقع:

جدول رقم (4)

أسباب تفضيل الشباب لهذه المواقع

أسباب تفضيل الشباب لهذه المواقع	ك	%
لأنها تتيح للجمهور فرصة المشاركة بآرائهم في مختلف القضايا	218	%23
لما توفره هذه المواقع من تفاعلية	208	%22
لفوريتها في تغطية الأحداث السياسية المصرية	189	%20
لمناقشتها موضوعات لا تتناولها وسائل الإعلام الأخرى	163	%17
للتعرف على آراء مستخدمي هذه المواقع عن الأحداث السياسية المصرية.	98	%10.3
لأنها تتيح لي فرصة التواصل مع المسئولين والسياسيين	73	%7.7
المجموع	949	%100

يتضح أن أهم أسباب تفضيل الشباب لهذه المواقع هو إتاحتها الفرصة للجمهور للمشاركة بآرائهم في مختلف القضايا بنسبة 28%، وجاء في المرتبة الثانية ما توفره هذه المواقع من تفاعلية بنسبة 22%، ثم لفوريتها في تغطية الأحداث السياسية المصرية بنسبة 20%.

وتتفق هذه النتيجة مع دارسة عماد جابر[41] في أن أهم أسباب متابعة الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي هي المشاركة بآرائهم في مختلف القضايا والتعليق على الأحداث والإعجاب أو الرفض للمنشور.

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Ori Harel) [42] والذي أكد فيها على ما تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي من خلق فرص جديدة للمشاركة وإتاحة الفرصة للشباب بعمل نسختهم الخاصة من المضامين.

وتتفق هذه النتيجة أيضا مع دراسة (منى مصطفى) [43] والتي أشارت إلى أن أهم أسباب تفضيل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ما توفره هذه المواقع من تفاعلية وسهولة التعامل.

مستويات الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري:

جدول رقم (5)

مستويات الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري

مستويات الكفاءة السياسية الجمعية	ك	%
منخفض	98	%24.5
متوسط	174	%43.5
مرتفع	128	%32
المجموع	400	%100

تشير نتائج الجدول إلى أن 43.5% من المبحوثين لديهم مستوى متوسط من الكفاءة السياسية الجمعية، بينما 32% كان لديهم مستوى مرتفع من الكفاءة السياسية الجمعية، في حين أن 24.5% كان لديهم مستوى منخفض من الكفاءة السياسية الجمعية. وقد يكون هذا نتيجة تعدد مصادر المعلومات المتاحة أمام الشباب عن القضايا والموضوعات السياسية؛ بما يدعم معارفه السياسية، ويسهم في تعزيز كفاءتهم السياسية وثقتهم في امتلاك المؤهلات الكافية لفهم الأمور السياسية، واستطاعتهم القيام بدور في الحياة السياسية، والمشاركة بشكل أو بآخر في العملية السياسية، وكذلك تفعيل العديد من المبادرات والمؤتمرات الشبابية التي تعطي فرصة للشباب للتعبير عن آرائهم، ونقل وجهة نظرهم لمتخذي القرار بما يدعم لديهم الاعتقاد بأن لهم صوتًا مؤثرًا وفعالًا في مخرجات البيئة السياسية.

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

جدول رقم (6)
العلاقة بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري

حجم التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي / الكفاءة السياسية الجمعية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
	0.158	0.000

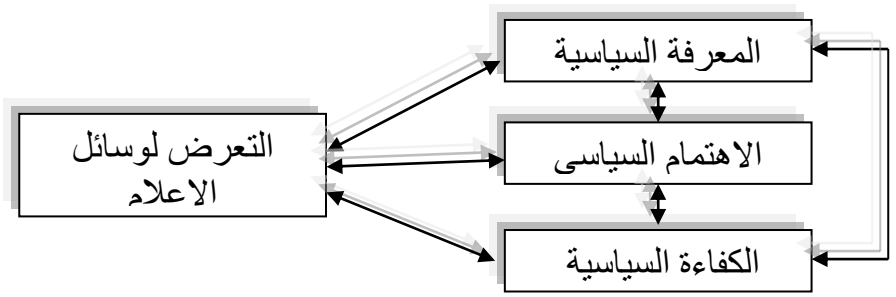
يعكس الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.158 عند مستوى معنوية 0.000.

وبالتالي يتضح ثبوت صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الفرض الرئيس لنظرية الدائرة الفاضلة، والتي تؤكد على التأثير الإيجابي الذي تقوم به وسائل الإعلام في زيادة الكفاءة السياسية. حيث أكدت (Norris) أن هناك ما أطلقت عليه (Ratcheting Process) عملية متنامية بين التعرض لوسائل الإعلام وتزايد الثقة في المؤسسات السياسية والكفاءة السياسية للجمهور[44].

حيث تفترض هذه النظرية أن التعرض لوسائل الإعلام يسهم في زيادة المعرفة السياسية للجمهور، وهو ما يؤدى إلى تنشيط اهتمامهم السياسي، وبالتالي الإحساس بفعاليتهم السياسية، وقدرتهم على تفسير مجريات الأمور السياسية، والقدرة على التنبؤ بالقرارات السياسية، وقدرتهم على القيام بدور في التغيير السياسي، والتأثير في القرارات المختلفة، وبذلك يتم تعزيز مستويات مشاركتهم في الأنشطة السياسية، وهذه المشاركة تدفعهم مرة أخرى للتعرض لوسائل الإعلام.

وتؤكد هذه النظرية أن هذه الحلقة المتنامية تعمل على تجديد نفسها بشكل دائم وتلقائي، وهو ما يوضحه الشكل التالي[45]:



شكل رقم (1)
نموذج الدائرة الفاضلة لتأثيرات وسائل الإعلام

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Jensen) [46] بأن التعرض للإنترنت يسهم في زيادة الكفاءة السياسية والمعرفة السياسية للمبحوثين بما يدعم مشاركتهم السياسية.

كما تتفق مع دراسة (De Vreese) [47] والتي توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة المعرفة السياسية للمبحوثين ورفع مستويات كفاءتهم السياسية.

وكذلك فقد توصل (Peng)[48] إلى أن الإنترنت يؤثر بالفعل في درجة الكفاءة السياسية، ووجد علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة التعرض للإنترنت والكفاءة السياسية الداخلية والخارجية للمبحوثين.

بينما تختلف هذه النتائج مع دراسة (Zeinter) [49] والتي أشارت لعدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للإنترنت والكفاءة السياسية للمبحوثين، وأرجع ذلك لتعدد مصادر المعلومات المتاحة للمبحوثين.

وكذلك تختلف مع ما توصل إليه (Johnson) [50] بعدم وجود علاقة بين استخدام المحتوى السياسي في الإنترنت والكفاءة السياسية للمبحوثين.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري وكفاءتهم السياسية الداخلية والخارجية.

جدول رقم (7)

العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري وكفاءتهم السياسية الداخلية والخارجية

الكفاءة السياسية الجمعية / الكفاءة السياسية الداخلية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
الكفاءة السياسية الخارجية	0.545	0.000

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، وكفاءتهم السياسية الداخلية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.271 عند مستوى معنوية 0.000 والقيمة دالة إحصائيًّا .

كما اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري وكفاءتهم السياسية الخارجية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.545 عند مستوى معنوية 0.000 والقيمة دالة إحصائيًّا.

وبالتالي يتضح ثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري وكفاءتهم السياسية الداخلية والخارجية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية الإدراك الاجتماعي (Social Cognitive Theory) ووجود تأثير في الكفاءة الجمعية من خلال عمليات التعلم والإقناع الاجتماعي التي قد تحدث أثناء تفاعل المجموعة مع بعضها البعض عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي[51].

حيث إن المجموعات التي يظهر فيها الأفراد من ذوي المستويات العالية من الكفاءة الداخلية والخارجية يؤثرون في أعضاء المجموعة، ويعملون على إقناعهم بأن المجموعة تمتلك القدرات الكافية لتكون فعالة ومؤثرة في البيئة السياسية، كما أن اتساع دائرة المشاركين تدعم الاعتقاد بقدرة الجماعة على التصرف بفعالية في المجال السياسي، وإدراكهم لاستجابة الحكومة والمؤسسات السياسية فيما يخص ضغط الجماعة للتغيير.

وبذلك فإن معتقدات الأفراد بأنهم يستطيعون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للوصول لأهدافهم السياسية تؤثر في اعتقادهم بأن المجموعة التي تعمل

معًا ككل قادرة على استخدام مواقع التواصل السياسي لتحقيق مطالبهم السياسية وحل المشكلات السياسية القائمة، وتزداد قناعتهم بأن العمل المشترك يسهم في تحسين الأوضاع السياسية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Alcides) [52] والتي توصلت إلى أن شعور الأفراد بفهمهم للأمور السياسية وبكفاءتهم السياسية الداخلية وإدراكهم لاستجابة النظام السياسي لمطالبهم، وبكفاءتهم السياسية الخارجية يعمل على تدعيم إدراكهم بقدرة المجموعة على القيام معًا بدور للتغيير السياسي، وتعزيز كفاءتهم السياسية الجمعية، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Brunsting)[53] والتي أشار فيها إلى أن الكفاءة السياسية الداخلية للمبحوثين أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى رفع كفاءتهم السياسية الجمعية، وهو ما أكدته أيضًا دراسة (Gibson)[54]؛ أن الكفاءة الداخلية والخارجية للأشخاص تدعم شعورهم بالكفاءة الجمعية، وأن اعتقاد الأفراد بقدرتهم على استخدام الإنترنت لتحقيق أهدافهم السياسية يدعم إحساسهم بأنهم بالعمل معًا يمكنهم استخدام الإنترنت لتغيير الأوضاع السياسية.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري والمتغيرات التالية:

أ – الاهتمام السياسي.

ب – الثقة السياسية.

جـ- التواصل مع المسئولين السياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

د – النقاش السياسي مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أ – الاهتمام السياسي:

جدول (8)

العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري واهتمامهم السياسي

الكفاءة السياسية الجمعية / الاهتمام السياسي	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
	0.322	0.000

تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري واهتمامهم السياسي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.322 عند مستوى معنوية 0.001.

وهو ما يتفق مع ما تطرحه نظرية الدائرة الفاضلة بأن ذوي الاهتمام السياسي المرتفع يسعون بشكل أكبر للحصول على المعلومات السياسية ومناقشتها مع الآخرين، وتقود هذه المعرفة المتزايدة لشعور الأفراد بقدرتهم على فهم الأوضاع

السياسية واستيعابهم للأمور السياسية، وشعورهم بأن رأيهم سوف يحدث فارقًا في مخرجات العملية السياسية.

ويدل ذلك على أنه كلما زادت درجة سعى المبحوثين لمتابعة الأحداث السياسية ومناقشتها مع معارفهم ومشاركتهم في الأنشطة السياسية؛ كلما زادت كفاءتهم السياسية وشعورهم بقدرتهم على القيام بدور فاعل في الحياة السياسية، وتغيير الأوضاع التي لا يرضون عنها، وأن لديهم افكارًا تساعد على حل المشكلات، وكذلك قدرتهم على اتخاذ القرارات المناسبة.

وتماشت هذه النتيجة مع دراسة (Macafee) [55] بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الاهتمام السياسي للمبحوثين وكفاءتهم السياسية وإدراكهم لقدرتهم على فهم الأمور المعقدة وحل المشكلات السياسية.

كما أكد (Kyungmee) [56] في دراسته للناخبين في كوريا الجنوبية أن المبحوثين ذوي المستويات المرتفعة من الاهتمام السياسي ارتفعت كفاءتهم السياسية وقدرتهم على تفسير الأمور الانتخابية، وإدراكهم بأهمية الإدلاء بأصواتهم في الانتخابات.

ب – الثقة السياسية:

جدول رقم (9)

العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري وثقتهم السياسية

الكفاءة السياسية الجمعية / الثقة السياسية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
	0.512	0.000

يشير الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري وثقتهم السياسية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.512 عند مستوى معنوية 0.000 والقيمة دالة إحصائيًّا.

وقد يكون ذلك لأن الثقة في المؤسسات السياسية والسياسيين، وإدراك الجمهور لهذه المؤسسات بأنها تعمل بجدية لتحقيق مصالح المواطنين، وأن السياسيين ينفذون وعودهم، فإن ذلك من شأنه تحفيز الجمهور للقيام بدور فاعل لتغيير الأوضاع السياسية للأفضل، وتعزيز إدراكهم بأن الضغوط الشعبية قادرة على تغيير القرارات السياسية.

كما أن هذه الثقة السياسية وتقييم الأطرف السياسية بشكل إيجابي يشعر المواطنين بأن الساحة السياسية مفتوحة للجمهور للمشاركة السياسية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية السلوك المخطط [57] حيث تربط هذه النظرية بين إدراك الأفراد للقضايا المختلفة واتجاههم نحو تلك القضايا. ووفقًا لهذه النظرية فإن الأفراد يربطون سلوكياتهم نحو القضايا المختلفة بالنتائج المتوقعة من هذا السلوك. ويرتبط هذا التفسير أيضًا بالفرضية الرئيسة لنظرية التوقع/القيمة

[58]، حيث تفترض هذه النظرية أن الفرد يتصرف بطريقة معينة لأن هناك ما يحفزه ويشجعه على اختيار هذا السلوك، بناء على النتيجة التي يتوقع الحصول عليها من هذا السلوك.

وبذلك فإن التقييمات الإيجابية للنظام السياسي من جانب الجمهور، وثقته في المؤسسات السياسية، ووضوح خططها ورؤيتها، وتوقع الجمهور أن هذه المؤسسات تعمل لصالحه، وتوقعه باستجابة هذه المؤسسات لمطالبه، كل هذا يعزز من الكفاءة السياسية للجمهور، وتدعيم إحساسهم بأنهم فاعلون في العملية السياسية، وأن لهم صوتًا مؤثرًا في صياغة القرارات السياسية.

وبالتالي فكلما زادت الثقة السياسية ارتفعت مستويات الكفاءة السياسية الجمعية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Byung) [59] والتي توصل فيها إلى أن تقييم الجمهور الإيجابي للحكومة وثقته في المؤسسات السياسية يرتبط إيجابيًّا بالكفاءة السياسية الجمعية للجمهور.

وأكدت ذلك الدراسة التي قامت بها (Mary) [60] لاختبار العلاقة بين الثقة السياسية والكفاءة الجمعية للجمهور.

وفي نفس الإطار، فقد أوضحت دراسة (هبة شاهين) [61] ارتباط الكفاءة السياسية بمستويات ثقة المبحوثين المرتفعة في الحكومة والاتجاه التقييمي الإيجابي الذي يشكله الجمهور نحو الحكومة والمسئولين الحكوميين.

ج - التواصل مع المسؤولين السياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (10)

العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري والتواصل مع المسئولين والسياسيين

الكفاءة السياسية الجمعية / التواصل مع المسئولين والسياسيين	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
	0.404	0.000

يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري والتواصل مع المسئولين والسياسيين، حيث وصل معامل ارتباط بيرسون 0.404 عند مستوى معنوية 0.000 والقيمة دالة إحصائيًّا .

وقد يكون ذلك لأن التواصل مع المسئولين والسياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يبين للجمهور الدور الذي يقوم به المسئولون في الحياة السياسية، كما أنه يتيح للجمهور الفرصة طرح تساؤلاته عما يشغله من أحداث، وتبادل الآراء والمعلومات مع السياسيين؛ بما يعزز المعرفة السياسية للجمهور، ويشعره بقدرته على فهم الأوضاع السياسية، والتنبؤ بالقرارات السياسية، كما أن التواصل مع

المسئولين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واستجابة المسئولين للجمهور يدعم مستويات ثقة الجمهور في المؤسسات السياسية والفاعلين السياسيين، ويعكس اهتمامهم بردود فعل المواطنين، ويعضد قناعة الجمهور بأن المسئولين يهتمون بآرائهم؛ مما يعمل على تحفيز الجمهور للاضطلاع بمسئولياته السياسية ونقل وجهة نظره للمسئولين، ويعزز من إدراكه لقدرته على التأثير في مجريات الأمور السياسية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Johnson) [62] والتي توصل فيها إلى أن التواصل بين الجمهور والفاعلين السياسيين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يدعم الكفاءة السياسية للمبحوثين.

كما تدعم هذه النتيجة دراسة (Zuniga) [63] بأن التواصل بين الجمهور والمسئولين السياسيين يرفع مستويات الكفاءة السياسية للجمهور.

وكذلك تتفق مع دراسة (Rebecaa) [64] والتي توصل فيها إلى أن التواصل مع قادة الرأي له دور في شعور الجمهور بأهمية رأيه في العملية السياسية، ويشعره باستجابة السياسيين لمطالبه بما يعزز كفاءته السياسية.

وقد أكد (Lee) [65] في دراسته أن الاتصالات التفاعلية مع المؤسسات العامة عبر المواقع الإلكترونية تعزز من الكفاءة السياسية للمبحوثين.

د – النقاش السياسي مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (11)

العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية والنقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الكفاءة السياسية الجمعية / النقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
	0.543	0.001

يوضح الجدول وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، والنقاش السياسي الدائر بينهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.543 عند مستوى معنوية 0.001.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية البنية التحتية للاتصالات (Communication Infrastructure Theory) [66]، حيث تقدم هذه النظرية إطارًا يوضح كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تعزز الكفاءة الجمعية للمستخدمين، وأن تسهم في تدعيم مشاركتهم السياسية من خلال النقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث إن هذه المواقع تسهل للمستخدمين الوصول للمعلومات، ونشر وتداول الموضوعات بينهم، ومناقشة تعليقات الآخرين، والتعرض لوجهات نظر مختلفة وآراء متباينة، وهذه البنية التحتية المشتركة لتبادل الأخبار من شأنها أن تساعد

المشاركين في التعرف على القضايا ذات الشأن العام، وبلورة الأفكار غير الواضحة لديهم حتى يتم الوصول إلى مواقف محددة، وتدعيم شعور المشاركين بقدرتهم على فهم الأوضاع السياسية، كما أن هذه البيئة التشاركية لوسائل التواصل الاجتماعي تؤدي بالمستخدمين إلى الاعتقاد بقدرتهم على اتخاذ إجراءات جماعية لحل المشكلات السياسية، والتأثير في القرارات السياسية؛ بما يدعم إحساسهم بكفاءتهم الجمعية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Seong) [67] في أن النقاش السياسي والتشاور عبر مواقع التواصل الاجتماعي يشكل أنماطًا واتجاهاتٍ تدعم المشاركة السياسية من خلال تعزيز الكفاءة السياسية للمستخدمين، وتحفيزهم على القيام بالأنشطة اللازمة للتأثير في المخرجات السياسية.

وهذا ما أكدته دراسة (Varnali) [68] بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتبادل المعلومات والآراء السياسية والجدل السياسي حول مختلف القضايا يدعم شعور المستخدمين بقدرتهم على العمل معًا للتغيير السياسي.

كما أشارت دراسة (Smock) [69] إلى أن موقع الفيس بوك بإتاحته للمستخدمين تحديث المعلومات السياسية وتبادلها مع قائمة الأصدقاء؛ يجعلهم يشعرون بقدرة أعلى على فهم الأمور السياسية، وبأنهم مؤهلون للمشاركة السياسية.

وهو ما فسره (Hoffman) [70] بأن المناقشات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتم طواعية، وأن تكرار هذه المحادثات السياسية بين المستخدمين يسفر عن مزيد من الكفاءة السياسية.

الفرض الرابع:

توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين حسب المتغيرات الديموجرافية في الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري.

أ – النوع :

جدول رقم (11)
اختبار T-Test لقياس معنوية الفروق بين الذكور والإناث في كفاءتهم السياسية الجمعية

الكفاءة السياسية الجمعية / النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى المعنوية
ذكر	200	7.75	1.85	0.047	0.963
أنثى	200	7.74	2.40		

يشير الجدول إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في كفاءتهم السياسية الجمعية؛ حيث بلغت قيمة ت 0.047 عند مستوى معنوية 0.963 والقيمة غير دالة إحصائيًا، وبالتالي يتضح انتفاء متغير النوع في الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين.

ب – الفئة العمرية :

جدول رقم (12)

اختبار One Way ANOVA لقياس معنوية الفروق بين

الفئات العمرية حسب كفاءتهم السياسية الجمعية

الكفاءة السياسية الجمعية / الفئة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
من 18 – 23	105	8.08	2.065	2.48	0.085
من 24 – 30	150	7.47	2.097		
من 31- 35	145	7.77	2.22		

يوضح الجدول عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية للمبحوثين حسب فئتهم العمرية، حيث بلغت ف 2.48 عند مستوى معنوية 0.085 والقيمة غير دالة إحصائيًّا .

جـ - المستوى التعليمي:

جدول رقم (13)

اختبار One Way ANOVA لقياس معنوية الفروق بين المستويات التعليمية حسب كفاءتهم السياسية الجمعية

الكفاءة السياسية الجمعية / المستويات التعليمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
تعليم ثانوي	127	6.82	2.01	3.89	0.021
تعليم جامعي	223	7.48	2.16		
دراسات عليا	50	8.1	2.26		

يشير الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا في الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين طبقًا لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة ف 3.89 والقيمة دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية 0.021 ولمعرفة مصدر التباين بين المبحوثين تم استخدام الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوية (LSD) .

جدول رقم (14)

مصدر التباين بين المبحوثين في كفاءتهم السياسية الجمعية

وفقًا للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	تعليم جامعي		دراسات عليا	
	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
تعليم ثانوي	0.66	0.000	1.28	0.000
تعليم جامعي	-	-	0.62	0.002

يبين الجدول وجود فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين في كفاءتهم السياسية الجمعية من ذوي التعليم الثانوي والتعليم الجامعي، حيث كان الفرق بين المتوسطين

0.66 عند مستوى معنوية 0.000 والقيمة دالة إحصائيًّا، وكان الفارق لصالح التعليم الجامعي، حيث بلغ متوسطهم الحسابي 7.48 مقابل 6.82 للتعليم الثانوي.

كما اتضح وجود فروق دالة إحصائيًّا بين ذوي التعليم الثانوي والدراسات العليا، حيث كان الفرق بين المتوسطين 1.28 عند مستوى معنوية 0.000 والقيمة دالة إحصائيًّا، وكان الفارق لصالح الدراسات العليا، حيث كان متوسطهم الحسابي 8.1 مقابل 6.82 للدراسات العليا.

وأشار الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائيًّا بين المستوى الجامعي والدراسات العليا، حيث كان الفرق بين المتوسطين 0.62 عند مستوى معنوية 0.002 والقيمة دالة إحصائيًّا، وكان الفارق لصالح الدراسات العليا؛ حيث كان متوسطهم الحسابي 8.1 مقابل 7.48 للتعليم الجامعي.

وبالتالي فإن المستويات التعليمية الأعلى هي مصدر الفروق بين المجموعات، وبذلك فإن الكفاءة السياسية الجمعية تتحقق لديهم بدرجة أكبر.

وقد يكون ذلك لأن المستويات التعليمية الأعلى تعكس مستويات أعلى من القدرة على استيعاب الأمور السياسية، وتزيد من شعور المواطنين بقدرتهم على فهم الأمور المختلفة، وأنهم أكثر دراية بالعقبات التي تواجه النظام السياسي، وكيفية مواجهة هذه العوائق، والقواعد التي تحكم العملية السياسية؛ بما يدعم شعورهم بقدرتهم على التأثير في مخرجات الحياة السياسية، وبذلك فإن الأشخاص من ذوي المستويات التعليمية الأعلى يثقون في قدرتهم ومؤهلاتهم للقيام معًا بدور فاعل لتغيير مجريات الأمور السياسية والتعبير عن رأيهم للتأثير في صانعي القرار.

د ـ المستوى الاقتصادي الاجتماعي:

جدول رقم (15)

اختبار One Way ANOVA لقياس معنوية الفروق بين المستويات الاقتصادية الاجتماعية حسب كفاءتهم السياسية الجمعية

الكفاءة السياسية الجمعية / المستويات الاقتصادية الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
منخفض	198	7.74	2.05	0.336	0.715
متوسط	157	7.81	2.25		
مرتفع	45	7.51	2.17		

يشير الجدول إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا في الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين طبقًا لمتغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة ف 0.336 عند مستوى معنوية 0.715 والقيمة غير دالة إحصائيًّا .

وقد يكون ذلك نتيجة للحراك السياسي الذي شهدته مصر في الفترة الأخيرة، والتطورات السياسية التي دفعت الشباب باختلاف شرائحه الاقتصادية والاجتماعية للمشاركة في العملية السياسية، وكذلك عقد المؤتمرات الوطنية للشباب كونها فرصة

للتواصل المباشر بين الشباب والمؤسسات السياسية، وما أسفرت عنه هذه المؤتمرات من توصيات تدعو الشباب للاضطلاع بمسؤولياتهم الوطنية كطرف أساسي في العملية السياسية. وهذا يتفق مع نتيجة جدول رقم (5) من حيث ارتفاع مستويات الكفاءة السياسية الجمعية لدى الشباب المصري، وقد يكون ذلك لشعورهم باستجابة المؤسسات السياسية لمطالبهم، وكذلك اعتقادهم بقدراتهم المشتركة لتنفيذ أهدافهم السياسية بما يدعم كفاءتهم الجمعية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Curran) [71] والتي أشارت إلى انتفاء متغير النوع كمؤثر في الكفاءة السياسية للمبحوثين، وأن المستويات التعليمية الأعلى أكثر إحساسًا بالكفاءة السياسية.

كما تتفق مع دراسة (Krueger) [72] في أن المستويات التعليمية الأعلى تزداد لديهم درجة الكفاءة السياسية، وينخفض لديهم الإحساس بالعجز السياسي؛ وذلك لقدرتهم على فهم الأحداث السياسية.

وهذا ما أكده أيضًا (Rookey) [73] بأن المستويات التعليمية الأعلى تعكس مستويات أعلى من الكفاءة السياسية، بينما المستويات الأقل في التعليم تشعر بنوع من التهميش الذي يدفعهم إلى الانسحاب من الحياة السياسية والشعور بالعجز السياسي.

وأشار (Nicols) [74] إلى أن الأشخاص من ذوي المستويات التعليمية الأعلى ترتفع لديهم مستويات الكفاءة السياسية الجمعية وإدراكهم بأن العمل الجماعي من شأنه تطوير المجتمع، وباستجابة المؤسسات السياسية لاحتياجات المواطنين في حالة المطالبات الجماعية.

وبذلك يتم قبول الفرض الثالث جزئيًا؛ حيث اتضح عدم وجود تأثير لمتغيرات النوع والسن والمستوى الاقتصادي الاجتماعي في الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، بينما اتضح وجود تأثير لمتغير المستوى التعليمي.

الفرض الخامس:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري ومشاركتهم السياسية.

جدول رقم (16)

العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري ومشاركتهم السياسية

الكفاءة السياسية الجمعية / المشاركة السياسية	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
	0.631	0.000

يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري ومشاركتهم السياسية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون 0.631 عند مستوى معنوية 0.000 وبالتالي يتضح ثبوت صحة الفرض الرابع بوجود علاقة

ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري ومشاركتهم السياسية .

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية تعبئة التأييد (The Mobilization of Support Theory) [75] وتفترض هذه النظرية أن هناك علاقة تبادلية بين الكفاءة السياسية والمشاركة السياسية؛ حيث إن قيام الفرد بالمشاركة أو التصويت في انتخابات يزيد من إحساسه بأهمية دوره في الحياة السياسية، وأن كل صوت له تأثير، مما يشجعه على المشاركة المستقبلية.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء فرضية جامسون (Gamson Hypothesis) [76] بأن الأشخاص الذين ترتفع لديهم مستويات الكفاءة السياسية وإدراكهم لقدرتهم على فهم الأمور السياسية، وإدراكهم لاستجابة النظام السياسي لمطالبهم، هم الأكثر مشاركة سياسيًّا.

وهذا يدعم فكرة المواطن النشط الذي يتحمل مسئولياته السياسية، فإذا رأى الفرد نتائج إيجابية لمشاركته فإن ذلك يعمل على تدعيم كفاءته السياسية، وهو ما يحفزه على المشاركة مرة أخرى، وبالتالي فإن هناك تأثيرات متبادلة بين الكفاءة السياسية والمشاركة السياسية.

وهو ما يتماشى أيضًا مع فرضية نظرية السلوك المخطط (Theory of planned behavior) [77] والتي تربط بشكل مباشر معتقدات الأشخاص بسلوكياتهم، حيث تربط هذه النظرية بين الكفاءة الذاتية للأفراد واعتقادهم بقدرتهم على تحقيق أهدافهم والسلوكيات الناتجة عن هذا الاعتقاد، كما تربط هذه النظرية بين السلوك ومعتقدات الأشخاص حول وجود عوامل قد تسهل أو تعوق هذا الأداء.

وبذلك فعند وجود مستويات مرتفعة من الكفاءة السياسية لدى الجمهور واعتقادهم بقدرتهم على تغيير الأوضاع، وكذلك اعتقادهم باستجابة المؤسسات السياسية لمطالبهم فإن ذلك يدعم لديهم سلوك المشاركة السياسية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Kim) [78] والتي توصل فيها إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستويات الكفاءة السياسية الجمعية والمشاركة السياسية للمبحوثين.

كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Chan)[79] والتي أشارت إلى أنه كلما زاد العجز السياسي لدى المبحوثين؛ كلما فضلوا الانسحاب من الحياة السياسية، وبالعكس كلما زاد الشعور بالكفاءة السياسية لدى الأفراد، وأن لهم دورًا في إحداث تغييرات في الواقع السياسي، كلما زاد الاتجاه الإيجابي نحو المشاركة السياسية.

وهو ما توصل إليه أيضًا (Rojas)[80] بأن الأشخاص من ذوي الكفاءة السياسية المرتفعة يكون لديهم استعداد أكبر للاهتمام والمشاركة السياسية , وأعطى مثالًا على ذلك باحتمالية الإدلاء بأصواتهم في الانتخابات، والتواصل مع ممثلي الحكومة لمناقشة السياسات العامة للدولة.

وأيد هذه النتيجة (Kahne)[81] بوجود علاقة طردية بين الكفاءة السياسية للمبحوثين والمشاركة في الانتخابات والأنشطة السياسية المختلفة.

كما توصل (Tian)[82] إلى أن الكفاءة السياسية تتوسط العلاقة بين استخدام الإنترنت والمشاركة السياسية للمبحوثين، وأنها أحد المتغيرات لإحداث هذه المشاركة.

وأكد (Catelejin) [83] في دراسته أن الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين ترفع مستويات المشاركة السياسية؛ لشعور المبحوثين بوجود حافز مشترك بينهم لتحقيق أهدافهم السياسية، وإحساسهم بأهمية الضغوط الجماعية للوصول لأهدافهم المشتركة.

خلاصة الدراسة :

يتضح من العرض السابق أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد أحد أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب المصري للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية، حيث إنها تسمح للمستخدمين بالتعبير عن آرائهم بحرية وتبادلها مع الآخرين، كما أنها تتيح لهم فرصة النقاش السياسي مع الآخرين حول مختلف القضايا والموضوعات.

كما تعتبر الكفاءة السياسية من الموضوعات الهامة نظرًا للدور الذي تقوم به في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات السياسية للجمهور، وبوصفها مؤشرًا رئيسًا لمستويات مشاركتهم السياسية.

ومن هنا فقد تحددت مشكلة الدراسة في رصد العلاقة بين التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، والوقوف على العوامل التي تؤثر في هذه العلاقة، ودراسة العلاقة بين الكفاءة السياسية الجمعية والمشاركة السياسية، وذلك بالتطبيق على نظرية الدائرة الفاضلة.

واستُخدم منهج المسح بالعينة، حيث تم إجراء استبيان بالمقابلة مع 400 مبحوث من الشباب المصري تتراوح أعمارهم بين (18-35 سنة).

وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تحقق معدلات الكفاءة السياسية الجمعية للشباب بشكل متوسط، وهو ما أرجعته الباحثة إلى تعدد مصادر المعلومات المتاحة أمام الشباب، وتفعيل العديد من المبادرات والمؤتمرات الشبابية؛ مما عزز شعور الشباب بقدرتهم على فهم الأمور السياسية والتأثير في العملية السياسية، وأن آراءه واقتراحاته لها صدى لدى المسئولين بما يؤثر في مفردات البيئة السياسية.

كما اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين حجم التعرض للمحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي، والكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، وهو ما تم تفسيره في ضوء نظرية الدائرة الفاضلة، والتي تؤكد التأثير

الإيجابي الذي تقوم به وسائل الإعلام في زيادة الكفاءة السياسية وتدعيم شعور المواطنين بقدرتهم على فهم مجريات الأمور السياسية، وثقتهم في قدرتهم التأثيرية على المشاركة في صنع القرار السياسي.

وعكست النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري وكفاءتهم السياسية الداخلية والخارجية، حيث إن اتساع دائرة المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي تدعم الاعتقاد بقدرة الجماعة على التصرف بفعالية أكبر، كما تزداد قناعتهم بأن العمل المشترك يعمل على تحسين الأوضاع السياسية وإدراكهم لاستجابة المؤسسات السياسية فيما يخص ضغط الجماعة للتغيير.

وكذلك أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري واهتمامهم السياسي، وفسرت الباحثة هذه النتيجة في ضوء نظرية الدائرة الفاضلة، حيث إن الأشخاص من ذوي الاهتمام السياسي المرتفع يسعون بشكل أكبر للحصول على المعلومات السياسية ومناقشتها مع الآخرين، مما يدعم إحساسهم بقدرتهم على فهم الأمور السياسية واعتقادهم بأن لديهم أفكارًا تساعد في حل المشكلات القائمة وقدرتهم على اتخاذ القرارات المناسبة.

وأكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الثقة السياسية للمبحوثين وكفاءتهم السياسة الجمعية، وهو ما فسرته الباحثة في ضوء نظريتي السلوك المخطط والتوقع/ القيمة، حيث إن التقييمات الإيجابية للنظام السياسي من جانب الجمهور وثقتهم في المسئولين تحفز الجمهور للقيام بدور فاعل لتغيير الأوضاع السياسية، كما تعزز إدراكهم بأن الضغوط الشعبية قادرة على تغيير القرارات السياسية .

وبينت النتائج أن التواصل مع المسئولين والسياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يدعم الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين، حيث إن هذا التواصل مع المسئولين يدعم شعور الجمهور بأهمية رأيه في العملية السياسية ويشعره بقدرته على التنبؤ بالقرارات السياسية وباستجابة المسئولين لمطالبه؛ بما يعزز كفاءته السياسية.

وتوصلت النتائج أيضًا إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين والنقاش السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما فسرته الباحثة في ضوء نظرية البنية التحتية للاتصالات، حيث توضح هذه النظرية أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر للمستخدمين بيئة تشاركية تمكنهم من عرض آرائهم السياسية وتبادلها مع الآخرين، والتعرض لوجهات نظر مختلفة؛ بما يعزز إدراك المستخدمين لقدرتهم على اتخاذ إجراءات جماعية لحل المشكلات السياسية والتأثير في القرارات السياسية.

كما اتضح انتفاء متغيري النوع والفئة العمرية كعوامل مؤثرة في الكفاءة السياسية الجمعية للشباب المصري، بينما اتضح وجود فروق دالة إحصائيًّا بين

المبحوثين في كفاءتهم السياسية الجمعية حسب المستويات التعليمية، حيث تحققت الكفاءة السياسية الجمعية بشكل أكبر لدى المبحوثين من ذوي المستويات التعليمية الأعلى. ويمكن إرجاع هذه النتيجة لاتسام هذه الفئات بمستويات عالية من تقدير الذات، كما يزداد لديهم الشعور بقدرتهم على فهم مجريات الأوضاع السياسية والتعامل معها، ويثقون بقدرتهم على القيام معًا بدور فاعل للتأثير في مخرجات الحياة السياسية.

وكذلك اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين الكفاءة السياسية الجمعية للمبحوثين ومشاركتهم السياسية، حيث إن هناك علاقة تبادلية بين الكفاءة السياسية والمشاركة السياسية، فإدراك الجمهور بأهمية دوره في إحداث تغييرات في الواقع السياسي، وكذلك باستجابة المؤسسات السياسية لمطالبه؛ تدعم لديه الاتجاه الإيجابي نحو المشاركة السياسية.

مقترحات الدراسة:

- تفعيل الصفحات الرسمية لوزارات الشباب والرياضة والثقافة والتعليم العالي والهيئة الوطنية للإعلام على مواقع التواصل الاجتماعي، وتخصيص خدمة لتقديم المعلومات السياسية للشباب، ودعم انتماءهم، والرد على استفساراتهم والتواصل معهم.

- قيام الهيئة الوطنية للإعلام بتحليل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وما ينشره الشباب في هذه المواقع؛ لقياس رأيهم تجاه القضايا السياسية المختلفة، وتصميم الرسائل الإعلامية التي تناسبهم.

- التعاون بين وزارات الشباب والرياضة والثقافة والتعليم العالي والهيئة الوطنية للإعلام لتنظيم دورات وندوات تثقيفية للشباب، وعقد لقاءات دورية معهم لاستطلاع آرائهم ومقترحاتهم بشأن مختلف القضايا.

ما تثيره الدراسة من بحوث مستقبلية:

- تطبيق نظرية الدائرة الفاضلة على موضوعات سياسية جديدة؛ مثل المشاركة السياسية.

- دراسة العلاقة بين الكفاءة السياسية ومتغيرات مختلفة لم تتطرق إليها الدراسة، مثل مستوى تقدير الذات والسمات النفسية للمبحوثين.

- دراسة العلاقة بين الكفاءة السياسية للجمهور وشرعية النظام السياسي لديه.

هوامش الدراسة :

(1) Holli Semetko, "Media use and Political engagement in three new democracies", **The International Journal of press** (Vol. 17, No.4, 2012) p.407-432.

(2) Adam Shehata, "Pathways to politics: How media system characteristics can influence socioeconomic gaps in political participation", **The International Journal of Press** (Vol. 15, No. 3, 2010), pp.295-318.

(3) Laurent Guggenheim, "Non traditional News Negativity: The relationship between entertaining political news use to political cynicism and mistrust", **International Journal of Public Opinion Research** (Vol. 23, No.3, 2011) pp.287-314.

(4) Mariano Torcal, "Revisiting the dark side of political deliberation: the effect of media and political discussion on political interest", **Public Opinion Quarterly** (Vol. 78, No.3, 2014) pp.679-706.

(5) Susanna Dilliplane, "All the news you want to hear: The impact of partisan news exposure to political participation", **Public Opinion Quarterly** (vol. 75, No. 2, 2011) pp. 287-316.

(6) Adam Shehata, "Game Frame, Issue Frame and Mobilization", **International Journal of Public Opinion Research** (Vol. 26, No. 2, 2014), pp. 157-177.

(7) Scott Ainsworth, "Experiments in political Efficacy", **paper presented to the presentation of the annual meeting of the Mid West Political Science Association** (Chicago, Illinois, April – 2003).

(8) Jakob Linaa, "Political participation online: The replacement and mobilization hypothesis revisited", **Scandavian Political Studies** (Vol., 36, Issue, 4, 2013) pp.347-364.

(9) Homero Gil, "Social media, political expression and political participation", **Journal of Communication** (Vol. 64, Issue. 4, 2014) pp.612-634.

(10) Cristina Vaccari, "Political expression and action on Social media", **Journal of Computer Mediated Communication** (Vol. 20, Issue 2, 2015) pp. 221-239.

(11) Leiticia Bode, "A new space for political behavior. Political Social networking and its democratic consequences", **Journal of Computer Mediated Communication** (Vol., 19, Issue. 3, 2014) pp.414-429.

(12) John Castil, "Of attitudes and engagement: clarifying the reciprocal relationship between civic attitudes and political participation", **Journal of Communication** (Vol., 60, Issue. 2,2010) pp.318-343.

(13) شيماء ذو الفقار، **"الاتصال السياسي، قضايا وتطبيقات"** ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2015) ص 251.

(14) Josphine Schmitt, "How thinking about media can support democracy", **paper presented at the annual meeting of the**

international communication Association (Sau Juan, Puerto Rico, 21 May, 2015).

(15) Frank Reichert, "How internal political efficacy translates political knowledge into political participation", **Europe's Journal Of Psychology** (Vol. 12, No. 2, 2016) pp. 221-241.

(16) Seong Min, "Online VS Face to face Deliberation: Effects on civic engagement", **Journal of Computer-Mediated Communication** (Vol. 12, Issue. 4, 2007), pp.1369-1387.

(17) Tongoon Kim, "The influence of Social networking sites on political behavior", **Journal of Broadcasting and Electronic Media** (Vol. 60, No.1, 2016) , pp.23-39.

(18) Michael Chan, "the role of political efficacy on the relationship between face book use and participatory behavior", **Cyber psychology, Behavior and Social Networking** (Vol. 16, No. 6, 2013), pp.460-464.

(19) Sanne Kruikmeier, "News Media use and political engagement among adolescents: An analysis of virtuous circle using panel data", **Political Communication**, (Vol. 34, Issue, 2, 2017) pp.221-242**.**

(20) Daniela Dimitrova, "The effect of digital media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns", **Communication Research** (Vol. 41, No. 1, 2014), pp.95-118.

(21) Judith Moeller, "The differential role of the media as an agent of political socialization in Europe", **European Journal of Communication** (Vol. 28, No.3, 2013), pp.309-325.

(22) Adam Shehta, "Reinforcing spirals in online and traditional news consumption: Testing key assumptions of virtuous circle theory", **paper presented to the 65th annual conference of the International Communication Association** (San Juan, Puerto Rico, 21-25 May 2015).

(23) Jesper Stromback, "A question of time? A longitudinal Analysis of the relationship between news media consumption and political trust", **The International Journal of press** (Vol. 21, No. 1, 2016), pp.88-110.

(24) James Curran, "Re considering virtuous circle and media malaise theories of media", **Journalism: Theory, Practice And Criticism** (Vol. 15, No.7, 2014), pp.815-833.

(25) Yiorios Nardis, "News, Trust in the European parliament and election voting", **The International Journal of press** (Vol. 20, No.1, 2015), pp. 45-66.

(26) Francis Lee, "Social |media use and university Students' participation in a large scale protest Campaign", **Telematics and Informatics** (Vol.34, No.2, 2017), pp.457-469.

(27) Kim Andersen, “How news type matters: Indirect effects of media use on political participation through knowledge and efficacy”, **Journal of Media Psychology** (Vol. 28, Issue. 3, 2016), pp.111-122.
(28) Rasmus Pedersen, “The game frame and Political efficacy”, **European Journal of Communication** (Vol. 27, No.3, 2012), pp.225-240.
(29) شيماء ذو الفقار ، "الاتصال السياسي قضايا وتطبيقات : الاتصال والكفاءة السياسية"، **مرجع سابق**، ص ص 247-305.
(30) Chang Park, “Pathways to expressive and collective participation: usage patterns, political efficacy and political participation in Social networking sites”, **Journal of Broadcasting and Electronic Media** (Vol. 59, No.4, 2015), pp.698-718.
(31) Andrea Kavanaugh, “Media use during conflicts: Information Seeking and Political efficacy during Mexican Elections”, **Government Information Quarterly** (Vol. 33, Issue. 3, 2016), pp.595-602
(32) Robert La Rose, “Youth Collective activism through social media: the role of collective efficacy”, **New Media and Society** (Vol. 17, No.6, 2015), pp899-918.
(33) Thomas Johnson, “putting out fire with Gasoline: Testing the Gamson hypothesis on media reliance and political activity”, **Journal of Broadcasting and Electronic Media** (Vol.57, Issue. 4, 2013), pp.456-481.
(34) Fumiko Sasaki, “Online political efficacy as a reliable survey measure of political empowerment when using the Internet”, **Policy And Internet** (Vol. 8, Issue. 2,2016), pp.197-214.

(*) عرضت الباحثة استمارة الاستبيان على المحكمين التالي أسماؤهم وفقًا للحروف الأبجدية:

- أ.د. دينا أبو زيد – أستاذ بكلية الآداب – قسم علوم الاتصال والإعلام – جامعة عين شمس.
- د. سلوى سليمان – أستاذ مساعد بكلية الآداب – قسم علوم الاتصال والإعلام – جامعة عين شمس.
- أ.د. عادل عبد الغفار - أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
- أ.د. محمد معوض - أستاذ الإعلام – معهد الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.
- أ.د. هويدا مصطفى – أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(35) Marshal Erwin, “Does the Internet reinforce America’s partisan Divide, **Master Thesis**” (USA: Georgetown University, School of Arts, 2010).
(36) E, Kim “Political and non-political bloggers in the US presidential elections, **Ph D Thesis** (USA: Indiana University, 2006).
(37) آمال طه ، "علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية المصرية" ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد الثاني والأربعون، أكتوبر- ديسمبر 2012)، ص ص 1-66.

(38) عماد جابر، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية "، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد الخمسون ، يناير- مارس 2015)، ص ص 153-203.

(39) داليا إبراهيم، "التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، العدد التاسع والأربعون، أكتوبر- ديسمبر 2014 ، ص ص 389-430.

(40) آمال طه ، "علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية المصرية" ، **مرجع سابق** ، ص ص 1-66.

(41) عماد جابر، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية "، **مرجع سابق**، ص ص 153-203.

(42) Ori Harel, "Resources political efficacy and political performance, **Master Thesis**" (Netherlands, Leiden University, 2013).

(43) منى مصطفى ، "دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي"، **"المجلة المصرية لبحوث الإعلام"** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام – العدد التاسع والأربعون – أكتوبر/ديسمبر 2014)، ص ص213-311.

(44) James Avery, "The influence of News media on Political Trust", **International Journal of Press/Politics** (Vol. 14, No.4, 2009), pp.410-429.

(45) James Curran, "Reconsidering Virtuous Circle and Media Malaise Theories of Media", **Op.Cit.**, pp.815-833.

(46) Jakob Jensen, "Political participation Online: the replacement and mobilization hypotheses revisited", **Scandinavia Political Studies** (Vol. 36, No.4, 2013), pp.347-363.

(47) C, Devreese, "The differential role of the media as an agent of political Socialization in Europe", **European Journal of Communication** (Vol. 28, No.3, 2013), pp.309-325.

(48) T,Beng, "Cohort trends in perceived internet influence on political efficiacy in Hongkong", **Cyber psychology and Behavior** (vol. 11, No.1, 2008), pp.75-80.

(49) B, Zeinter, "Internet use and civic engagement", **Public Opinion Quaterly** (Vol. 67, No.3, 2003) pp.311-334.

(50) T, Johnson, "The boost or bust for democracy: how the web influenced political attitudes and behaviors in presidential elections", **Harvard International Journal of Press** (Vol. 8, No.3, 2003), pp.9-34.

(51) Robert Larose, "Social media for Social Change: Social Media for Political efficacy and activism in student activist groups**", Journal of Broadcasting and Electronic Media** (Vol. 59, Issue. 3, 2015), pp.456-474.

(52) Alcides perilla, "social Media and Collective activism: The role of interdependence and online political efficacy, **PhD Thesis**" (USA: Michigan State University, 2012).

(53) S. Brunsting, "Social movement participation in the digital age", **Small Group Research** (vol. 33, No.5, 2002), pp.525-554.

(54) C, Gibson, "The efficacy advantage: Factors related to the formation of group efficacy", **Journal of Applied Social Psychology** (Vol. 33, No. 10, 2003), pp.2153-2168.
(55) Timothy Macafee, "Social media politics: The interplay between news, networks, attitudes and engagement, **PhD Thesis**" (**USA**: University of Wisconsin Madison, 2014).
(56) Kyungmee Park, "Media use preference: The mediating role of communication on political engagement", **Journal of Pacific RIM Psychology** (Vol. 9, Issue. 2, 2015), pp.97-107.
(57) Christopher Armitage, **"Planned behavior: The relationship between human thought and action"** (USA: Transaction publishers, 2004), p.5.
(58) Petri Harbert, **"Motivation: Theory, Research and Application"** (USA: Wadsworth, 6th ed, 2013), p.243.
(59) Byung Man, "Democracy, Trust and political efficacy", **Applied Psychology** (Vol.51, Issue. 2, 2002), pp.318-353.
(60) Mary Anderson, "Community Psychology, Political efficacy and Trust", **Political Psychology** (Vol.31, No.1, 2010), pp.59-81.
(61) هبة شاهين، "دور وسائل الإعلام في تهيئة الجمهور المصري نحو الثقة في الحكومة، **ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي السادس عشر بعنوان الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين** (القاهرة : جامعة القاهرة – كلية الإعلام، 13- 15 يوليو 2010).
(62) Thomas Johnson, "How reliance on Social media influence confidence in the government and news media", **Social Science Computer Review** (Vol. 33, No.2, 2015), pp.127-144.
(63) Homero Zuniga, "Expressive versus consumptive blog use", **International Journal of Communication** (Vol. 7, 2013), pp.1538-1559.
(64) Sietman Rebecca, "Framing the 2004 presidential election: The role of media, political discussion and opinion leaders, **PhD Thesis**" (USA: Ohio State University, 2005).
(65) K, Lee "Effects of Internet use on college Students' political efficacy", **Cyber Psychology and Behavior** (Vol. 9, No.4, 2006), pp.415-422.
(66) Louis Comfort, "Communication, coherence and collective action", **Public Works Management and Policy** (vol. 10, No.4, 2006) pp.328-343.
(67) Seong Min, "online VS Face to face deliberation: effects on Civic engagement", **Journal Of Computer Mediated Communication** (vol. 12, Issue. 4, 2007), pp.1369-1387.
(68) Kaan Varnali, "A Social influence perspective on expressive political participation in Twitter", **Information Communication and Society** (Vol. 18, Issue. 1, 2015), pp.1-16.
(69) Andrew Smock, "Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach two unbundling Feature use", **Computers in Human Behavior** (Vol. 27, Issue. 6, 2011), pp.2322-2329.

(70) Lindsay Hoffman, "The role Communication in public opinion process", **International Journal of Public Opinion Research** (Vol. 19, Issue. 3, 2007), pp.287-312.
(71) James Curran, "Reconsidering virtuous circle and media malaise", **Op. Cit.**, 81-833.
(72) Brian Krueger, "A Comparison of Conventional and Internet political Mobilization", **American Politics Research** (Vol. 34, No.6, 2006), pp.759-766.
(73) Bryan Rookey, "The politics of news media, space and race", **New Media and Society** (Vol. 15, No.4, 2013),pp.519-540.
(74) Juan Nicolas, "Determinants and structural relation of personal efficacy to Collective efficacy", **Applied Psychology** (Vol. 51, No.1, 2002), pp.107-125.
(75) Michael Freeden, **"The Political Theory Of Political Thinking"** (UK: oxford University Press, 1st ed., 2013), p.168.
(76) J, Talor, "**Extreme Media and American Politics**" (USA: Palgrave Macmillan, 2017), p.108.
(77) Kurt Neuwirth, "Peer and Social Influence on Opinion Expression", **Communication Research** (Vol. 31, No.6, 2004), pp.669-703.
(78) Byoung Kim, "Political efficacy, Community Collective efficacy, trust and extroversion in the information society", **Government Information Quarterly** (Vol. 32, Issue. 1, 2015), pp.43-51.
(79) Michael Chan, "Exploring the contingent effects of party identification and political efficacy on internet news use and its impact on political and civic participation", **paper presented to the annual meeting of the international Communication association** (USA: Arizona, 24 May 2012).
(80) Hernado Rojas, "Mobilizers Mobilized: Information, expression, mobilization and participation in the digital age", **Journal of computer Mediated Communication** (Vol. 14, Issue. 4, 2009), pp.902-927.
(81) Joseph Kahne, "The limits of political efficacy: educating citizens for a democratic Society", **Political Science and Politics** (Vol.39, Issue.2, 2006), pp.2890296.
(82) Yan Tian, "Communication behaviors as mediators", **Journal of Communication Quarterly** (Vol. 59, issue. 3, 2011), pp.380-394.
(83) Daleen Castelejin, "News insights in collective participation", **South African Journal of Occupational Therapy** (Vol. 44, No. 1, 2014), pp.81-87.