

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية والتصويت بانتخابات مجلس النواب .2015

د/ أحمد السمان(*)

مقدمة

صاحب انتشار أدوات الاتصال الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"تويتر" و"يوتيوب" ادعاءات أنها زادت من مشاركة الشباب في التصويت في الانتخابات، مثل تلك التي جرت في الولايات المتحدة عام 2008 (Hesseldahl, MacMillan,) (2009; Smith 2008; & Kharif)، حيث سهلت تبادل وخلق المحتوى السياسي على شبكة الانترنت وتوسيع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في تبادل أخبار الحملة الانتخابية مع آخرين وخلق محتوى سياسي والتعبير عن تأييدهم لمرشحين بعينهم ومناقشة مجريات الانتخابات. وفسر (Vitak, J. & Lampe C., 2011:208) ذلك بقدره المستخدمين على الحصول على معرفة سياسية أكثر، واهتمام سياسي أكبر، ورفع الفاعلية السياسية الذاتية، مضيفاً أن استخدام "فيسبوك" أدى لزيادة معدلات المشاركة السياسية.

في المقابل ربط (Baumgartner and Morris 2010) بين وسائل الاتصال الاجتماعي من جهة، وعدم وجود نتائج سياسية ايجابية، وعدم الرضا السياسي والإحباط وعدم المشاركة من جهة أخرى، وفسر ذلك بضعف المحتوى السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت دراسات (Bennett & Rademacher,) (1997; Crotty & Jacobson, 1980; Delli Carpini, 2000) الى ارتفاع مستوى عدم مشاركة المواطنين في الانتخابات في الدول الغربية، مثيرين مخاوف من انتشار وباء عدم المشاركة السياسية خاصة بين الشباب الذين يتناقص اهتمامهم بالشئون العامة مع مرور الأجيال، ويصبحون اقل معرفة وتنخفض احتمالية مشاركتهم في التصويت مقارنة بالمجموعات السنية الأكبر.

أما في مصر فقد تم، بدون دليل واضح، اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي مفجرة انتفاضة 2011، والتي أدت إلى عزل الرئيس الأسبق حسني مبارك، وأكدت

(*)مدرس بكلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

دراسة (جيهان سيد احمد 2014: 368) المكانة الكبيرة التي يحتلها "فيسبوك" واستخدامه السياسي الواسع من قبل الجمهور منذ ثورة الخامس والعشرين من يناير لرؤيتهم له على انه وسيلة تتحرر من القيود المفروضة على وسائل الإعلام المؤسسية، إلى جانب مشاركة الكثير من متصفح "فيسبوك" بالأخبار والتقارير الإعلامية. غير أن (إيمان محمد 2014: 210) رأت أن هذه المكانة لم تؤد إلى مزيد من الحوار المجتمعي البناء وتحقيق التعاون والتفاهم المشترك، بل على العكس، صاحبها انتشار حالة من الشك والانقسام والتعصب السياسي غير المسبوق. وهو ما يلقي الضوء على تحذيرات (C. S. White, 1997) من خطورة المناقشات السياسية على شبكة الانترنت، حيث يقضي المستخدمون أوقاتهم في الانتقاد ومهاجمة بعضهم البعض، دون أن يخرطوا فعليا في مناقشات عقلانية حول أغلب الموضوعات السياسية التي يتم التطرق إليها، ودون أن ينعكس ذلك في المشاركة في العملية السياسية.

وشهدت الانتخابات البرلمانية في مصر، التي أعلنت نتائجها النهائية في أوائل 2016، شهدت انخفاضا في مشاركة الشباب، ففي تقرير عن الانتخابات ذكرت (الجمعية المصرية لدعم التطور الديمقراطي 2015) على موقعها على شبكة الانترنت أن "اللافت للنظر هو تدني نسب مشاركة الشباب في عملية التصويت، إذ ما قورنت بنسب مشاركة الفئات الأخرى، وبدا أن هناك حالة من العزوف من قبل قطاعات كبيرة من الشباب عن المشاركة في الانتخابات". يأتي هذا بالرغم مما نص عليه دستور 2014 في مادته 244 بـ "تمثيل الشباب تمثيلاً ملائماً في مجلس النواب"، وهو ما ترجمه قانون الانتخابات الصادر في 5 يونيو 2014 الذي نص على تخصيص عدد 16 مقعداً للشباب في القوائم الانتخابية، بالإضافة إلى ما أسفرت عنه نتائج الانتخابات. أفرزت المرحلة الأولى فوز 12 شابا في النظام الفردي تقل أعمارهم عن 35 عاما. ووفقا لموقعي اللجنة العليا للانتخابات والهيئة العامة للاستعلامات على شبكة الانترنت، فقد شارك 15 مليونا و206 آلاف وعشرة من إجمالي 53 مليونا و786 ألفا و762 ناخبا بنسبة 28% تقريبا، فيما كانت نسبة المشاركة في الانتخابات البرلمانية السابقة مباشرة، عام 2012، نحو 65% حيث قام بالتصويت نحو 32.2 مليون مواطن من إجمالي 49.2 مليون مواطن لهم حق التصويت.

الإطار النظري:

تستند هذه الدراسة إلى مدخل الاستخدامات والإشباع، ومدخل الاعتماد علي وسائل الإعلام:

1- مدخل الاستخدامات والإشباع:

يُبنى على فرضية أن جمهور وسائل الإعلام نشط، ويسعى إلى تحقيق أهداف أو إشباع رغبات من خلال تعرضه لما تبثه وسائل الإعلام المختلفة. فالمدخل يهتم باستخدام وسائل الإعلام وتعرض فئات مختلفة لها، وفهم الأسباب الكامنة وراء هذا التعرض، ومحاولة الربط بين تلك الأسباب والاستخدام، وتصنيفه من حيث شدته وكثافته (محمد عبد الحميد 2000: 271)، ويؤكد (Palmgeen, Wenner & Rosengren 1985: 11) أن الجمهور ليس متلقي سلبي لوسائل الإعلام. وبحسب (فرج الكامل 2001: 88) فإن الجمهور يقوم بتحديد نوع المضمون الاتصالي الذي يتعرض له بناء على توقعه بأن ذلك المضمون سوف يشبع ما لديه من احتياجات شخصية.

ويستند مدخل الاستخدامات والإشباع على الافتراضات الآتية (زكريا إبراهيم الدسوقي 2005: 45):-

1. ان جمهور وسائل الاتصال نشط ايجابي يختار وينتقي من وسائل الاتصال ورسائلها ما يتفق مع اهتماماته وما يفضله، ويتميز نشاطه بالتفاعلية عبر إسقاط المعاني على ما يتلقاه من رموز اتصالية.
2. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة والفروق الفردية التي تحدد اختيار الوسيلة الإعلامية.

أما عن دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، فهي تتمثل في العادة والترفيه والاسترخاء، وقضاء وقت الفراغ، والتعلم، والهروب والبحث عن رفيق (محمد حسن إسماعيل 2003: 255)، بينما حدد (Katz, Gurevitch & Hass 1973: 164-) (184) حاجات الأفراد في خمس فئات، وهي الحاجات المعرفية، الحاجات التأثيرية أو العاطفية، تحقيق الاندماج الذاتي، الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي وتخفيف التوتر.

وأوضح (حسن عماد مكاوي، وليلي حسين 1998: 241) أن الأهداف الرئيسية لمدخل الاستخدامات والإشباع تتمثل في التأكيد على نتائج استخدام الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وأخيرا معرفة دوافع التعرض لوسيلة أو وسائل إعلامية معينة.

2- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency):-

أحد المداخل التي تتناول علاقة الجمهور واعتمادهم على وسائل الإعلام بما يساعد على فهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك. كما يساعد المدخل على معرفة كيفية ودوافع التماس الجمهور لمعلومات بعينها وتجنبه المقصود لمعلومات أخرى، ومن ثم معرفة كيفية اهتمام الجمهور بمعلومات معينه واستخدام الوسائل المناسبة لذلك. ويتبنى مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام مجموعة من الافتراضات رصدت (أمل جابر 1996: 26-37) منها:-

- يختلف النظام الاجتماعي من حيث درجة استقراره بين مستقر وراسخ وأحياناً ضعيف، وهو معرض للتغيرات المستمرة، وكلما زادت حدة عدم استقرار المجتمع زادت الحاجة إلى المعلومات، ويزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في أوقات التغيير التي يسود فيها الشك وأوقات الأزمات والصراع والتغيير السياسي والاجتماعي.
 - هناك علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام والنظام السياسي وقد ينجم عن هذه العلاقة تدعيم الشعور بالمواطنة والانتماء والحرص على المشاركة السياسية في حالات، والعكس في أخرى.
 - تزداد أهمية النظام الإعلامي لدى الجمهور واعتماده عليه كلما زادت قدرته على إشباع احتياجاته، وفي حال وجود مصادر معلومات بديلة يقل اعتماد الجمهور على نظمه الإعلامية.
 - يختلف الجمهور من حيث درجة اعتماده على وسائل الإعلام
 - هناك علاقة بين مستوى الاعتماد ومستوى التأثير وتتنوع هذه التأثيرات ما بين المعرفية والوجدانية والسلوكية
- وكما أوضح ديفلير وبول روكيتش فالتأثيرات التي تنتج من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام تتلخص في الآتي (محمد عبد الحميد 2000: 232-238):

1. تأثيرات معرفية: Cognitive effects: منها تجاوز مشكلة الغموض الناتج عن تناقض المعلومات أو نقصها أو عدم كفايتها، لفهم الأحداث أو تحديد التفسيرات

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، والتأثيرات المعرفية توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات وتحديد وترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها.

2. التأثيرات الوجدانية Affective Effects: مثل مشاعر الحب والكراهية بما يؤثر على اتجاه الجمهور الذي تستهدفه هذه الرسائل، ومن أمثلة هذه التأثيرات الفئور العاطفي والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية، والكره والرفض والتأييد.

3. التأثيرات السلوكية Behavioral effects: تستهدف السلوك الذي يتبناه الجمهور، والتأثيرات السلوكية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية

واعتبر الباحث أن مدخل الاستخدامات والإشباعات هو انسب المداخل لهذه الدراسة الوظيفية، حيث تختبر الدراسة الحالية فروض المدخل المتمثلة في معرفة مدى العلاقة بين استخدامات الشباب لوسائل الاتصال التقليدية والاجتماعية والإشباعات المتحققة من كل منها، تطبيقا لما ما أورده (حسن عماد مكاوي، وليلي حسين 1998: 241) بأن الأهداف الرئيسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات تتمثل في "التأكيد على نتائج استخدام الوسائل الإعلامية"، وهي في هذه الحالة التصويت أو الامتناع عن التصويت في انتخابات مجلس النواب.

كما يستكمل مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام الإطار النظري لهذه الدراسة بتركيزه على الآثار السلوكية الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يتعلق بالمشاركة السياسية والتصويت في الانتخابات أو الامتناع عن المشاركة فيها.

مشكلة الدراسة:

تعتبر انتخابات مجلس النواب ومشاركة الشباب فيها دراسة حالة مثالية لأنها حدث تم تناوله بشكل كبير في وسائل الإعلام، وجاء بعد ظاهرة لافتة للنظر وهي ارتفاع مشاركة الشباب في الانتخابات منذ عام 2011، مقارنة بكل الانتخابات التي جرت حتى عام 2010، ثم انخفاض مشاركة الشباب في انتخابات مجلس النواب 2015، والتي أرجعها البعض إلى شبكات التواصل الاجتماعي؛ وبالنظر إلى أن تأثير وسائل الاتصال الاجتماعي، السلبي أو الإيجابي، على المشاركة في الانتخابات بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية يظل غير واضح، وبالنظر إلى أن العملية الانتخابية تمثل جوهر المشاركة السياسية والآلية الأهم في بناء وتشكيل السلطة

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

السياسية عبر الإرادة الحرة للناخبين، فان مشكلة الدراسة تتمثل في " رصد وتحليل أنماط ومصادر التماس الشباب الجامعي المصري للمعلومات حول انتخابات مجلس النواب 2015، والمقارنة بين مدى الاعتماد على مصادر الإعلام التقليدية ووسائل الاتصال الاجتماعي واستخدامهما من أجل الحصول على معلومات عن الانتخاب وترجمة ذلك إلى سلوك يتمثل في التصويت في انتخابات مجلس النواب 2015، أو الامتناع عنه، وارتباط ذلك بالمشاركة السياسية، والمقارنة في هذا الإطار بين الإناث والذكور. وذلك في ضوء فرضيات مدخلي الاستخدامات والإشباع، والاعتماد على وسائل الإعلام،".

أهمية الدراسة:

سوف تعزز نتائج هذه الدراسة فهم دور وسائل الاتصال الاجتماعي سياسيا، حيث ستوضح ما إذا قامت بدور في إدماج الشباب في العملية السياسية أم ساهمت في انعزاله عنها. بالإضافة إلى أهمية دراسة الارتباط بين استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي والتقليدي، من جهة، والنواحي السلوكية المتعلقة بالمشاركة الانتخابية والتصويت، من جهة أخرى، بالنظر إلى النقص في الدراسات العربية التي تتناول الارتباط بين المشاركة السياسية وبين استخدام وسائل اتصال محددة. كما تنبع أهمية الدراسة من اهتمامها بفئة الشباب الذين يمثلون حاضر مصر ومستقبلها وأكثر من نصف عدد سكانها، ويزيد من أهمية الدراسة ارتباطها بوسائل الإعلام الجديد التي ما زال اكتشاف تأثيراتها في حاجة إلى جهد بحثي بالنظر إلى قلة الدراسات العربية التي تناولت الدور السياسي لوسائل الإعلام الاجتماعية، كما ترجع أهمية الدراسة إلى ارتباطها بحدث سياسي مهم في مصر وهو انتخابات مجلس النواب الذي يمثل السلطة التشريعية. وعلى المستوى الأكاديمي تضيف الدراسة الحالية رصيذا معرفيا حول ظاهرة المشاركة السياسية ودور وسائل الاتصال الاجتماعي والتقليدي فيها.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيس وهو: الكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي المصري على وسائل الإعلام المختلفة من ناحية ومدى فعالية هذه الوسائل في دفع الشباب إلى المشاركة السياسية في انتخابات مجلس النواب 2015 وذلك من خلال فحص علاقة استخدام وسائل الاتصال بالمشاركة السياسية ويتفرع عن هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية، وهي:

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

- التعرف على طبيعة النشاط السياسي الذي يمارسه الشباب وحجم مشاركتهم في انتخابات مجلس النواب
- التعرف على مدى اعتماد الشباب على وسائل الإعلام المختلفة أثناء انتخابات البرلمان
- اختبار العلاقة بين استخدام وسائل الاتصال التقليدي والاجتماعية والتصويت في الانتخاب.
- اختبار وجود فروق بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية مقارنة بوسائل الاتصال الاجتماعي في المشاركة السياسية والتصويت في الانتخابات.
- تحديد الآثار السلوكية المترتبة على اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام أثناء فترة الانتخابات المتمثلة في التصويت أو الامتناع عنه.
- تحديد ما إذا كان هناك تأثير للنوع (ذكور/ إناث) على التصويت واستخدامات كل من الإعلام التقليدي والاجتماعي.

الدراسات السابقة:

تناولت دراسات عدة دور وسائل الاعلام التقليدية والحديثة سياسيا، كما تناولت تأثيرها فيما يتعلق بالوعي والمعرفة والمشاركة السياسية، بينما تطرقت دراسات اخرى الى المداخل النظرية التي تبناها الباحث في دراسته وهو ما دفع الباحث الى تقسيم الدراسات السابقة الى ثلاث محاور كما يلي:

المحور الأول: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، والمقارنة بينهما، فيما يتعلق بالمشاركة السياسية.

سعت مها مصطفى محمود مصطفى 2015 في دراستها إلى معرفة ارتباط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية عام 2014، ودور الموقع في زيادة وعي المستخدمين سياسيا، ومدى اعتمادهم على الموقع الحصول على معلومات تخص الانتخابات، وتوصلت إلى أن "فيسبوك" وسيط مثالي في زيادة الوعي والمعرفة السياسيين.

وأثبت (Masahiro & Matthew 2014) وجود علاقة سلبية محتملة بين استخدام شبكة الانترنت من جهة، والثقة السياسية، بما يزيد من اللامبالاة وانصراف

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

الجمهور عن المشاركة من جهة اخرى، مؤكدا أن الانخراط في أجواء استقطابية على شبكة الانترنت أو تلقي نقد يمكن أن يقود إلى حالة من الانصراف عن السياسة.

تناولت أميرة سمير طه 2014 في دراستها اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم في الانتخابات الرئاسية المصرية 2012، بهدف الكشف عن مدى دلالة الفروق بين مجموعة الشباب الجامعي المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي وتلك غير المعتمدة على هذه المواقع بالنسبة للمعرفة السياسية الخاصة بالانتخابات والاهتمام السياسي والفاعلية والثقة السياسية، وذلك على عينة بلغت 400 مبحوث، وتوصلت الدراسة الى عدم ارتباط العلاقة بين معدل التصويت في الانتخابات واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي طبقا لمتغيرات مستوى المعرفة أو الاهتمام أو الفاعلية أو الثقة السياسية، ووجدت أن ثلثي العينة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأخبار، وان أكثر من نصف العينة يمتلكون مستوى معرفة سياسية عامة مرتفع، وهو ما يعد تطورا لافتا، مقارنة بالعديد من الأبحاث السابقة، وأظهرت الدراسة اهتمام أكثر من نصف العينة بالسياسة بشكل كبير بدليل تصويت 80% من الشباب في الانتخابات الرئاسية، وهو ما يعد مؤشرا ايجابيا لمدى مشاركة الشباب في صناعة الحياة السياسية، الأمر الذي كان مفقدا في السنوات السابقة، بحسب الباحثة التي قالت إن ثورة 25 يناير دفعت الكثير من الشباب إلى الاهتمام بالموضوعات السياسية وقللت من حالة اللامبالاة.

تحددت المشكلة البحثية لدراسة إكرام محمود سيد عبد الرازق 2013 في رصد وتحليل العلاقة بين متابعة "المدونات السياسية" "ومجموعات "فيسبوك" "لحمليتي الانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية، من جهة والسلوك التصويتي من جهة اخرى، وتوصلت الدراسة إلى أن الأكثر تنظيما والأكثر طرحا للقضايا هو من حصل على أصوات أكثر، وأن الانتماء الحزبي كان احد العوامل في تأييد مرشح بعينه.

أشار (Pinkleton et al 2012) إلى ان تلقي معلومات سياسية غير مستهدفة من شأنه أن يكون له نتائج العكسية، وأن التعرض إلى محتوى سياسي معارض ربما يرتبط بعدم المشاركة السياسية. بينما حدد (Lilach Nir, 2011) مفهومين رئيسيين للاختلاف في المناقشات السياسية التي تتم داخل الشبكات الاجتماعية فأوضح أن الاختلاف كمعارضة (Opposition) يرتبط بتأثيرات سلبية على قرار التصويت أو عدم المشاركة في الانتخابات، أما الاختلاف كمنافسة (Competition) واشتباك

الحجج بين المتناقشين مع تنوع الآراء والحجج يؤدي إلى التشجيع على المشاركة والتصويت.

وأثبتت دراسة (Vitak, J. & Lampe C. 2011) التي تناولت دور "فيسبوك" في المشاركة في انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2008، قدرة "فيسبوك" على تحسين الفاعلية السياسية الذاتية وزيادة معدلات المشاركة السياسية جزئياً.

وأوضحت دراسة (Boroughs 2010) عن مواقع الشبكات الاجتماعية والتصويت إلى وجود علاقة ارتباطية دالية بين التعرض للمحتويات السياسية في مواقع الشبكات الاجتماعية واحتمالية التصويت. في المقابل أجرى (Budak 2010) دراسة أوضحت أن موقعي "فيسبوك" و"تويتر" كان لهما دور محدود في الانتخابات الرئاسية الأمريكية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية وهو ما يتفق مع دراسة (Hayes 2009) التي أجريت على 625 من طلاب الجامعة الذين أوضحوا تفضيلهم متابعة الأخبار عبر التلفزيون والصحافة للحصول على المعلومات السياسية أكثر من وسائل الاتصال الاجتماعية، ووجود علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأغراض سياسية ومعدلات المعرفة والمشاركة السياسية.

رأت دراسات (Baumgartner & Morris, 2010; Groshek & Yamamoto, 2010; Dimitrova, 2010; Kushin & Correa et al., 2010; Groshek & Dimitrova, 2010; Hanson et al., 2010) وجود علاقة ايجابية بين الاستخدام السياسي للإنترنت والوعي والتصرف السياسي بما في ذلك الفعالية السياسية داخليا وخارجيا والمعرفة والمشاركة السياسية والتصويت. وتوصل (Smith 2009) إلى أن استخدام الإنترنت لأغراض سياسية أصبح جزءا مهما من العملية السياسية والانتخابات خاصة بين المراهقين. وتوصلت دراسات (Gil de Zuniga et al., 2009) و(Castells, M. 2007) إلى أن الاستخدام السياسي لوسائل الاتصال الاجتماعي قد أدى إلى زيادة المشاركة السياسية ويمكن المواطنين من المشاركة في العملية الديمقراطية بشكل أكثر فعالية. بينما أكد (Nire & Drukman, 2008) أن التعرض للحملات السياسية المتعارضة بتوقيت اتخاذ قرار التصويت يؤدي إلى نتائج سلبية كتأخير اتخاذ قرار التصويت أو ربما الامتناع عنه.

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

استطلع إسلام محمد السيد علي حجازي 2009 أسباب تدني مستوى المشاركة السياسية بين طلاب الجامعات المصرية وأهم العوامل المؤثرة في ذلك، وأشكالها ومظاهرها، وتوصلت الدراسة إلى انصراف الشباب عن كافة أنماط وممارسات المشاركة السياسية المؤسسية مثل التصويت والترشيح في الانتخابات، وعضوية الأحزاب السياسية والتطوع في منظمات المجتمع المدني، ودعت الدراسة إلى بلورة مجموعة من الجهود والإجراءات السريعة لإعادة ثقة الشباب الجامعي في النظام السياسي.

في رصده لتطور الإطار الانتخابي المنظم للانتخابات التشريعية في مصر توصل محمد صاوي دردير 2008 إلى وجود الكثير من الجوانب التي تؤثر سلباً علي عملية التنمية السياسية، كضعف مشاركة الناخبين في الانتخابات العامة، وعدم توازن تمثيل مختلف فئات المجتمع، وتزايد مؤشرات العنف.

وأوضحت دراسة (Lopez, Kirby, Sagoff, & Herbst, 2005) أن مشاركة الشباب في انتخابات عام 2000 في الولايات المتحدة قد تناقصت مقارنة بمشاركتهم في انتخابات عام 1972.

توصلت ماجدة محمد عبد الباقي 2005 إلى وجود علاقة بين التعرض لأكثر من وسيلة من وسائل الإعلام والاتجاه نحو المشاركة، ووجود علاقة قوية بين وسائل الإعلام التي يتعرض لها الفرد وتكامل ثقافته السياسية والاتجاه نحو المشاركة.

استهدفت الهام حسب النبي أحمد محمد 2003 معرفة ما تقدمه وسائل الإعلام المحلية في أسبوط، من مواد سياسية وإخبارية للجمهور ومعرفة آرائه فيما يقدم له من برامج ذات طابع إخباري أو سياسي، ومعرفة الأسباب التي تدفعه إلى متابعة هذه النوعية من البرامج أو الموضوعات في الإعلام المحلي أو العزوف عنها، وتوصلت دراستها الميدانية إلى أن وسائل الإعلام المحلي لم تؤد الدور المنوط بها في تدعيم المشاركة السياسية.

أثبتت دراسة (Austin & Pinkleton, 1999) وجود علاقة ايجابية بين استخدام شبكة الانترنت ومستوى الانخراط في العملية السياسية.

المحور الثاني: دراسات تناولت تأثير وسائل الإعلام على الشباب:

أوضحت دراسة سحر جابر: 2014 أن مواقع الشبكات الاجتماعية ساعدت الشباب في التفاعل المباشر مع أصدقائهم ومعارفهم، ومكنتهم أيضاً من إقامة علاقات

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

إنسانية مبنية على الاهتمامات والأنشطة المشتركة، ولكنها تركت تأثيرات سلبية على سلوكهم العام تجاه الأسرة والمجتمع.

استهدفت دراسة علي محمد مثنى القاضي: 2013 معرفه حدود الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات الاجتماعي بالمعرفة السياسية لدي فئة الشباب اليمني ومعرفة أهم القضايا السياسية التي تابعها الشباب اليمني علي موقع "فيسبوك" حيث وجد ارتباطا بالمعرفة والوعي السياسيين.

استهدف عبيد الله وحيد الله 2013 التعرف علي مدي تأثير الاتصال الجماهيري المتمثل في (القنوات التلفزيونية - الإذاعة - الصحف - الكتب - الانترنت) في تشكيل صورة أفغانستان لدي عينة الدراسة، حيث توصل إلى أن مشاهدة التلفزيون كانت مصدر رئيس للصورة الذهنية عن أفغانستان لدى الشباب.

لم تجد داليا صلاح محمد علي خليل 2012 علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة الشباب المصري للصحافة الالكترونية، ومستوى المعرفة بثوره 25 يناير، كما لم تجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعه الصحف، من جهة ومستوى المعرفة بالعلاقات الإيرانية المصرية، ومستوى المعرفة بتصدير الغاز لإسرائيل.

وشككت دراسة (Towner, & Dulio 2011) في الطبيعة الديمقراطية لوسائل الاتصال الاجتماعي حيث أكدت أن وسائل الاتصال الاجتماعي قد تعزز من التشرذم المجتمعي (social fragmentation) وأن المستخدمين يلجئون إلى مواقع تدعم وجهة نظرهم الأصلية وتوجهاتهم السياسية واستكشاف المحتوى الحزبي أو السياسي المماثل، وجاء في الدراسة أن التعرض لمحتوى سياسي على موقع "يوتيوب" لم يكن له أي اثر على تقييم المرشح والفعالية السياسية، غير انه أدى إلى زيادة معدلات الاستخفاف والتهكم بالمقارنة بمواقع وسائل الإعلام الأخبارية التقليدية على شبكة الانترنت.

استهدفت دراسة عمرو محمد أسعد 2011 الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام طلاب الجامعات لموقعي "يوتيوب" و"فيسبوك" وقيمهم المجتمعية حيث تم تحليل مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة من الشباب المصري في الموقع، إضافة إلى 93 قناة، و 202 صفحة شخصية لطلاب الجامعات في موقع "فيسبوك"، عبر دراسة ميدانية على عينة عمدية من طلاب الجامعات وتوصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها أثر كبير على قيمهم المجتمعية.

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

وللتعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة، أجرى محمود حمدي 2009 دراسة على 380 من طلاب جامعة المنيا وتوصل إلى وجود علاقة ارتباطيه بين استخدامهم "فيسبوك" لأغراض سياسية واتجاهاتهم نحو المشاركة حيث تحقق مزيد من الوعي السياسي للشباب ومعرفتهم بحقوقهم السياسية

توصلت أميرة سمير طه 2008 إلى أن القنوات الفضائية المصرية والعربية تمارس دورا ايجابيا في زيادة المعرفة السياسية والاهتمام السياسي والثقة السياسية.

وتوصلت دراسة (Davis 1999) إلى أن أحد أسباب انصراف مستخدمي شبكة الانترنت عن التعبير السياسي هو أن محتواها يتضمن تحريضا ولغة بذية، بما لا يشجع قطاعا كبيرا من الجمهور على المشاركة، وبما يؤدي إمكانية التداول الديمقراطي.

سعت دراسة بيسيوني إبراهيم حمادة 1993، إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال الجماهيري، وأوضحت أن الصحف القومية تسعى إلى تكريس الوضع القائم في حين تسعى الصحف المعارضة إلى إحداث تغيير سياسي واجتماعي.

استهدفت دراسة خيرت معوض محمد عدلان 1992 التعرف على الدور الذي يقوم به الاتصال الجماهيري والشخصي في عملية التنمية السياسية، ووجد علاقة بين قراءة الصحف والمجلات، وبين معرفة كل من المؤسسات والقيادات السياسية والاتجاهات نحوها، وهو ما لم يثبت بالنسبة لكل من مشاهدة التلفزيون والاستماع إلى الراديو، كما توصل إلى ضعف فاعلية وسائل الاتصال في عملية التنمية السياسية.

وأكدت دراسة (Crotty & Jacobson: 1980) أن عدم استخدام المواطن لوسائل الإعلام الأخبارية لمعرفة الشؤون العامة يجعله اقل معلوماتيا ويزيد من حالة اللامبالاة وعدم الرضا لديه.

المحور الثالث: دراسات تناولت مداخل نظرية استعان بها الباحث:

يهدف دراسة العوامل المؤثرة في التماس المعلومات السياسية لدى عينة عشوائية بلغت 300 مفردة لرصد وتحليل أسباب التماسهم للمعلومات من وسائل الإعلام وغيرها من المصادر المعلوماتية المختلفة فيما يتعلق بتعديل دستور عام

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

2014، توصلت جيهان سيد احمد 2014 إلى وجود علاقة إحصائية إيجابية دالة بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم التصويتي على الدستور.

من خلال دراسة على عينة من طلاب جامعة القاهرة بلغت 400 مفردة استهدفت إيمان حسني 2013 رصد وتحليل وتفسير التأثيرات السلبية لدوافع واستراتيجيات التماس الشباب الجامعي للمعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمعارفهم السياسية ونبذ العزلة المعرفية والاستقطاب، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين استراتيجيات التماس المعلومات من شبكات التواصل الاجتماعي وبين الاتجاهات التعصبية.

أكدت دراسة (Smith 2011) أن 21% من المراهقين الأمريكيين استخدم وسائل الاتصال الاجتماعية للحصول على معلومات سياسية أو الانخراط في حملات المرشحين، وأن الفئة العمرية 18-29 عاما قادت الاستخدام السياسي لوسائل الاتصال الاجتماعي على شبكة الانترنت خلال انتخابات التجديد النصفي لمجلس الشيوخ الأمريكي عام 2010، كما رصد زيادة توجه المواطنين إلى وسائل الاتصال الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية عن المرشحين والاشتراك في الحملات الانتخابية ونشر آرائهم وتبادل المعلومات السياسية خلال الانتخابات.

وحول العوامل المؤثرة في التماس الصفوة للمعلومات السياسية من شبكة الانترنت رصدت شريهان توفيق 2009 معدل تعرضهم للمضامين السياسية على الشبكة واعتمادهم عليها كمصدر لهذه المضامين واتجاهاتهم نحو المحتوى السياسي ومدى الرضا عن الشبكة لإشباع الحاجات السياسية عبر دراسة على عينة من 160 مفردة وتوصلت إلى أن نشاط أفراد العينة خلال مرحلتي ما قبل التماس المعلومات وما بعد التماس المعلومات يكون أعلى من النشاط خلال مرحلة الالتماس

للمقارنة بين التماس المعلومات من الانترنت ووسائل الاتصال التقليدية أجرى (Westerman et al, 2007) مسحا على 225 مفردة من طلاب قسم الاتصال بجامعة أمريكية وخلص إلى تفوق وسائل الاتصال التقليدية على وسائل الاتصال الإلكترونية الجديدة وخاصة شبكة الانترنت في التماس المبحوثين للمعلومات.

تعليق وملاحظات على الدراسات السابقة:

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

- أوضحت هذه الدراسات التي أجريت في مجتمعات مختلفة ان الشباب هم اكثر الفئات استخداما لشبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يعكس اهمية الوقوف على التأثيرات السياسية لذلك الاستخدام، وهو ما تسعى الدراسة الحالية الى تحقيقه.
- طرحت الدراسات السابقة قضية بالغة الأهمية تتعلق بالعلاقة بين الاعتماد على وسائل الاعلام واستخدامها، والأشباع المتحققة المتمثلة في الجانب المعرفي والوعي السياسي، ولكنها اختلفت فيما يتعلق بتأثر وسائل الاتصال الاجتماعي على المشاركة السياسية، حيث اعتبرها البعض بأنها "وسيط مثالي في زيادة الوعي والمعرفة السياسية" ورأت دراسات اخرى انه "يقود الى الانصراف عن السياسة"، كما اختلفت فيها يتعلق بتأثير ذلك على القيام بعملية التصويت في الانتخابات، وهو ما دعا هذه الدراسة الى استكشاف طبيعة ذلك الاستخدام في مصر ونتائجه السياسية المتمثلة في المشاركة في التصويت
- تدرج معظم الدراسات السابقة ضمن فئة الدراسات الوصفية، التي تستند الى منهج المسح، وهو ما يعود الى الجدية النسبية لتناول الدور السياسي لوسائل الاتصال الاجتماعي، وهو ما يتطلب تراكم علمي يتحقق من خلال الدراسات الوصفية
- أوضحت الدراسات السابقة حلول وسائل الاتصال الجديدة محل وسائل الاعلام التقليدية كوسيلة سياسية رئيسية ومصدر رئيس لالتماس المعلومات، وهو ما دعا الدراسة الى اختبار هذه النتيجة في مصر، ومدى تأثيرها فيما يتعلق بالمشاركة
- أوضحت الدراسات انخفاض نسبة مشاركة الشباب المصري، بشكل عام في الانتخابات قبل 2010، وارتفاع هذه النسبة الى 80% في الانتخابات السابقة مباشرة، ثم عادت هذه النسبة الى الانخفاض في انتخابات 2015 وهو ما دعا الباحث الى محاولة رصد هذه الظاهرة واستكشاف الجوانب الاعلامية المرتبطة بذلك.
- كشف الاستعراض السابق ان الدراسات العربية التي تناولت المشاركة السياسية، وتأثرها بوسائل الإعلام، ما زالت محدودة، خاصة في تغطيتها لاستخدام وسائل الاتصال الاجتماعي، ولمواجهة هذه المحدودية في الدراسات السابقة حول وسائل الإعلام الاجتماعي والمشاركة السياسية جاءت هذه الدراسة.

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

– اتجه تركيز دراسات الاعتماد، حديثاً، إلى قياس تأثيرات اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال بعد ان كانت تركز في البداية على قياس درجة اعتماد الجمهور عليها، وهو ما ركزت اليه الدراسة الحالية.

– أفادت الدراسات السابقة الباحث في تحديد المشكلة البحثية، وفي وضع تساؤلات وفروض الدراسة، وتحديد اداة البحث وتوفير خلفية معرفية حول الظاهرة محل البحث

فروض وتساؤلات الدراسة

– تُبنى الدراسة على فرضية أن التعرض لوسائل الإعلام ساهم في اتخاذ الشباب الجامعي المصري سلوكاً بالتصويت أو الامتناع عنه في انتخابات مجلس النواب الذي عقد أولى جلساته يوم 10 يناير 2016؛ ويثير تفاعل هذه الفرضية النظرية مع تطورات وواقع المشاركة السياسية للشباب في الانتخابات عدداً من التساؤلات التي تفتح إجاباتها باباً لوضع فروض ومحاولة اختبارها

أولاً: تساؤلات الدراسة

1. هل يقوم الشباب الجامعي بنشاط سياسي؟ وما مدى مشاركتهم في انتخابات مجلس النواب؟
2. ما هي أسباب عدم مشاركة البعض في انتخابات مجلس النواب؟
3. ما هي الأنشطة التي تدرج في إطار المشاركة السياسية التي يقوم بها الشباب؟
4. ما هي الإشباعات الأساسية لدى من أدلى بصوته في الانتخابات؟
5. هل هناك فروق في الإشباعات المتحققة باستخدام "فيسبوك" بين من شارك في أي انتخابات ومن لم يشارك؟
6. هل هناك فروق في النوع فيما يتعلق بالمشاركة في التصويت او في تحقيق إشباعات محددة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟
7. هل هناك فروق في النوع فيما يتعلق باستخدام وسائل الاتصال الاجتماعية والتقليدية بين فئة من صوت في انتخابات مجلس النواب، وفئة من قام بالتصويت مسبقاً، بدون اشتراك في الانتخابات موضع الدراسة؟

ثانياً: فروض الدراسة

الفرض الأول

هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المعتمدة على وسائل التواصل الاجتماعي "فيسبوك" والمجموعة المعتمدة على وسائل الإعلام التقليدية "الصحف" وذلك فيما يتعلق بالمشاركة السياسية.

الفرض الثاني

هناك علاقة ارتباط ايجابية بين اعتماد الشباب على وسائل الإعلام أثناء فترة انتخابات البرلمان المصري 2015 وسلوك الشباب المتمثل في التصويت في الانتخابات، وينقسم هذا الفرض إلى ثلاث نقاط فرعية:

1/2 الأشخاص الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام التقليدية أكثر تصويتاً في انتخاب مجلس النواب

2/2 الأشخاص الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام الاجتماعية أكثر تصويتاً في انتخاب مجلس النواب

3/2 الأشخاص الذين يتعرضون لكل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية أكثر تصويتاً في انتخاب مجلس النواب

الفرض الثالث

هناك علاقة ارتباطيه ايجابية بين النوع ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتصويت في الانتخابات البرلمانية

ولاختبار هذه الفروض تم استخدام العديد من المعاملات الإحصائية وهي (استخدام التكرارات الإحصائية والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي، اختبار تي (T test) لمعرفة الفرق بين مجموعتين، وتحليل معامل الانحدار.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها

تعد الدراسة من البحوث الوصفية Descriptive Research ذات البعد التحليلي المقارن، والتي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر أو الأحداث من خلال جمع المعلومات والحقائق الخاصة بها، ويتطرق التحليل إلى جوانب الظاهرة من خلال مقارنتها وربطها بغيرها من الظواهر في إطار السياق العام لها، وتحقيقا لذلك سوف تستخدم الدراسة أسلوب المسح الإعلامي بوصفه انصب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها وتفسيرها وشرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها وهو ما يسمح بالخروج بتعميمات عملية واستخلاصات.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب من طلاب الجامعات المصرية في الفترة السنية من 19- 29 عاما واقتصر التحليل على من هم اكبر من 19 حيث يحق لهم المشاركة في الانتخابات، وهو السن الذي يمثل بداية تفاعل الشباب مع النظام السياسي، كما تم استبعاد من هم اكبر من 29 عاما في التحليل الحالي لان التركيز كان على الشباب الجامعي وهو ما أدى إلى استبعاد نحو 37 استمارة ليصبح عدد المبحوثين الذين تم تحليل اجاباتهم (163) مفردة، وتم إجراء المسح على عينة عشوائية من الطلاب بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا بشكل أساسي وجامعات أخرى في القاهرة الكبرى، وجاء ثلث الطلبة (53) مفردة، من كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، و(55) مفردة من كليات عملية، بالجامعة نفسها، وهي الهندسة والطب والصيدلة والأسنان والعلاج الطبيعي، والثلث الأخير من جامعات القاهرة وعين شمس وحلوان، على اعتبار أن "طلاب الجامعات مستخدمين بكثافة لوسائل الاتصال الاجتماعية وهم من بين أكثر الفئات والمجموعات السنية بين السكان اتصالا بالانترنت" (Masahiro & Matthew 2014:435).

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

| النسبة | التكرار | الخصائص |
|--------|---------|--|
| 33% | 53 | طلاب بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا |
| 33.5% | 55 | طلاب بكليات عملية بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا (طب، هندسة، أسنان، علاج طبيعي، صيدلة) |
| 33.5% | 55 | طلاب بجامعات القاهرة وعين شمس وحلوان |
| 46% | 75 | النوع: ذكور |
| 54% | 88 | أنات |
| 100% | 163 | المجموع |

اختبار الثقة والثبات

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة من خلال جمع بيانات محددة مسبقا خلال الفترة الزمنية من 10 يناير إلى 24 يناير 2016، وحرص الباحث على ألا يتجاوز هذه الفترة لضمان توافر قدر كافي من وحدة السياق الزمني، وحتى لا يؤثر طول الفترة الزمنية على مسار الظاهرة موضع الدراسة.

تم قياس الصدق من خلال الصدق الظاهري لصحيفة الاستقصاء من خلال عرضها على المحكمين التالي أسماؤهم: أ.د فاروق أبو زيد عميد كلية الإعلام الأسبق، أ.د سها فاضل، وكيل كلية أعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، د. مصطفى أحمد كلية الإعلام مدرس بكلية الإعلام، ود. عزة الخميسي مدرس كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا. وذلك للوقوف على مدى إلمام الصحيفة بكافة المتغيرات التي تجيب على تساؤلات الدراسة وفروضها، وأنها تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى للتعرف عليها وفقا لأهداف وتساؤلات وفروض الدراسة وتم حذف وإضافة وتعديل بعض الأسئلة حتى تتلاءم مع تساؤلات الدراسة وفروضها، تحقيقا للصدق الظاهري للاستمارة. وتم التحقق من ثبات الصحيفة باستخدام أسلوب إعادة الاختبار (Test Retest) على عينة قوامها 5% من العينة الأصلية، وذلك بعد أسبوعين من فترة تجميع بيانات الاستقصاء وجاء معدل الثبات بنسبة 90%. وهي نسبة عالية تؤكد ثبات المبحوثين وبالتالي صحة النتائج.

مفاهيم الدراسة وطرق قياس الاتجاهات.

وسائل الاتصال الاجتماعية: (ويستخدم أحيانا مصطلح الوسائط الاجتماعية): استخدم الباحثون مفهوم الاتصال الاجتماعي كإطار يتضمن خدمات ويب 2، ومواقع تبادل الفيديو والمدونات والرسائل الفورية و"تويتر" و"فايسبوك" لتكون في إطار هذا اللقب (Kushin, & Yamamoto 2010)، هذا مع الإشارة إلى عدم وجود اجماع حول هذا المفهوم أو ترجمة وحيدة باللغة العربية لـ "Social Media"،

المشاركة السياسية: والمقصود بها مجمل النشاطات التي تهدف إلى التأثير على صانعي القرار السياسي في مواقع صنع القرار والتأثير، سواء نشاطات انتخابية كالرئاسة أو مجلس النواب أو اتحاد الطلاب والنقابات، والانضمام والاشتراك في فعاليات سياسية، أو في التعبير السياسي والشعبي، واقتبس في مفهومي تعريف أورده (حسين علوان البيج 1997: 64) عن صمويل هنتنجتون بأنها تعني ذلك النشاط الذي

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي، سواء أكان هذا النشاط فردياً أم جماعياً، منظماً أم عفويّاً، متواصلًا أم منقطعاً، سلمياً أم عنيفاً، شرعياً أم غير شرعي، فعالاً أم غير فعال.

التصويت في الانتخابات: المقصود به إلقاء المبحوث بالصوت في انتخابات مجلس النواب بمراحلتيها، والتي جرت في الفترة من 17 أكتوبر 2015، حتى يوم 2 ديسمبر الذي شهد جولة الإعادة الأخيرة.

الإشباع المتحققة: تقتصر هنا على إشباع الحصول على الأخبار، باعتبارها مدخلا للانخراط في العملية السياسية، وإشباع الترفيه بحكم انه في مقدمة الإشباع التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من استخدام وسائل الإعلام.

لقياس اتجاهات المبحوثين واستخدام وسائل الاتصال الاجتماعي والتقليدي تم استخدام استمارة تضمنت 37 سؤالاً، منهم 23 باستخدام مقياس ليكرت من 10 نقاط (Likert-type scale)، كما تم سؤال الطلاب حول معلومات عن الانتخابات والتصويت في انتخابات مجلس النواب الأخيرة، والانتخابات السابقة لها من خلال 13 سؤالاً وطلب من المبحوث إبداء موقفه من كل عبارة بالتأييد أو الرفض، وجميع العناصر التي تضمنتها الاستمارة تم الحصول عليها من الدراسات السابق الإشارة إليها.

أولاً: الإجابة عن أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: هل يقوم الشباب الجامعي بنشاط سياسي؟ وما مدى مشاركتهم في انتخابات مجلس النواب؟

يوضح الجدول التالي تقسيم المبحوثين من حيث قيامهم بنشاط سياسي عموماً بما في ذلك التصويت في انتخابات البرلمان إلى أربع مجموعات كالتالي:

جدول رقم (2) تقسيم المبحوثين من حيث النشاط السياسي

| لم يقم بأي نشاط سياسي | | شارك سياسياً ولم يسبق له التصويت | | سبق له التصويت، وليس لمجلس النواب | | قام بالتصويت في انتخابات مجلس النواب | |
|-----------------------|------|----------------------------------|------|-----------------------------------|------|--------------------------------------|------|
| ك | نسبة | ك | نسبة | ك | نسبة | ك | نسبة |
| 30 | 19% | 51 | 31% | 46 | 28% | 36 | 22% |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

1. أن نسبة من قام بالتصويت فعلياً نحو 22% من المبحوثين وهي نسبة تقترب من نسبة المشتركين في الانتخابات التي بلغت 28%، ولكنها أقل نسبياً بالنظر إلى

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

- أن فئة الشباب هم أقل الفئات تصويتاً في هذه الانتخابات، مما يدل على أن عينة المبحوثين معبرة عن المجتمع الأصلي المستهدف وهو فئة الشباب.
2. أن 88% من المبحوثين لم يصوتوا في انتخابات مجلس النواب بالرغم من قيام نحو "ثلث" من لم يشارك في انتخابات مجلس النواب بالإدلاء بأصواتهم في انتخابات سابقة، مثل الرئاسة أو البرلمان.
3. لم يسبق لنصف المبحوثين التصويت في أي انتخابات على الإطلاق
4. يوضح الجدول أن 19% من الشباب لم يقيم بأي من الأنشطة السياسية
- سؤال رقم 2: ما هي أسباب عدم مشاركة البعض في انتخابات مجلس النواب؟
- في سؤال مفتوح للمبحوثين عن أسباب عدم قيامهم بالتصويت في الانتخابات تم تجميع إجاباتهم في البنود التي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (3) يوضح أسباب امتناع المبحوثين عن التصويت في انتخابات مجلس النواب

| الأسباب | تكرار | نسبة |
|---|-------|------|
| عدم معرفة بالمرشحين | 31 | 24% |
| أسباب مرتبطة بالوقت | 20 | 15% |
| بدون فائدة أو جدوى | 20 | 15% |
| بدون مصداقية أو شفافية | 18 | 14% |
| بدون أسباب (لم يتم ذكر أي سبب) | 27 | 21% |
| أخرى (سفر للخارج - عدم وجود بطاقة - مقاطع لانتخاب البرلمان.. الخ) | 10 | 8% |

ويوضح الجدول أن رُبع من لم يقيم بالتصويت كان يمكن أن يشارك لو تعرفوا بشكل أكبر على المرشحين، من خلال الإعلام أو الاتصال الشخصي، كما يوضح الجدول أن أكثر من ثلث من لم يصوت لم يرى في الانتخابات مصداقية أو فائدة.

سؤال رقم 3: ما هي الأنشطة التي تندرج في إطار المشاركة السياسية التي يقوم بها الشباب؟

جدول رقم (4) الأنشطة السياسية التي قام بها المبحوثون

| أنشطة المشاركة السياسية | لم يسبق له التصويت (81) | | سبق له التصويت (46) | | قام بالتصويت في انتخابات مجلس النواب (36) | |
|--|-------------------------|------|---------------------|------|---|------|
| | ك | نسبة | ك | نسبة | ك | نسبة |
| مناقشة الأمور السياسية مع الأصدقاء أو الزملاء أو احد أفراد العائلة | 43 | 53% | 28 | 61% | 26 | 72% |
| انتخابات اتحاد الطلاب | 23 | 28% | 21 | 46% | 21 | 58% |
| تظاهرة أو مسيرة أو احتجاج | 17 | 21% | 23 | 50% | 11 | 31% |
| الاشتراك في حملة انتخابية | - | - | 8 | 17% | 10 | 27% |
| الانضمام إلى حزب أو منظمة سياسية | 2 | 3% | 2 | 4% | 6 | 17% |

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|-----|
| التبرع في حملة مرشح أو لمساندة قضية سياسية | - | - | - | - | 8 | 22% |
| أخرى | - | - | - | - | - | - |

من الجدول يتضح ما يلي:

1. صدارة استخدام المصادر الشخصية للحصول على المعلومات السياسية ومناقشتها لدى جميع الفئات، وهو ما يتفق مع فروض بحوث التماس المعلومات التي تقول أن الأفراد يميلون إلى استخدام المصادر الشخصية أولاً عند التماس المعلومات لحل المشكلات
2. تزداد نسبة من قام بإجراء جميع هذه الأنشطة كلما زاد مستوى المشاركة السياسية، وصولاً إلى أعلى معدلاتها بين من قام بالتصويت فعلياً في انتخابات البرلمان.
3. احتل الاشتراك في التظاهرات أو التصويت أو الاحتجاج المرتبة الثالثة لدى جميع الفئات التي قامت بنشاط سياسي، فيما عدا فئة من سبق له التصويت في انتخابات ولم يشارك في انتخابات مجلس النواب حيث جاء نشاط الاشتراك في تظاهرة أو اعتصام أو احتجاج ما في المرتبة الثانية.
4. أن من قام بالتصويت في الانتخابات الأخيرة حقق أعلى نسبة مساهمة في جميع الأنشطة السياسية بشكل عام فيما عدا التظاهرات، وهو ما قد يعكس رضا عن الوضع القائم والعمل على تدعيمه.

سؤال رقم 4: ما هي الإشباعات الأساسية لدى من أدلى بصوته في الانتخابات؟

جدول رقم (5) يوضح إشباعات من شارك بالتصويت في الانتخابات

| المجموع | إشباع الاستخدام | إجمالي المقياس | التقييم من خمسة |
|---------|-----------------|----------------|-----------------|
| 36 | الترفيه | 163 | 3.7 |
| | الأخبار | 125 | 3.4 |

ويوضح الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة بين المجموعة التي صوتت في الانتخابات فعلياً من حيث استخدامها ووسائل الإعلام لإشباع الحاجة إلى الترفيه أو الحصول على الأخبار.

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

سؤال رقم 5: هل هناك فروق في الإشباع المتحققة باستخدام "فيسبوك" بين من شارك في أي انتخابات ومن لم يشارك؟

أوضحت النتائج عدم وجود فروق بين المجموعة التي سبق لها القيام بأحد مكونات المشاركة السياسية في مقابل المجموعة التي لم تقم بأي نشاط سياسي فيما يتعلق باستخدام "فيسبوك" للترفيه أو للحصول على الأخبار، فعند مطالبة كل مبحوث بأن يمنح درجة من خمسة فيما يتعلق باستخدام "فيسبوك" للحصول على الأخبار أو للترفيه جاءت استخداماتهم كما يوضح الجدول التالي:-

جدول رقم (6) يوضح استخدامات وإشباعات "فيسبوك" بين من لم يشارك في أي انتخاب سابقة، ومن سبق له التصويت

| المشاركة السياسية | المجموع | إشباع الاستخدام | إجمالي المقياس | المتوسط من خمسة |
|-----------------------|---------|-----------------|----------------|-----------------|
| لم يشارك في أي انتخاب | 82 | الترفيه | 489 | 3.01 |
| | | الأخبار | 499 | 3.08 |
| شارك بالتصويت | 81 | الترفيه | 335 | 3.3 |
| | | الأخبار | 353 | 3.35 |

السؤال رقم 6 هل هناك فروق في النوع تؤثر على المشاركة أو الإشباع المتحققة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم (7) مقارنة بين الإناث والذكور فيما يتعلق بالمشاركة السياسية

| 163 | | المجموع | | كل المبحوثين |
|-----|---|---------|------|--|
| ك | ك | إناث | ذكور | |
| 88 | % | 75 | % | لم يشارك في أي عمل سياسي |
| 75 | % | 46 | % | |
| 46 | % | 35 | % | شارك سياسيا ولم يصوت في انتخابات مجلس النواب |
| 35 | % | 20 | % | |
| 43 | % | 16 | % | صوت في الانتخابات البرلمانية |
| 43 | % | 16 | % | |

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

ويوضح الجدول ثباتا في نسبة الإناث في كل فئة سواء في المجموع الكلي أو بين من لم يشارك في أي عمل سياسي أو قام بالتصويت في انتخابات مجلس النواب بما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة في النوع فيما يتعلق بالمشاركة السياسية.

وفيما يتعلق بمقارنة النوع (ذكور وإناث) واستخدام "فيسبوك" لإشباع حاجة الترفيهية أو الحصول على الأخبار بين من قاموا بالتصويت في الانتخابات يؤكد الجدول التالي عدم وجود فروق ذات دلالة بن استخدام المجموعتين؛

جدول رقم (8) يوضح المقارنة بين النوع في استخدامات وإشباعات "فيسبوك"

| النوع | المجموع | إشباع الاستخدام | إجمالي المقياس | المتوسط |
|-------|---------|-----------------|----------------|---------|
| إناث | 21 | الترفيه | 86 | 3.6 |
| | | الأخبار | 73 | 3.5 |
| ذكور | 16 | الترفيه | 56 | 3.5 |
| | | الأخبار | 59 | 3.7 |

السؤال رقم 7: هل هناك فروق في النوع فيما يتعلق باستخدام وسائل الاتصال الاجتماعية والتقليدية بين فئة من صوت في انتخابات مجلس النواب، وفئة من قام بالتصويت مسبقا، بدون اشتراك في الانتخابات موضع الدراسة؟

جدول رقم (9) المقارنة بين الإناث والذكور في استخدام "فيسبوك" والصحف

يقارن الجدول التالي بين الإناث والذكور:

| الاستخدام اليومي "فيسبوك" و الصحف | تصويت سابق | | اشترك في انتخابات البرلمان | |
|-----------------------------------|------------|-------|----------------------------|-------|
| | متوسط | تكرار | متوسط | تكرار |
| إناث "فيسبوك" صحف | 9.96 | 26 | 9.3 | 20 |
| | | | 1.6 | |
| ذكور "فيسبوك" صحف | 9.96 | 20 | 8.2 | 16 |
| | | | 4.7 | |

يوضح الجدول السابق عدم وجود فروق في استخدام "فيسبوك" يوميا، غير أننا نجد أن متوسط قراءة الصحف يوميا يرتفع بدرجة أكبر بين الذكور من فئة من أدلى بصوته في الانتخابات البرلمانية مقارنة بالإناث في نفس الفئة مما يشير إلى علاقة ذات دلالة بين النوع وقراءة الصحف والتصويت في الانتخابات.

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي والمجموعة المعتمدة على وسائل الإعلام التقليدية؛ فيما يتعلق بالمشاركة السياسية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (10) للفروق بين المجموعة المعتمدة على فيسبوك والصحف

| المتغير | العدد | المتوسطات | الانحراف المعياري | قيمة ت | المعنوية |
|----------|-------|-----------|-------------------|--------|----------|
| «فيسبوك» | 89 | 8.7 | 0.796 | 0.008 | 0.993 |
| الصحف | 44 | 7.8 | 1.132 | | |

لتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت)، وأثبتت نتيجة الاختبار عدم وجود فرق معنوي دال إحصائياً بين المجموعة المعتمدة على موقع «فيسبوك» للتواصل الاجتماعي والمجموعة المعتمدة على الصحف، فيمن قام بأي من أنشطة المشاركة السياسية، حيث بلغت قيمة (ت) 0.008 وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية أكبر من 0.05 (0.993) وبالتالي لا نقبل الفرض السابق.

الفرض الثاني: هناك علاقة ارتباط إيجابية بين اعتماد الشباب على وسائل الإعلام أثناء فترة انتخابات البرلمان المصري 2015 وسلوك الشباب المتمثل في التصويت في الانتخابات، وتم اختبار هذا الفرض عبر اختبار الفروض الفرعية الثلاثة التالية:

1/2: الأشخاص الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام التقليدية أكثر تصويتاً في انتخاب مجلس النواب:

فيما يخص العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (الصحافة) والتصويت (جدول رقم 2) كان معامل الارتباط 0.112 عند درجة معنوية 95% بما يثبت وجود ارتباط موجب دال بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية والتصويت في الانتخابات السياسية

2/2: الأشخاص الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام الاجتماعية (فيسبوك) أكثر تصويتاً في انتخاب مجلس النواب؛

لم يثبت وجود أي ارتباط موجب دال بين التعرض لوسائل الإعلام الاجتماعية والتصويت في الانتخابات، حيث كان معامل الارتباط 0.104 عند مستوى معنوية

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

0.05، وهو ما يعزز ما توصل إليه (Baumgartner and Morris 2010) من أن استخدام مواقع الاتصال الاجتماعي ليس له علاقة بالمشاركة السياسية الفعلية. وما أكدته كل من (Hayes 2009)، و(Boroughs 2010) و(Vitak et al. 2011) حول محدودية دور "فيسبوك" السياسي، ولكنه يختلف عما توصلت إليه دراسة (أميرة سمير طه 2014) حول الدور الكبير لموقع فيسبوك في الانتخابات الرئاسية المصرية عام 2012، وهو ما يمكن تفسيره بأن دراسة الباحثة المشار إليها في مصر كانت حول انتخابات لها خصوصية وجاءت عقب أحداث ثورية في ظل عوامل زادت من تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما انحسر في ظل الانتخابات البرلمانية التي جرت في ظروف سياسية مختلفة.

3/2: الأشخاص الأكثر تعرضا لكل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية، معا، أكثر تصويتا في انتخاب مجلس النواب:

ثبت وجود ارتباط موجب شديد الدلالة قدره 0.148 عند مستوى معنوية 0.01 بما يثبت أن الأشخاص الأكثر تعرضا لكل من وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية، معا، هم أكثر تصويتا، ويؤكد هذا الفرض ما سبق أن توصلت إليه (ماجدة محمد عبد الباقي 2005) عن وجود علاقة بين التعرض لأكثر من وسيلة من وسائل الإعلام والاتجاه نحو المشاركة السياسية، كما أن هذا الفرض مبني على الفرض 1/2 الرابط بين التصويت في الانتخابات وقراءة الصحف.

ومن الثلاث جزئيات السابقة يمكن اثبات الفرض الثاني جزئيا والقول إن استخدام وسائل الاعلام التقليدية (الجزئية الأولى)، ووسائل الإعلام الاجتماعية في ظل استخدام التقليدية (الجزئية الثالثة)، يرتبط بزيادة في التصويت في الانتخابات، وهو ما لم يتم اثباته في حال مستخدمي وسائل الاتصال الاجتماعي فقط .

الفرض الثالث: الخاص باختبار العلاقة الارتباطية بين النوع ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتصويت في الانتخابات البرلمانية؛

جدول رقم (11) يوضح معاملات الانحدار الخاصة بالتصويت في الانتخابات البرلمانية

| المتغير | معامل الانحدار | مستوى المعنوية |
|---------------------------------|----------------|----------------|
| النوع | 0.024 | 0.074 |
| استخدام مواقع التواصل الاجتماعي | 0.056 | 0.259 |

استخدم الباحث تحليل الانحدار مستخدما معدل استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" باعتباره المتغير المستقل بالإضافة إلى متغير مستقل آخر

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

وهو النوع واتضح عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتصويت في الانتخابات البرلمانية حيث بلغ معامل الانحدار 0.056 وهو غير دال عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.259) وعلى هذا نرفض الفرض السابق، حيث أظهر التحليل عدم وجود علاقة دالة بين النوع وبين التصويت في الانتخابات السياسية حيث بلغ معامل الانحدار 0.024 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.074)

الخلاصة:

رغم التأكيد على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والاستخدام الواسع لها وتأثيراتها المعرفية والاجتماعية، إلا أن نتائج الدراسات التي تناولت تأثيرها على المشاركة السياسية وعملية التصويت في الانتخابات قد تبينت، وعملت الدراسة الحالية على إجراء هذا التباين من خلال دراسة أجريت على عينة عشوائية من طلاب الجامعات المصرية بلغت 163 مفردة لرصد وتحليل أساليب اعتمادهم على وسائل الاتصال التقليدية والاجتماعية للتماس المعلومات بالتطبيق على الاشتراك في الانتخابات البرلمانية التي أجريت عام 2015.

توصلت الدراسة إلى أن "فيسبوك" جاء في مقدمة وسائل الإعلام التي تابع من خلالها الشباب الانتخابات، وهو تطور جديد مقارنة بدراسات سابقة، جاء فيها التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام التي تابع من خلالها الجمهور القضايا السياسية مثل تعديل الدستور، ومن قبله الإعلان الدستوري.

وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، بشكل واسع لإشباع حاجاتهم إلى الترفيه والتماس المعلومات ومعرفة الأخبار، ولكن لم تتم ترجمة هذا الاستخدام الواسع إلى سلوك يتمثل في التصويت في الانتخابات المشار إليها.

في المقابل وجدت الدراسة ارتباط موجب دال بين الاستخدام اليومي للصحف والتصويت في الانتخابات، بمعنى أن الفئة التي شاركت بنسبة أكبر في انتخابات البرلمان، كانت تقرأ الصحف المطبوعة يوميا، وهو ما ارتبط بالنوع حيث زادت نسبة التصويت وقراءة الصحف بين الذكور، دون الإناث، وهو ما يحتاج إلى تفسير في دراسات لاحقة لأنه يدق ناقوس الخطر بتحول قراءة الصحف الورقية إلى ممارسة للرجال فقط، خاصة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة من أن وسائل الاتصال الجديدة تحل محل وسائل الإعلام التقليدية كوسيلة سياسية رئيسية ومصدر رئيس للتماس المعلومات، كما يدفعنا

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

الى التوقع بأن ازدياد هذا الاعتماد قد يؤدي الى ارتفاع في نسبة عدم التصويت، وهو ما يستدعي القيام بدراسات اخرى في هذا الصدد.

كما توصلت الدراسة الى وجود تراتبية، توجد عند جميع الفئات، وتحكم أنشطة المشاركة السياسية، حيث تصدر مناقشة الأمور السياسية مع الأهل والاصدقاء جميع أنشطة المشاركة السياسية، وتلاها المشاركة في انتخابات اتحاد الطلاب التي احتلت المركز الثاني لدى جميع الفئات، ماعدا فئة من سبق لها التصويت ولكنها لم تشارك في انتخابات البرلمان حيث جاء في الترتيب الثاني لها الاشتراك في تظاهرة او مسيرة او احتجاج. كما احتل الانضمام الى حزب او منظمة سياسية ذيل الأنشطة السياسية لدى جميع الفئات وهو ما يدق ناقوس الخطر أمام الاحزاب التي فشلت في اجتذاب الشباب اليها، ويعيد طرح التساؤل حول اهمية الاحزاب في الحياة السياسية في مصر ومدى فاعليتها.

أعدت الدراسة التأكيد على افتراضات لعدة مداخل نظرية مثل مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث اعادت التأكيد على تغير اعتماد الجمهور على النظام الاعلامي، حيث قل اعتماد الشباب على النظم الإعلامية التقليدية (الصحف)، بعد ان وجد مصادر معلومات بديلة (فايسبوك)، كما أعادت الدراسة التأكيد على فروض بحوث التماس المعلومات التي تقول إن الأفراد يميلون إلى استخدام المصادر الشخصية أولاً عند التماس المعلومات لحل المشكلات، حيث احتلت المناقشات مع الأهل والاصدقاء والمعارف (المصادر الشخصية) الصدارة في الأنشطة السياسية التي يمارسها الشباب.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية:

- إسلام محمد السيد علي حجازي 2009: مشاركة الشباب الجامعي في الحياة السياسية المصرية رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة
- إكرام محمود سيد عبد الرازق 2013: معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتي الانتخابات البرلمان والرئاسة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة
- أمل جابر 1996: دور الصحف والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أميرة سمير طه 2008: التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسؤولية الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 133-181
- أميرة سمير طه 2014: اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم في الانتخابات الرئاسية المصرية 2012، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 47، 521-546
- إيمان محمد حسني 2014: التعرض للآراء السياسية المعارضة وعلاقته بمستوى جودة آراء المواطنين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 47، 203-266
- بسيوني إبراهيم حمادة 1993: دور وسائل الاتصال في صناعة القرار في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- الجمعية المصرية لدعم التطور الديمقراطي 2015: التقرير الختامي حول تقييم وتحليل نتائج مراقبة الانتخابات النيابية 2015، متاح على <http://www.easd-eg.org/> زيارة بتاريخ 2016/6/18
- جيهان سيد احمد 2014: العوامل المؤثرة في التماس المعلومات لدى الجمهور المصري، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 47، 347-391
- جيهان يحيى، 2013: اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية خلال أزمة الدستور، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الأول كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- حسن عماد مكاي، وليلي حسين 1998: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- حسين علوان البيج 1997: المشاركة السياسية والعملية السياسية، في، المستقبل العربي، السنة 20، العدد 223
- حنان محمد اسماعيل يوسف 1996: دور المادة الخيرية التلفزيونية، في تدعيم المشاركة السياسية لدي الشباب رسالة دكتوراه غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة.

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

- خيرت معوض 1992: دور الاتصال في التنمية السياسية: دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- خيرت معوض محمد عدلان 1992: دور الاتصال في التنمية السياسية دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين "رسالة ماجستير. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- داليا صلاح محمد علي خليل 2012: دور الصحف الالكترونية في التعرف بالقضايا السياسية المصرية لعينه من شباب الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- رنا سمير احمد صديق 2012: أولويات واطر القضايا السياسية في المواقع الاليكترونية وعلاقتها بالاتجاهات الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- زكريا إبراهيم الدسوقي 2005: استخدامات أطفال الشوارع لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة منها، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس
- سحر جابر 2014: الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الالكتروني، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- شريهان محمد توفيق 2009: العوامل المؤثرة في التماس المعلومات السياسية من شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط.
- عبد الحكيم محمد السبتي 2009: دور وسائل الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة.
- عبيد الله وحيد الله 2013: دور وسائل الاتصال في تشكيل الصورة الذهنية لأفغانستان لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- علي محمد مثنى القاضي 2013: دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني: رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عمرو محمد أسعد 2011: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- فرج الكامل 2001: بحوث الإعلام والرأي العام، القاهرة: دار النشر للجامعات.
- ماجدة عبد المرضي 2014: اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام المختلفة خلال مرحلة التحول السياسي الراهنة وعلاقته بعملية الحشد والتعبئة للمشاركة في الاستفتاء على دستور مصر 2014، في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 47 ص ص 267-311
- ماجدة محمد عبد الباقي 2005: دور وسائل الاعلام في التنقيف السياسى للرأى العام ومدى تنمية اتجاهاته نحو المشاركة رسالة دكتوراه غير منشورة كلية الآداب جامعة اسيوط

اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية و
التصويت بانتخابات مجلس النواب 2015

محمد حسن إسماعيل, 2003: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع.

محمد عبد الحميد 2000: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب

محمد محمد صاوي دردير 2008: الانتخابات البرلمانية وعملية التنمية السياسية في مصر رسالة دكتوراة غير منشورة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة

محمود حمدي 2009: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب ; دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، المؤتمر الدولي العلمي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات كلية الإعلام جامعة القاهرة 2009.

مها مصطفى محمود مصطفى 2015: دور التعرض للفيديوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة

الهام حسب النبي أحمد محمد 2003 : دور وسائل الإعلام المحلية في تدعيم المشاركة السياسية، كلية التجارة, جامعة أسيوط.

هبة شاهين 2006: اعتماد الباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 7 عدد 1 يناير.

الهيئة العامة للاستعلامات الموقع على شبكة الانترنت <http://www.sis.gov.eg>

ثانياً المراجع الأجنبية:-

Austin, E.W., & Pinkleton, B. E. 1995: Positive and negative effects of political disaffection on the less experienced voter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39, 215–235.

Austin, E.W., & Pinkleton, B. E. 1999: The relation between media content evaluations and political disaffection. *Mass Communication & Society*, 2(3/4), 105–122.

Baumgartner, J., & Morris, J. 2010: MyFaceTube politics: Social networking websites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review*, 28, 24–44.

Bennett, S. E., & Rademacher, E.W. 1997: The ‘age of indifference’ revisited: Patterns of political interest, media exposure, and knowledge among Generation X. In S. C. Craig & S. E. Bennett (Eds.), *After the boom: The politics of Generation X* (pp. 21–42). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

- Boroughs Bryan, 2010: Social networking websites and voter turnout. Unpublished M.A. (Washington D. C.: Georgetown University).
- Budak Alex 2010: Facebook, twitter and Barak Obama; New media and the 2008 presidential elections. Unpublished M.A. (Washington D. C.: Georgetown University)
- C. S. White, 1997: Citizen participation and the internet; prospects for civic deliberation in the information age, *The Social Studies*, Vol, 6. No 23-28.
- Castells, M. 2007: Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1, 238–266
- Crotty, W. J., & Jacobson, G. C. 1980: Television and the politics of media. Boston, Brown, Little and Company.
- D. C. Multz, 2006: Hearing the other side; deliberative versus participatory Democracy, Cambridge, Cambridge University Press.
- Davis, R. 1999: *The web of politics: The Internet's impact on the American political system*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Delli Carpini, M. X. 2000: Gen.com: Youth, civic engagement, and the new information environment. *Political Communication*, 17, 341–349.
- E. De Waal, K. Schoenbach, 2008: Presentation style and beyond; how print newspapers and online news expand awareness of public affairs, in *Mass Communication & Society*, Vol. 11. P.p: 161-176.
- Gil de Zuniga, H., Puig-i-Abril, E., & Rojas, H. 2009: Weblogs traditional sources online & political participation: An assessment of how the Internet is changing the political environment. *NewMedia & Society*, 11, 553–574.
- Groshek, J., & Dimitrova, D. V. 2010: Assessing political outcomes of new media use in the 2008 presidential election. Paper presented at the 60th Annual Conference of the International Communication Association, Singapore.
- Hanson, G., Haridakis, P. M., Cunningham, A.W., Sharma, R., & Ponder, J. D. 2010: The 2008 presidential campaign: Political cynicism in the age of Facebook, Myspace, and YouTube. *Mass Communication & Society*, 13, 584–607.

- Hayes Rebecca A. 2009 : New media, new politics: political learning efficacy and the examination of uses of social network sites for political engagement. Unpublished PhD. (Michigan: Michigan State University).
- Hesseldahl, A., MacMillan, D., & Kharif, O. 2008: The vote: A victory for social media, too. In Masahiro Yamamoto, Matthew J. Kushin :2013. *More Harm Than Good? Online Media Use and Political Disaffection Among College Students in the 2008 Election. In Journal of Computer-Mediated Communication* **19** (2014) 430–445.
- J. N. Cabpella, V. Price, and L. Nir, 2002: Argument repertoire as a reliable and valid measure of opinion quality in Political communication, 19, 73-93
- Jensen, K. & Rosengren, K, 1994: Five tradition in search of the audience, Europe Journal of Communication., Vol9
- K. Kemski, N.J. Stroud, 2006: connection between internet use and political efficacy, knowledge and participation, in Journal of Broadcasting and electronic media , Vol. 50, 173-192
- Katz, E., Gurevitch, M., & H. Hass 1973: On the use of mass media for important things, in, American Society Review., Vol. 38.
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. 2010: Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication & Society*, 13, 608–630.
- L. Nire, J. N. Drukman, 2008: campaign mixed messages flows and timing of vote decision, in, International Journal of Public Opinion Research, 20, 326-346
- Lilach Nir, 2011: Disagreement and opposition in social networks; does disagreement discourage turnout?, in Political studies, Vol 59,
- Lopez, M. H., Kirby, E., Sagoff, J., & Herbst, C, 2005: The youth vote 2004: With a historical look at youth voting patterns, 1972–2004. Retrieved from <http://www.pewtrusts.org/en/research-and-analysis/reports/2005/07/01/the-youth-vote-2004-with-a-historical-look-at-youth-voting-patterns-19722004> . last visited in 07/04/16.

Masahiro & Matthew 2014: More harm than good? Online media use and political disaffection among college students in the 2008 election, *Journal of computer mediated communication*, 19 (2014) 430-445.

Palmgeen, C., Wenner, L. & Rosengren, K. 1985: Uses and gratification: Current prospective, Beverly Hills, Sage Publication.

Pinkleton, B. E., Austin, E. W., Zhou, Y., Willoughby, J. F., & Reiser, M. 2012: Perceptions of news media, external efficacy, and public affairs apathy in political decision making and disaffection. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89, 23–32.

Smith, A. 2011: 22% of online Americans used social networking or Twitter for politics in 2010 campaign. *Pew Internet & American Life Project*. Retrieved from <http://pewinternet.org/Reports/2011/Politics-and-social-media/Report/21percnet-of-online-adults-used-SNS.aspx>

Smith, A., 2009: The Internet's role in campaign 2008. *Pew Internet & American Life Project*. Retrieved from http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2009/The_Internets_Role_in_Campaign_2008.pdf. last visited in 07/04/16

Towner, T. L., & Dulio, D. A. (2011). An experiment of campaign effects during the YouTube election. *New Media & Society*, 13, 1–19.

Vitak, J. & Lampe C. 2011: It is complicated; facebook users political participation in the 2008 election. In, *Behavior and Social Networking*, Vol. 14, No., 4.

Westerman et al, 2007: How do People really seek information about others?, Paper presented to annual meeting of the international communication Association, San Francisco.