

# دور وسائل الإعلام الرقمية فى تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعى

دراسة ميدانية لمشاركة طلاب الجامعة فى الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥

د. علا عبد القوى عامر محمد

مدرس بكلية تكنولوجيا الإعلام  
جامعة سيناء

يعتبر الإعلام الرقمية القائم بالأساس على مشاركات الأفراد لصور وفيديوهات لأحداث آنية يشهدها الشارع فى بث مباشر سواء على حسابات "فيس بوك" و"تويتر" أو عبر القنوات الخاصة على موقع "يوتيوب" وهو من أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة التى نجحت إلى حد كبير فى فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل، فالإعلام الرقمية مرحلة انتقالية فى تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدنى وقد بلغ الإعلام الرقمية ذروته فى ثورات الدول العربية حيث البعد السياسى الذى تفوق على كافة الأبعاد الأخرى بل ساعد الإعلام الرقمية على سرعة معرفة المعلومات السياسية التى قد تساهم فى تشكيل الإتجاهات السياسية لدى الأفراد بناء على وعيهم بالأوضاع السياسية التى تمر بها البلاد وما يميز وسائل الإعلام الرقمية من وسائل الإعلام التقليدية أنها ليست رقمية للمحتوى فقط ولكن علاقتها التفاعلية مع المتلقى ومن أكثر الفئات التى تأثرت بالإعلام الرقمية فئة الشباب تلك الفئة التى من خلالها تفجرت الثورات العربية ولم يقف هذا التأثير عند الثورات فقط بل امتد ليشمل كافة الأوضاع السياسية من متابعة الثورة ونقض الشخصيات السياسية والتفاعل السياسى من خلال الحملات الانتخابية واستخدام الاعلام الرقمية للدعاية للمرشحين وما إلى ذلك من أنشطة سياسية وتفاعل بين الشباب لبناء الوعى السياسى لديهم، فأصبح لتلك التقنية الحديثة فى مجال الإعلام الدراسة والبحث المتعمق لمعرفة أبعاد ما يطلق عليه البعض المجتمع الرقمية الذى أصبح جزء من حياة الشعوب فقد ساهم الإعلام الرقمية فى التنشئة السياسية الذاتية لدى الشباب فتلك التنشئة لا تتبع جهة أو مؤسسة ما ولكن هى تعرض مباشر من الفرد إلى ما ينقل اليه من معلومات حيث يمتلك الفرد مطلق الحرية فى التعرض للمحتوى الذى تعرضه الصفحات والمواقع، فضلا عن طبيعة الاعلام الرقمية التى تسمح بانحوار والانتقاد المستمر للأفكار والرؤى المطروحة من جميع الأطراف، تلك العوامل قد تؤدى فى مجملها إلى تحولات فى وعى المجتمع المصرى بصفة عامة والشباب الجامعى بصفة خاصة فقد بدأ الشباب يتشبعون بالكثير من المعلومات لا سيما القضايا السياسية والاجتماعية أو فيما يتعلق بنظرتهم إلى طبيعة التحديات التى أفرزتها هذه التحولات على المستوى الوطنى أو المستوى الذاتى تلك التحولات من الممكن أن تدفعهم للمشاركة الفعلية فى الأحداث السياسية والتي تاتى على رأس تلك الأحداث الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥.

## أولاً- مشكلة البحث

نظراً لما جاءت به تكنولوجيا الإتصال الحديثة للإعلام والإتصال فيما يسمى (بالإعلام الرقمي) الذي استطاع أن يستقطب فئة كبيرة من الأفراد وهي فئة الشباب وتحديداً طلاب الجامعة نحو الأوضاع السياسية المتمثلة في الثورات العربية وما تبعها من تداعيات سياسية أخرى يسعى هذا البحث لدراسة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية لطلاب الجامعات المصرية بالتطبيق على الإنتخابات البرلمانية 2015 وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة، وهي عينة عمدية من طلاب الجامعات المصرية متمثلة في (جامعة سيناء) كنموذج لطلاب المناطق الحدودية والجامعات الخاصة و(جامعة القاهرة) كنموذج لطلاب المدن و(جامعة الأزهر) كنموذج للتعليم الديني و(أكاديمية الفنون) كنموذج للتعليم الفني.

## ثانياً- أهمية البحث

1- التطور الهائل والمتطرد لوسائل الإعلام الرقمية ومآلها من تأثير على تشكيل اتجاهات وسلوكيات الأفراد سياسياً.

2- زيادة تعرض جميع فئات المجتمع لوسائل الإعلام الرقمية والمتمثلة في نشر وتداول ومناقشة المعلومات السياسية ومن ضمنها فئة الشباب التي تمثل نسبة كبيرة من المجتمع والذي أطلق عليه البعض المجتمع الافتراضي مما أدعى لدراسة هذا المجتمع من البعد السياسي وذلك نظراً لإجراء الإنتخابات البرلمانية 2015 .

## ثالثاً- أهداف البحث

1- رصد مدى اعتماد طلاب الجامعات على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم السياسية  
2- تحليل مدى اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية وما يترتب على هذا الاعتماد من تأثيرات معرفية وسلوكية لمعرفة الأوضاع السياسية واتجاهاتهم ومشاركتهم في الإنتخابات البرلمانية 2015 .

3- المقارنة بين شباب الجامعات المصرية المختلفة المتمثلة في البعد المكاني والبعد التعليمي وتأثير ذلك على مستوى مشاركتهم في الإنتخابات البرلمانية 2015 .

## رابعاً- الإطار النظري للبحث

### نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام-

اتخذت الباحثة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إطاراً نظرياً باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقى معلوماته منها وكما يوحي إسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزاءها مثل: الصحف- الراديو-التلفزيون<sup>(1)</sup>

تمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة ، وكلما قامت الوسيلة بدوراً مهماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام<sup>(2)</sup>

وتركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث ، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم<sup>(3)</sup>

وتؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام

موضوع تكنولوجيا الإتصال وعلاقتها بالأوضاع السياسية وربط بعضها بتأثيرها على فئة الشباب الجامعي بشكل خاص ، وتلك مجموعة من الدراسات التي أمكن للباحثة الإطلاع عليها:-

### 1-Hybrid Media Consumption: How Tweeting During a Televised Political Debate Influences the Vote Decision. 2014 (٦)

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في موقع (تويتنج) على قرار التصويت السياسي وقد أجريت تلك الدراسة في نوفمبر ٢٠١٤ وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٥٠ مبحوثاً من فئة الشباب، **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-**

١- ٤٥٪ ممن شملهم الاستطلاع قالوا أنهم استخدموا رسائل SMS لمناقشة القضايا السياسية مع الآخرين.

٢- قال ٢٠٪ من أفراد العينة بأن أصدقائهم في كثير من الأحيان يصبحون أكثر انخراطاً في السياسة نتيجة للمعلومات السياسية التي تذاق عبر الشبكات الاجتماعية.

٣- أشار ٥٠٪ من أفراد العينة بأنهم إستخدموا الفيس بوك والمنتديات وتويتر لنشر الخطاب السياسي للمرشحين المؤيدين لهم ، كما أشارت الدراسة أن التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بدرجة كبيرة على أفكار ومعتقدات واتجاهات الجمهور حول القضايا السياسية المختلفة وكذلك فيما يتعلق بالمرشحين في الانتخابات السياسية.

### 2- A Social Influence Perspective on Expressive Political Participation in Twitter: the Case of # Occupy Gezi. 2014 (٧)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على منظور التأثير الاجتماعي على المشاركة السياسية في تويتر من خلال اجراء دراسة حالة على عينة من الشباب في أمريكا حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث ممن

على الجمهور تؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها ، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام ، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام ، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة(٤)

ويختلف الجمهور في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ، فمثلاً جمهور الصفوة يتمتع بمصادر معلومات متنوعة بصورة أكثر من الجمهور العام الذي يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها أحد مصادره الأساسية، كذلك يختلف الجمهور المصري في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية(٥)

### توظيف نظرية الإعتداد على وسائل الإعلام لخدمة أغراض البحث:-

يستفيد البحث من نظرية الإعتداد على وسائل الإعلام من خلال النقاط التالية:-

١- دراسة الوسائل الرقمية حيث تركز النظرية على وسائل الإعلام ودرجة أهمية كل وسيلة عند الفرد في الحصول على معلوماته وهذا من ضمن أهداف البحث وهو معرفة مستوى إستخدام الشباب لوسائل الإعلام الرقمية.

٢- استفاد البحث من النموذج الخاص بالتأثيرات المعرفية التي تحدد إلى أي مدى يعتمد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام الرقمية في استقاء معلوماته التي تساهم في التوعية السياسية لديهم.

٣- إستفادت البحث من مدخل (التهيئة المعرفية) الذي تم إضافة إلى مجال الإعلام السياسي في دراسة مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي حول القضايا والأحداث السياسية وفي مقدمة تلك الأحداث الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥ .

### خامساً:- الدراسات السابقة

تناولت العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية

يتابعون الأوضاع السياسية في ولاية واشنطن بأمريكا.

### ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-

١- الهوية الاجتماعية والمعايير الجماعية من الجوانب المهمة في عملية التأثير الاجتماعي مما لها أهمية قصوى في التنبؤ وتشجيع المشاركة السياسية من خلال موقع تويتر.

٢- أن المجتمعات المحلية على الانترنت أنشأت حول الأفكار السياسية لا سيما خلال أوقات الاضطرابات السياسية وهي في الواقع قادرة على سن الهويات الاجتماعية والأعراف والتي بدورها لها تأثير إجماعي كبير على أعضائها في سياق السلوك السياسي.

### 3-Political Participation in Digital Age: An Integrated Perspective on the Impact of the Internet on Voter Turnout. 2014 (٨)

هدفت تلك الدراسة إلى وضع تصور لنموذج كامل عن العناصر الرئيسية التي تؤثر على تبني التصويت عبر الإنترنت حيث مزجت الدراسة بين العلم السياسي وتركيبات أنظمة المعلومات لتقييم نموذج متحد لمشاركة الناخب عبر الإنترنت، حيث يفترض النموذج أن يمزج بين العوامل التقنية والديموقراطية لتؤثر على تبني خدمات التصويت عبر الإنترنت ، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة قوامها ٢٧٢ مواطن تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٧٥) عاماً، **ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة :-**

١- أن النموذج الموحد لتبني الاستفادة بالتصويت عبر الإنترنت هي أعلى من النماذج الموجودة والتي تستكشف العلم السياسي أو تركيبات اختبار التكنولوجيا وقد تم تقديم هذه الدراسة للبحث والممارس

٢- أن المشاركة الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل (تويتر) تتحول إلى تشكيل اضطرابات واعتصامات تتعلق بالأوضاع السياسية .

٣- أن المشاركة السياسية على الانترنت قد تكون أيضا غير مباشرة من خلال تأثيرها على التعبئة السياسية

حاليا والمتمثلة في أنشطة غير مرئية مثل التي تسهل تنظيم وتعزيز التجمعات المتواجده حاليا.

### ٤- دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي: دراسة حالة لشباب ثورة ٢٥ يناير ٢٠١٤ (٩)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تجميع وحشد المظاهرات بالإضافة إلى معرفة درجة اعتماد الشباب على تلك الشبكات في الحصول على المعلومات أثناء ثورة 25 يناير، كما هدفت إلى معرفة حجم ودوافع استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مبحوث من الشباب المصري المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي.

### ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-

١- أن الشباب أصحاب المستوى التعليمي الجامعي هم الأكثر حرصاً على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي دائماً بنسبة ٨,٨% من أفراد العينة بدأت بعد ثورة ٢٥ يناير ومن أهمها الفيس بوك Face book

٢- أن الشباب يشعرون بأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تحدث تغييراً في اتجاهاتهم بالإيجاب نظراً لما تطرحه من نشر المعرفة حول بعض القضايا السياسية حيث تنقل من خلال مستخدميها المعلومات والأحداث والأخبار السياسية والتعليق عليها.

٣- من أهم الموضوعات التي تناول الشباب مناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي الموضوعات السياسية، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم للتعبير الحر عما يراه الشباب وتشجعهم على رصد أفكارهم بصفة مستمرة والتعبير عن رأي معين مناصر أو مضاد للنظام السياسي.

### ٥- دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي بالمشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية ٢٠١٢ (١٠)

سعت الدراسة إلى محاولة رصد وتوصيف طبيعة الدور الذي يقوم به الإنترنت في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي ومعرفة حجم المشاركة

استهدفت الدراسة التعرف على كيفية وحدود العلاقة بين المواصفات الاتصالية لشبكة الانترنت وتمكين الشباب فيما يتعلق باكتسابهم للأليات الضرورية التي قد يحصلون عليها من خلال استخدامهم للإنترنت، حيث أجريت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ طالب من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة مصر الدولية، **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-**

١- وجود علاقة ارتباطية غير دالة احصائياً بين اعتماد الطلاب على شبكة الإنترنت وشعورهم بأنهم قادرين على التوجيه والتحكم في مستقبلهم العلمي.  
٢- توجد علاقة ارتباطية غير دالة احصائياً بين اعتماد الطلاب على شبكة الإنترنت وشعورهم بالانتماء الوطنى، فكلما زادت ساعات استخدام الطلاب لشبكة الإنترنت كانوا أكثر قدرة على إتخاذ القرارات الصعبة.

#### **٨- العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية فى مصر. ٢٠١٠ (١٣)**

سعت تلك الدراسة إلى معرفة مدى تأثير متابعة المدونات والثقة فيما تقدمه من معلومات وتقييمات على اتجاهات وتصورات الأفراد إزاء الواقع السياسى وتداعيات ذلك فى دفعهم إلى الإنخراط فى الفعاليات العامة باعتباره عاملاً محفزاً للمشاركة أو حثهم على العزوف عنها والاكتفاء بالتفاعل عبر الوسائط الإلكترونية كقناة بديلة عن قنوات المشاركة الفعلية، واعتمدت تلك الدراسة على منهج المسح الإعلامى المتعلقة بالوسيلة والجمهور حيث تم تحليل شكل المدونة كوسيلة إعلامية كما طبقت استمارة الاستقصاء على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث، **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-**

١- المدونات السياسية المصرية تمتلك بالفعل إمكانية التحول إلى وسيلة للمشاركة وهو ما انعكس فى قيام ١٤٤ تدوينه بنسبة ٢٦,٥% من إجمالى تدوينات الدراسة بتوجيه دعاوى صريحة ومباشرة للانخراط فى أحد أشكال المشاركة السياسية تنوعت ما بين التظاهر والتصويت

السياسية لديهم وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٥٠ مبحوث من ( جامعة القاهرة- المنصورة- طنطا) وتم اختيارها بطريقة عمدية من مستخدمى الإنترنت وقد تم تقسيم العينة بالتساوى، **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-**

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للإنترنت ومستويات الوعى بالمشاركة السياسية لديهم.  
٢- تزداد درجة المعرفة لدى المبحوثين كلما زادت درجة اعتمادهم على الإنترنت كمصدر للمعلومات وكلما زاد مستوى ثقة المبحوثين بالمعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت تزداد درجة المشاركة السياسية لديهم.

#### **٦- علاقة التعرض للمواقع الإلكترونية الشبابية والمنتديات بترتيب الشباب لأولويات قضاياهم ٢٠١١ (١١)**

هدفت الدراسة إلى محاولة رصد وتوصيف وتحليل طبيعة الدور الذى تقوم به المنتديات والمواقع الإلكترونية الشبابية فى ترتيب أولويات اهتمام الشباب نحو قضاياهم بالتعرف على أهم القضايا المطروحة داخل كل وسيلة وفى شقها الميدانى سعت الدراسة للتعرف على أهم المواقع والمنتديات المفضلة لدى المبحوثين ومدى ثقة الشباب فى الإنترنت كوسيلة تمكنهم من التعبير عن آرائهم عن طريق أدوات تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء حيث طبقت الاستمارة على ٤٠٠ مبحوث.

#### **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-**

١- الذكور يتفوقون على الإناث فى استخدام الانترنت وذلك بنسبة ٥١,٨% من الفئة العمرية ١٨-٢٥  
٢- جاء موقع الفيسبوك على رأس المواقع المفضلة لدى الشباب بوزن نسبى ٩٥,٥% وكانت المضامين السياسية من أهم المضامين التى يحرص المبحوثين على متابعتها عبر مواقعهم المفضلة.

#### **٧- العلاقة بين خصائص الاتصال فى الانترنت وأليات تقوية دور طلاب الجامعات الخاصة المهمشين فى المجتمع ٢٠١٠ (١٧)**

والإنضمام إلى مشروع أو حملة.

2- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن 29% من المبحوثين معظمهم من طلاب الجامعات سبقت لهم المشاركة في أنشطة سياسية دعت إليها المدونات.

### 9- Democracy in the 21 st Century: Social Media University of Southern – Global Village or Cyber- Balkans 2010<sup>(14)</sup>

سعت تلك الدراسة إلى الكشف عن تأثير ما يتم نشره من موضوعات وروابط إلكترونية ومقاطع فيديو وصور في مجموعات النقاش عبر موقع الفيس بوك Face book في الدور السياسي لهذا الموقع وقد تم تحليل مئات مجموعة من مجموعات النقاش، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:-

1- أن مجموعات النقاش على موقع الفيس بوك Face book هي منتديات للحوار الفعال بين المستخدمين في الموقع، كما يسهل موقع الفيس بوك من عملية الحوار الديمقراطي لكونه يفرّد مساحات افتراضية سياسية مختلفة .

2- أشارت نتائج تحليل المضمون إلى أن موقع الفيس بوك هو المرشح بقوة لأن يكون خطوة قادمة مهمة نحو الديمقراطية وأن يجتذب الأجيال القادمة للخطاب السياسي فيه لكونه ملائم لهم.

### 10- New Media, New Political: Political Learning Efficacy and the Examination of Uses of Social Network Sites. 2010<sup>(15)</sup>

سعت تلك الدراسة إلى الكشف عن دور استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة فاعلية التعليم السياسي والمعرفة والمشاركة السياسية لدى الشباب ، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 625 مبحوث تتراوح أعمارهم من 18-25 عاماً، كما أجريت 4 جلسات لمجموعات النقاش المستهدفة Focus Group Discussion يتراوح عدد الطلاب في المجموعة الواحدة ما بين 5 إلى 11 طالباً.

### ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-

1- تفضيل الطلاب لمتابعة الأخبار التليفزيونية والصحف من خلال وسائل الإتصال الحديثة للحصول على المعلومات السياسية.

2- يشارك بعض الطلاب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في مواقع الشبكات الاجتماعية ، كما لاحظ الطلاب تفاعل أصدقائهم المرشحين السياسيين في تلك المواقع، كما أشار البعض أن بداية معرفتهم بأوياما مرشح الرئاسة 2008 قد بدأت من خلال مشاهدة مقطع فيديو له في موقع اليوتيوب . YouTube

3- أشارت النتائج أن من أكثر الأنشطة التي قام بها الطلاب في مواقع الشبكات الاجتماعية تأييد ودعم القضايا السياسية بنسبة 25,4% أو الإشتراك في مسابقات تتضمن معلومات سياسية بنسبة 33,5% وجدت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأغراض سياسية ومعدلات المعرفة والمشاركة السياسية وفاعلية التعلم السياسي لدى طلاب الجامعة.

### 11- دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية 2009<sup>(16)</sup>

سعت تلك الدراسة لمعرفة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات " الفيس بوك" في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية سواء من خلال هذه الشبكات مثل (إبداء الرأي أو التعليق أو بث مقاطع فيديو سياسية أو غيرها كوسيلة لتفعيل المشاركة السياسية للشباب وذلك من خلال التطبيق على أسلوب التدوين القصير Micro blogging بالتطبيق على الدعوة لإضراب 6 إبريل 2009 ومدى استجابة الشباب لها وتوقعاتهم لحدود الدور السياسي الذي يمكن أن تقوم به هذه الشبكات في الحياة السياسية المصرية، وذلك من خلال إجراء استقصاء على 280 مبحوث من الطلاب الجامعيين إلى جانب استخدام أسلوب جماعات النقاش

### on Young Adult Political Information Efficacy, American Behavior Scientist.2008. (١٨)

سعت تلك الدراسة إلى التعرف على تأثير التفاعلية على إدراك الشباب الأمريكي لفاعلية المعلومات السياسية وأيضاً تأثيرها على إدراكهم للحاجة إلى المشاركة السياسية ، واعتمدت الدراسة على التجربة من خلال تعرض مجموعة من الشباب لمواقع الحملة الانتخابية الرئاسية الخاصة بعام ٢٠٠٤ **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة مايلي:-**

١- ثبت أن الشباب من (١٨-٢٩) سنة هم الأكثر استخداماً للإنترنت في العملية السياسية .  
٢- أن للتفاعلية تأثير كبير على زيادة إدراك الشباب الأمريكي لأهمية رأيهم في العملية السياسية وأن صوتهم له مغزى .

٣- أكدت النتائج أن كلما زادت فرص التفاعلية في المواقع السياسية كلما زادت فعالية المعلومات السياسية لان التفاعلية تتيح للشباب وسائل الاندماج في العملية الديمقراطية وتمثلت أشكال التفاعلية في المواقع السياسية في التفاعل بين المستخدم والمحتوى والتفاعل بين المستخدم والنظام بالإضافة إلى التفاعل بين المستخدم ومستخدم آخر .

### 14- Internet Effects on Political Participation: Digital Divide, Causality, and New Digital Divide, 2008<sup>(١٩)</sup>

سعت تلك الدراسة إلى معرفة تأثير الإنترنت على المشاركة السياسية والسلوك الانتخابي، وقد أجريت تلك الدراسة بالاعتماد على قوائم الانتخابات الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية نوفمبر ٢٠٠٨ **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-**

١- أن استخدام الإنترنت لا يؤثر على كل المستخدمين على حد سواء وهذا يعنى أن تأثير الإنترنت على سلوك التصويت يعتمد على أسلوب الشخص المستخدم للإنترنت.

المركزة .

### ومن أهم النتائج التي أشارت إليها الدراسة ما يلي:-

١- أن ٩,٨% فقط من العينة هم من تابعوا الدعوة للإضراب عبر موقع " الفيس بوك" واستجابوا لها بالمشاركة وذلك مقابل ٢٩,٨٧% تابعوها ولم يشاركوا في الإضراب، و٥١% لم يتابعوها ولم يشاركوا في الإضراب. ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب للفيس بوك لأغراض سياسية واتجاه الشباب للمشاركة، كما أكدت الدراسة أن الفيس بوك يمكن أن يكون مجالاً لنشر الوعي السياسى ودعم المشاركة بين الشباب إذا تم توظيفه بشكل جيد من جانب القوى السياسية والمجتمع المدني.

### 12- Campaigning in the New Millennium: How the New Media Affects College Students intention to and Participation in the political Process. 2008.<sup>(١٧)</sup>

هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدام طلاب الجامعة لمواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك Face book ماى سبيس My Space والمدونات وقياس دورهم في دفع الطلاب نحوها للمشاركة السياسية ، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ١٦٠ طالباً، **ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:-**

١- أن طلاب الجامعة يستخدموا مواقع شبكة الإنترنت في الحصول على معلومات خاصة بالعملية الانتخابية بنسبة ٢٨% ولا يقوم الطلاب بالمشاركة في أى مدونة سياسية بالقراءة أو الكتابة وذلك بنسبة ٣٩% و٨٦% على التوالي.

٢- أظهرت النتائج أن تلك المواقع بما تحمله من خصائص تشجع المستخدمين بنسبة ٨٩% على وضع هواتفهم الشخصية وأسمائهم الحقيقية وتواريخ ميلادهم مما يتيح فرصة للتعرف على أكثر الفئات العمرية استخداماً .

### 13- Examining Internet Interactivity Effects

عن الدور الذى تقوم به مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقعى فيس بوك Facebook وتويتر Twitter فى دفع المستخدمين البالغين إلى التصويت فى انتخابات الرئاسة وقد أجريت الدراسة على عينة من الجمهور العام قوامها ٢٢٥٤ مبحوث .

#### ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة ما يلى :-

١- يحصل الجمهور العام من وسائل الإعلام التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون على المعلومات السياسية بجانب موقعى فيس بوك Face book وتويتر Twitter .

٢- اعتماد فئة الشباب فى الحصول على المعلومات السياسية من خلال موقعى فيس بوك Face book وتويتر Twitter بنسبة ٢٠٪ .

#### ١٧- إعتداد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية ٢٠٠٦ (٣)

سعت تلك الدراسة إلى التعرف على المتغيرات المؤثرة على اعتماد الشباب الجامعى المصرى على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية العربية للحصول على المعلومات السياسية وأسباب هذا الإعتداد ومدى تحقق تأثيرات الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية وتم إجراء تلك الدراسة على عينة من طلاب الجامعات بلغت ٣٦٠ مبحوث.

#### ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة ما يلى :-

١- ارتفاع درجة اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتلفزيونية كمصدر أساسى للأخبار سواء العربية أو الأجنبية مما يشير إلى أهمية تلك المواقع كمصدر أساسى للثقافة السياسية لدى الشباب الجامعى .

٢- تصدرت قناة الجزيرة والعربية قائمة المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية العربية بينما تصدرت مواقع BBC و CNN قائمة المواقع الأجنبية .

٣- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات تأثير الإعتداد (المعرفية والوجدانية والسلوكية) لصالح الأكثر استغراقاً .

٢- تأثيرات الإنترنت على التصويت كانت أقوى لدى المستخدمين السياسيين من المستخدمين غير السياسيين من خلال تدعيم الناخبين المحتملين للتصويت بالإضافة إلى تجنيد الناخبين غير المحتملين على الرغم من أن شبكة الإنترنت تدعم المشاركة السياسية لدى بعض المستخدمين .

#### 15- Did Social Media Matter? College Students Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election<sup>(٢٠)</sup>

سعت تلك الدراسة إلى استكشاف أدوار استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية فى التأثير على عملية اتخاذ القرار السياسى لدى الشباب وقد أجريت الدراسة على عينة من الشباب الجامعى الأمريكى فى مقاطعة (نورث ويست) قبيل إسبوعين من إجراء الانتخابات فى نوفمبر ٢٠٠٨ .

#### ومن أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة ما يلى :-

١- وجود علاقة بين كل من ( استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية-التعبير على الإنترنت-استخدام مصادر الإنترنت التقليدية) والكفاءة السياسية، كما أن المبحوثين الذين يولون انتباهاً أكبر للمعلومات المقدمة فى الحملة عبر مصادر الإنترنت التقليدية كانوا أكثر فاعلية وكفاءة سياسية .

٢- أن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والتعبير على الإنترنت واستخدام مصادر الإنترنت التقليدية يرتبط إيجابياً بالانغماس السياسى .

وجدت الدراسة ان مصادر الإنترنت التقليدية كمواقع الأخبار ومواقع المرشحين والمواقع الحكومية ساهمت بدور أكبر فى تسهيل المشاركة السياسية بين الشباب فى الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٨

#### 16- Face Book, Twitter and Barrack Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections<sup>(٢١)</sup>

سعت تلك الدراسة لمعرفة دور وسائل الإعلام الحديثة فى الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٨ حيث بحثت



## رؤية نقدية للدراسات السابقة-

يستدل من عرض الدراسات السابقة الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الرقمية فى المجال السياسى ويصفه خاصة بعد الأحداث التى شهدتها المنطقة العربية حيث برز ذلك الدور نتيجة لسرعة وسهولة نشر المعلومات من خلالها، كما تركزت معظمها على المشاركة والأنشطة وتداول المعلومات السياسية.

أيضاً أبرزت الدراسات السابقة الاعتماد على عينة الشباب، باعتبارها الفئة الأكثر اندماجاً مع وسائل الإعلام الجديدة والملاحظة الجديرة بالاهتمام هى قلة الدراسات التى تناولت دور الإعلام الرقمية فى البحث عن ما إذا كانت تلك الوسائل بما تنشره من معلومات وما تشبعه من احتياجات الشباب على المستوى السياسى تساعد فى تفعيل مستوى المشاركة السياسية لديهم أم لا؟ كذلك قلة الدراسات التى تطرقت للشباب فى الأماكن الحدودية فى مصر وتركيز معظمها على العاصمة وعدم المقارنة بينهم فى ما إذا كان للمنطقة الجغرافية دور فى التأثير على الوعى السياسى لدى الشباب أم أن وسائل الإعلام الرقمية تخطت الحدود الجغرافية ، وفى ضوء ذلك تتطرق الدراسة الحالية إلى منطقة سيناء باعتبارها من المناطق الحدودية التى لم تنعم بالدراسات الكافية.

## سادساً: تساؤلات وفروض البحث

### تساؤلات البحث

- س١: ما كثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية ؟
- س٢: ما أكثر مواقع الإعلام الرقمية التى يعتمد عليها طلاب الجامعة وقت الأحداث والأزمات؟
- س٣: ما أكثر الموضوعات والقضايا السياسية التى يتعرض لها طلاب الجامعة عبر وسائل الإعلام الرقمية؟
- س٤: ما الدوافع والحاجات التى تكمن وراء استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية؟
- س٥: ما شكل مشاركة طلاب الجامعة سياسياً عبر وسائل الإعلام الرقمية؟

س٦: ما حجم مشاركة طلاب الجامعة فى التصويت فى الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥

### ب- فروض البحث

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة السياسية لديهم.

٢- هناك علاقة ارتباطية بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتهم فى التصويت فى الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥

٣- توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع-الفئة العمرية-الجامعة - الكلية-المستوى الاجتماعى الاقتصادى) فى كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية.

٤- توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب جامعة سيناء (كنموذج لطلاب الجامعات الخاصة والأماكن الحدودية المتمثلة فى شمال سيناء) وطلاب جامعة القاهرة (كنموذج لطلاب الجامعات الحكومية) وطلاب جامعة الأزهر (كنموذج لطلاب التعليم الدينى) وطلاب أكاديمية الفنون (كنموذج لطلاب التعليم الفنى) فى استخدام وسائل الإعلام الرقمية مما ينعكس على مستوى المشاركة السياسية لدى كلاً منهما .

### سابعاً: التصميم المنهجى للبحث

#### نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من نوعية البحوث الوصفية التى تستهدف دراسة ظاهرة معينة هى تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات المصرية ويعتمد البحث على منهج المسح الذى يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث بهدف جمع الحقائق والمعلومات الخاصة بتفعيل المشاركة السياسية لطلبة الجامعة.

كما يستخدم البحث منهج دراسة العلاقات المتبادلة، ولم يكتفى بمجرد الحصول على أوصاف الظاهرة وجمع المعلومات عنها، بل سعت الباحثة إلى تتبع العلاقات بين

مختلف الحقائق بهدف فهم أعمق للظاهرة، وكذلك بهدف التعرف على العلاقات بين المتغيرات المختلفة في الظاهرة موضع البحث باستخدام إحدى الطرق الرئيسية لمنهج العلاقات المتبادلة وهي الدراسات الارتباطية<sup>(٢٢)</sup>

### عينة البحث

تم اختيار عينة عمدية موزعة بأسلوب حصصى (٤٠٠ مبحوث) من طلاب الجامعة متمثلة في ١٠٠ مبحوث من طلاب (جامعة سيناء) كنموذج للطلاب الجامعات الخاصة والمناطق الحدودية و١٠٠ مبحوث من طلاب (جامعة القاهرة) كنموذج لطلاب الجامعات الحكومية و١٠٠ مبحوث من طلاب (جامعة الأزهر) كنموذج للطلاب الدارسين للمنهج الدينى و١٠٠ مبحوث من طلاب (أكاديمية الفنون) كنموذج للطلاب الدارسين للتعليم الفنى وبعد فرز الاستمارات وجدت الباحثة أن عدداً منها غير صالحة علمياً وبالتالي كان إجمالي عينة البحث النهائية هو (٢٩٠) طالب وطالبة.

### جدول (١) توزيع عينة المبحوثين وفقاً للخصائص الديموغرافية

الخصائص الديموغرافية لعينة المبحوثين	التكرار	النسبة
تنوع	ذكور	203
	إناث	187
	18-19	73
اللقبة العمرية	20-21	201
	22-23	116
تلكية	نظرية	266
	عملية	124
	الجامعة	القاهرة
الأزهر		100
أكاديمية الفنون		100
سيناء		90
المستوى الاجتماعي الاقتصادي	متوسط	185
	منخفض	139
	مرتفع	66
	الإجمالي	390

### - أداة جمع البيانات

تم جمع البيانات الميدانية من خلال استمارة استبيان وقد اشتملت الاستمارة على ٢٥ سؤال بالإضافة إلى

البيانات الديموغرافية المطلوبة وتضمنت أسئلة مغلقة ومفتوحة قسمت على ٣ محاور كل محور يتضمن عدداً من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة وبما يحقق أهداف البحث وتم تصميم الاستمارة بالاستعانة بالإطار النظرى للدراسة، والدراسات السابقة. وتم ملء الاستمارات من خلال المقابلة المباشرة مع طلبة الجامعات (عينة البحث)، فى الفترة الزمنية أكتوبر-نوفمبر ٢٠١٥ وقد تم تحديد تلك الفترة لتشمل الفترة الزمنية التى تسبق بدء الإنتخابات وهى فترة ذروة الدعاية للمرشحين ونهاية إجراء الإنتخابات البرلمانية التى انتهت فيها جولة الإعادة للمرحلة الثانية فى 30 نوفمبر.

### - أسلوب جمع البيانات

- ملئ عدد ١٩٠ استمارة بالمقابلة الشخصية من طلاب جامعة (الأزهر) وطلاب جامعة (سيناء).  
- ملئ عدد ٢٠٠ استمارة عبر الإنترنت من طلاب جامعة (القاهرة) وطلاب (أكاديمية الفنون).

### - الصدق والثبات

تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين فى الإعلام(\*) وذلك لقياس صدقها والتأكد من صلاحيتها كما تم إجراء اختبار قبلى على عينة من طلبة الجامعات عينة البحث قدرها ٥% للتأكد من وضوح أسئلة الاستبيان وبناءً على الاختبار ورأى المحكمين تم إعادة ترتيب بعض الأسئلة فى الاستبيان، كما تم غلق بعض الأسئلة المفتوحة وتمت إجراءات الثبات من خلال إعادة تطبيق الاستبيان على ٥% من عينة البحث، بعد أسبوعين من تنفيذ الدراسة الميدانية ثبت وجود معامل ثبات عالية يبلغ ٨٥% .

### - أساليب المعالجة الإحصائية

تم التعامل إحصائياً مع بيانات الدراسة الميدانية من خلال برنامج التحليل الإحصائى، (SPSS) وتمت المعالجة من خلال عدد من الأساليب الإحصائية على النحو الآتى:-

- استخراج الجداول التكرارية البسيطة العدد والنسبة

المئوية لاستجابات المبحوثين.

- استخراج قيمة مربع كاي - (Chi square) لقياس مدى استقلالية المتغيرات عن بعضها وتبين وجود علاقات ارتباطية أم لا، بين استجابات المبحوثين على عدد من الأسئلة والمتغيرات المتضمنة في البحث.

### ثامناً:- مفاهيم ومصطلحات البحث

**وسائل الإعلام الرقمية:-** إن مفهوم أو مصطلح "وسائل الإعلام الرقمية" هو مصطلح واسع النطاق ظهر في الجزء الأخير من القرن ٢٠ ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمكتوبة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات ووسائل الإعلام الرقمية التي تحمل إمكانية الحصول على الطلب على المحتوى في أى وقت وفي أى مكان وفي أى جهاز رقمي، وكذلك التفاعلية وتعليقات المستخدمين والمشاركة الخلاقة وتشكيل المجتمع حول محتوى وسائل الإعلام، وأبرز مواقع الإعلام الرقمي هي (الفييس بوك، تويتر، واليوتيوب) وأهمها هي شبكة (الفييس بوك).

**المشاركة السياسية:-** وبعد مراجعة العديد من الباحثين تبين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي :-

- **مرحلة الاهتمام السياسي:** أى متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.

- **مرحلة المعرفة السياسية:** وتعنى المعرفة بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.

- **مرحلة التصويت السياسي:** وتتمثل في مشاركة الأفراد في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

- **مرحلة المطالب السياسية:** وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية. ومن استقراء التعريفات السابقة لمفهوم المشاركة السياسية، ووفقاً لحدود هذا البحث فإن ما نقصده بالمشاركة السياسية - كمفهوم إجرائي يستخدمه هذا

البحث يتضمن ما يلي:-

- كل نشاط أو سلوك سياسى علنى طوى يقوم به طلبة الجامعات بهدف القيام بدور فى الحياة السياسية لمجتمعهم سواء كان هذا السلوك عرضياً يحدث فى أوقات بعينها مثل التصويت والمشاركة فى الانتخابات أو سلوكاً مستمراً مثل الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية، والعضوية فى الأحزاب السياسية، والانتماء للاتحادات والمنظمات الأهلية.

### تاسماً :- نتائج البحث

#### أ- النتائج العامة:-

**أولاً:- كثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية:-**

قامت الباحثة بقياس كثافة الاستخدام من خلال توجيه سؤال للمبحوثين عن عدد الساعات وعدد المرات وفيما يلى جداول تفصيلية لكثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية.

**جدول رقم (٢) عدد الساعات والمرات التى يقضيها طلاب الجامعة أم وسائل الإعلام الرقمية بشكل يومي**

عدد الساعات والمرات التى يقضيها طلاب الجامعة أم وسائل الإعلام الرقمية بشكل يومي	تكرار	نسبة
أكثر من ثلاث ساعات	228	58.5%
من ساعتين لثلاث ساعات	84	21.5%
من ساعة لساعتين	78	20%
ثلاث مرات وأكثر	239	61.3%
من مرتين لثلاث مرات	105	26.9%
مرة واحدة	46	11.8%
الإجمالي	390	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع عدد الساعات التى يقضيها طلاب الجامعة أمام وسائل الإعلام الرقمية لأكثر من ثلاث ساعات بنسبة ٥٨,٥% وعدد المرات لأكثر من ثلاث مرات بنسبة ٦١,٣% وتلك النتائج تدل على كثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية . وفيما يلى جدول توضيحي لكثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية.

### جدول رقم (٥) مدى ازدياد معدل اعتماد طلاب الجامعة على الإنترنت وقت الأحداث والأزمات

النسبة	التكرار	معدل اعتماد طلاب الجامعة على الإنترنت وقت الأحداث والأزمات
52.3%	204	دائماً
36.4%	142	أحياناً
11.3%	44	نادراً
100%	390	الاجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل اعتماد طلاب الجامعة على الإنترنت وقت الأحداث والأزمات بصفة (دائماً) وذلك بنسبة ٥٢,٣% كذلك تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن في وقت الأزمات يزداد تعامل طلاب الجامعة مع وسائل الإعلام الرقمية بنسبة ٨٣,٨% لمجموعة من الأسباب تأتي في مقدمتها كما أظهرتها نتائج الدراسة (التفاعل مع الحدث) بنسبة ٢٨,٩% يليها معرفة الأخبار بنسبة ٢٢,٨% ثم سرعة نقل الأخبار مما يشير إلى دور تلك المواقع في تفاعل الشباب في الحياة السياسية.

### جدول رقم (٦) مدى ثقة طلاب الجامعة في المعلومات السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية

النسبة	التكرار	مدى الثقة في المعلومات السياسية
51.8%	202	أثق إلى حد ما
33.3%	130	أثق بشكل كبير جداً
14.9%	58	لا أثق على الإطلاق
100%	390	الاجمالي

تتفق بيانات الجدول السابق مع بيانات الجدول رقم (٤,٣) فمن خلال البيانات السابقة تتضح متوسط نسبة ثقة طلاب الجامعة في المعلومات السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية وانخفاض نسبة عدم الثقة. وقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى الأسباب التي تدفع طلاب الجامعة للحرص على استخدام وسائل

### جدول رقم (٣) كثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية

النسبة	التكرار	كثافة الاستخدام
65.9%	257	مرتفع
18.7%	73	متوسط
16.2%	60	منخفض
100%	390	الاجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع كثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية والتي ظهرت بنسبة ٦٥,٩% وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة كلاً من جيهان حسين وفاطمة فايز و. David Ingentio

### ثانياً: الإعتماد على وسائل الإعلام الرقمية كمصدر للمعلومات السياسية:-

قامت الباحثة بقياس الإعتماد على وسائل الإعلام الرقمية كمصدر للمعلومات السياسية من خلال الجداول التالية:-

### جدول رقم (٤) أكثر مواقع الإعلام الرقمي التي يعتمد عليها طلاب الجامعة وقت الأحداث والأزمات

النسبة	التكرار	المواقع
69%	269	التواصل الإجتماعي ( الفيس بوك- تويتر
12.1%	47	المواقع الإخبارية
9.7%	38	المصحف الإلكتروني
9.2%	36	اليوتيوب
100%	390	الاجمالي

تتفق بيانات الجدول السابق مع نتائج الدراسات السابقة حيث تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة مواقع التواصل الاجتماعي من حيث كونها أكثر المواقع التي يعتمد عليها الشباب وقت الأحداث والأزمات وذلك بنسبة ٦٩% وهي نتيجة منطقية تتفق مع طبيعة الأحداث التي شهدتها مصر فبدأية انطلاق ثورة ٢٥ يناير من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

٢٠,٥٩٪ وتنفق تلك النتيجة مع تفسير الباحثة لنتائج الجدول رقم (٦,٥)

### ثانياً:- الإهتمام بالمعرفة السياسية-

قامت الباحثة بقياس درجة إهتمام المبحوثين بالمعرفة السياسية من خلال إستخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية من خلال عرض الجداول التالية:-

### جدول رقم (٨) توزيع إجابات عينة الدراسة حول أكثر الموضوعات والقضايا السياسية التي تهتم بها عبر وسائل الإعلام الرقمية

النسبة	التكرار	الموضوعات والقضايا
36.7	143	قضايا الإخوان
36.4	142	القبض على الخلايا الإرهابية
32.6	127	حقوق الإنسان
31.3	122	الانتخابات الرئاسية
28.2	110	محاكمة الرؤساء السابقين
22.1	86	الانتخابات البرلمانية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن من أكثر الموضوعات والقضايا السياسية التي يهتم بها طلاب الجامعة عبر وسائل الإعلام الرقمية هي (قضايا الإخوان -القبض على الخلايا الإرهابية) بنسب متقاربة وهي نتيجة منطقية نظراً لطبيعة الأحداث السياسية التي فرضت تلك النوعية من القضايا والموضوعات في الفترة الأخيرة.

### جدول رقم (٩) توزيع إجابات عينة الدراسة حول الحاجات التي تلبيها لهم وسائل الإعلام الرقمية

النسبة	التكرار	الحاجات التي تلبيها وسائل الإعلام الرقمية
47.7	186	إشباع الفضول والحصول على معلومات أكثر عن الحياة السياسية
45.4	177	التعبير والتعبير بكل حرية عن الآراء السياسية
30.8	120	التهرب من الواقع
22.6	88	المشاركة السياسية بفعالية وحرية أكثر
21.8	85	التواصل والتفاعل مع التيارات السياسية المختلفة

تشير بيانات الجدول السابق أن من أكثر الحاجات

الإعلام الرقمية وجاء في الترتيب الأول أنها تتيح أشكالاً متنوعة المحتوى بنسبة ٢٠,٥٩٪ ثم لأنها تناقش موضوعات يمكن ألا توجد في وسائل الإعلام الأخرى بنسبة ٢٠,٣٪ والتواصل مع الآخرين بنسبة ٢٦,٩٪ وتنفق تلك النتائج مع نتائج جدول رقم (٥) في إزدياد معدل الإستخدام من قبل طلاب الجامعة لتلك الوسائل مما يشير إلى إرتفاع معدل التأثير الذي من الممكن أن تقوم به الوسائل على المستخدمين لها نتيجة إزدياد معدل الإستخدام وتنبئ هذه النتائج بأهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمية على كافة الموضوعات عامة والموضوعات السياسية خاصة.

### جدول رقم (٧) الدوافع التي تكمن وراء استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية

جدول رقم (٧) الدوافع التي تكمن وراء استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية

المسببات	مواقف			مخاض			الاجراء المتبعين
	ك	%	د	%	ك	%	
سرعة نشر الأحداث السياسية وتداولها	282	72.3	63	16.2	45	11.5	2.61
تعتبر وسائل الإعلام الرقمية من أكثر وسائل الإعلام لتعبير عن الآراء بحرية	262	76.2	96	24.6	32	8.2	2.59
تعتبر وسائل الإعلام الرقمية من أهم الأدوات المساهمة في حدوث التطورات السياسية مؤخراً في الوطن العربي	266	68.2	89	22.8	35	9.0	2.59
التطلع على الموضوعات والقضايا السياسية	239	61.3	124	31.8	27	6.9	2.54
حرية التعبير عن الآراء والانتماءات السياسية	185	47.4	155	39.7	50	12.8	2.35
التوجه السياسي تجاه المجتمع الاقتصادي الذي يكره الإعلام الرقمي	193	49.5	128	32.8	69	17.7	2.32
مناقشة الموضوعات السياسية بحرية دون رقابة	177	45.4	154	39.5	59	15.1	2.30
تنام وسائل الإعلام الرقمية في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية	136	34.9	166	42.6	88	22.6	2.12
مسارعة كافة لتكثيف الأنشطة السياسية	131	33.6	170	43.6	89	22.8	2.11
التواصل مع رموز وفكرة العمل السياسي دون تردد	107	27.4	149	38.2	134	34.4	1.93

تشير بيانات الجدول السابق أن من أهم الدوافع التي تكمن وراء إستخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية هي أن تلك الوسائل تعتبر من أكثر وسائل الإعلام للتعبير عن الآراء بحرية وسرعة نشر الأحداث السياسية وتداولها بنسب متقاربة على التوالي ٢٠,٦١٪ و ٢٠,٥٩٪ ثم أنها من أهم الأدوات المساهمة في حدوث التطورات السياسية في الوطن العربي مؤخراً بنسبة

بالنظر إلى بيانات الجدول السابق يتضح أن المناقشات التي تتم عبر وسائل الإعلام الرقمية تشجع على المشاركة في الأحداث السياسية فجاءت نسب (أحياناً) و (دائماً) أعلى من نسب (نادراً). وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة كلاً من Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto و John C. Tedesco مما يدل على دور تلك المواقع في التشجيع على المشاركة السياسية.

#### جدول رقم (١٢) توزيع إجابات عينة الدراسة في جدوى المناقشة عبر وسائل الإعلام الرقمية في تغيير مواقفهم حول بعض القضايا السياسية

النسبة	التكرار	جدوى المناقشة في تغيير الموقف حول بعض القضايا السياسية
46.9%	183	أحياناً
28.7%	112	نادراً
24.4%	95	دائماً
100%	390	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق أن المعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمية ليست سبباً كافياً لتغيير الموقف نحو بعض الموضوعات والقضايا السياسية ضعيفة فقد ظهرت صفة (دائماً) بنسبة ٤.٢٤٪ وهي نسبة ضعيفة فقد يوجد عوامل أخرى لجعل الأفراد يغيرون موقفهم السياسي وتتفق نتائج تلك الدراسة مع دراسة Hyung Lae, Park والتي أشارت أن الإنترنت لا يؤثر على كل المستخدمين على حد سواء وترجع الباحثة تلك النتيجة إلى اختلاف العوامل الديموجرافية بين الأفراد بعضهم البعض.

#### جدول رقم (١٣) توزيع إجابات عينة الدراسة في أشكال المشاركة سياسياً عبر وسائل الإعلام الرقمية

النسبة	التكرار	أشكال المشاركة السياسية
39%	152	إرسال الفيديوهات السياسية عبر الفيس بوك واليوتيوب
27.4%	107	المشاركة في الاستفتاءات التي ترونها المرار بصورة مستمرة
17.4%	68	الإضمام إلى جروب سياسي
10.3%	40	المشاركة في المظاهرات
7.4%	29	حضور للتواتر السياسية
6.4%	18	إنشاء جروب سياسي

التي تلبها وسائل الإعلام الرقمية لطلاب الجامعة (إشباع الفضول والحصول على معلومات أكثر عن الحياة السياسية-التنقيس بكل حرية عن الآراء السياسية) وترتبط تلك النتائج مع نتائج الجدول رقم (٨) وتتفق نتائج الجدول السابق مع نتائج دراسة كلاً من Matthew J. Kushin & John C. Tedesco و Masahiro Yamamoto مما يدل على دور تلك الوسائل في الحياة السياسية لطلاب الجامعة.

#### ثالثاً- المشاركة السياسية:-

قامت الباحثة بقياس معدل المشاركة السياسية لطلاب الجامعة من خلال الجداول التالية:-

#### جدول رقم (١٠) توزيع إجابات عينة الدراسة حول الحاجات التي تلبها لهم وسائل الإعلام الرقمية

النسبة	التكرار	الإضمام لأي مجموعة أو صفحة تتعلق بالقضايا السياسية
44.4	173	نعم
55.6	217	لا
100	390	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق أن طلاب الجامعة ينضمون لأي مجموعة أو صفحة تتعلق بالقضايا السياسية بنسبة ٤٤.٤٪ لمن أجاب (نعم) ونسبة ٥٥.٦٪ لمن أجاب (لا) وتفسر تلك النتائج إلى شعور الشباب بأن الإضمام إلى الصفحات السياسية قد لا يغير من الوضع السياسي للدولة وخاصة بعد حالة الاستقرار التي شهدتها الدولة بعد ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو.

#### جدول رقم (١١) توزيع إجابات عينة الدراسة في مدى الاعتقاد أن المناقشات التي تتم عبر وسائل الإعلام الرقمية تشجع على مشاركتهم السياسية

النسبة	التكرار	مدى الاعتقاد
46.4%	181	أحياناً
34.1%	133	دائماً
19.5%	76	نادراً
100%	390	الإجمالي

المعرفة السياسية وظهرت تلك الفروق لصالح جامعة القاهرة وتفسر الباحثة تلك النتيجة لطبيعة مجتمع جامعة القاهرة حيث الظروف المساعدة للطلاب على استخدام الانترنت بدرجة أعلى من طلاب جامعة سيناء التي تحكمها الظروف الجغرافية وطلاب جامعة الأزهر التي تحكمها الظروف السياسية.

**الفرض الثاني** - هناك علاقة ارتباط بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتهم في التصويت في الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥ .

### جدول رقم (١٥) العلاقة بين اعتماد طلبة الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتهم في الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥

محل الاعتماد	دائماً		أحياناً		نادرًا		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
نعم	156	76.5	94	66.2	35	97.5	285
لا	48	23.5	48	33.8	9	20.5	105

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتهم في الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥ والعلاقة غير دالة إحصائياً حيث قيمة المستوى المعنوية = ٠.٦٢ . وتفسر نتائج الجدول السابق على أنه بالرغم من ارتفاع نسبة دائماً في مشاركة التصويت الانتخابي إلا أن نسبة نادراً أظهرت أن لم يعد بالضرورة اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية سبباً أساسياً لدفع الأفراد للمشاركة في التصويت الانتخابي فقد يحصل الفرد على معلومات تدفعه إلى عدم المشاركة مثل نشر تلك المواقع فضائح المرشحين مما يجعل الأفراد لا يذهبون للإدلاء بأصواتهم.

**الفرض الثالث** - توجد فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع-الفئة العمرية-الجامعة-الكلية-المستوى الاجتماعي الاقتصادي)

تشير نتائج الجدول السابق أن من أبرز مشاركة طلاب الجامعة سياسياً عبر وسائل الإعلام الرقمية (إرسال الفيديوهات السياسية عبر اليوتيوب والفيس بوك) بنسبة ٢٩% وأقل مشاركة هي (إنشاء جروب سياسي) بنسبة ٤% .

وترجع الباحثة تلك النتيجة إلى سهولة وسرعة إرسال الفيديوهات عبر الإنترنت بالإضافة إلى قوة تأثيرها على القرارات والأراء السياسية للأفراد مقارنة بإنشاء جروب سياسي لا يكون له نفس درجة التأثير.

### ثالثاً - نتائج إختيارات الفروض

**الفرض الأول** - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة السياسية لديهم.

### جدول رقم (١٤) العلاقة بين اعتماد طلاب الجامعة على المناقشة عبر وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة السياسية لديهم

جامعة	دائماً		أحياناً		نادرًا		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
قاهرة	53	53%	36	36%	11	11%	100
التابعة للقنن	35	35%	56	56%	9	9%	100
سيناء	27	30%	41	45.6%	22	24.4%	90
الأزهر	18	18%	48	48%	34	34%	100
المجموع	133	34.1%	181	46.4%	76	19.5%	390

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد طلاب الجامعة على المناقشة التي تتم عبر وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة السياسية لديهم والعلاقة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠ . وهي علاقة متوسطة الدلالة حيث قيمة معامل التوافق = ٠.٢٢٧ . كما يتضح من بيانات الجدول أن جامعة القاهرة تأتي في الترتيب الأول يليها أكاديمية القنن ومن خلال الجدول السابق يثبت صحة الفرض الأول كما تشير تلك النتائج إلى وجود فروق بين طلاب الجامعة في

وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية.

### جدول رقم (١٦) تحليل التباين أحادي الإتجاه لمعنوية الفروق بين الباحثين وفقاً للجامعة وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ت	الإرتفاع المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع		كثافة الإستخدام
						نكر	إثبات	
.087	388	-1.715	1.28506	4.7734	203			
.087	388	-1.715	1.25936	4.9947	187			

- يتضح من خلال الجداول رقم (١٦، ١٧، ١٨) عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين كلاً من (النوع-الفئة العمرية-الكلية) وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية حيث جاءت قيمة مستوى المعنوية أقل من .05 وهذا يدل على أن كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية من قبل طلاب الجامعة ليس لها علاقة دالة إحصائياً بالنوع والفئة العمرية والكلية.

### جدول رقم (١٩) تحليل التباين أحادي الإتجاه لمعنوية الفروق بين الباحثين وفقاً للجامعة وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية

مستوى المعنوية	درجات الحرية		قيمة ف	الإرتفاع المعياري	شروط الحساب	العدد	الجامعة	كثافة الإستخدام
	بين المجموعات	داخل المجموعات						
.000	386	3	12.931	1.18429	5.3000	100	القاهرة	
.000	386	3	12.931	1.12430	5.1667	90	سيناء	
.000	386	3	12.931	1.09286	4.7600	100	أكاديمية الفنون	
.000	386	3	12.931	1.44166	4.3200	100	الأزهر	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في كثافة الاستخدام لأن قيمة ت = ١,٧١٥ - وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = ٠,٠٨٧ .

### جدول رقم (١٧) تحليل التباين أحادي الإتجاه لمعنوية الفروق بين الباحثين وفقاً للفئة العمرية وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ف	الإرتفاع المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الن		كثافة الإستخدام
						من 20-21	من 22-23	
.697	387	2	361	1.13430	4.8308	201		
.697	387	2	361	1.44166	4.9569	116		
.697	387	2	361	1.33917	4.8904	73		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين طلاب الجامعة في كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية لأن قيمة ف = ١٢,٩٣١ والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = ٠,٠٠٠ .

وقد ظهرت نتيجة الفروق لصالح جامعة القاهرة فهي الأعلى من حيث كثافة الاستخدام نتيجة لارتفاع قيمة المتوسط الحسابي ثم تأتي جامعة سيناء وأكاديمية الفنون ثم جامعة الأزهر وترجع الباحثة تلك النتيجة إلى طبيعة مجتمع جامعة القاهرة وأكاديمية الفنون الذي يختلف في خصائصه عن مجتمع جامعة سيناء باعتبارها جامعة نائية ومجتمع جامعة الأزهر المتأثر بطبيعة الدراسة الدينية والإتجاهات السياسية.

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الفئة العمرية في كثافة استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الرقمية لأن قيمة ف = ٣٦١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = ٠,٦٩٧ .

### جدول رقم (١٨) تحليل التباين أحادي الإتجاه لمعنوية الفروق بين الباحثين وفقاً للكلية وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية

مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة ت	الإرتفاع المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	للحقة		كثافة الإستخدام
						نقري	علمي	
.397	-847	-1.715	1.25498	4.8421	266			
.397	-847	-1.715	1.32149	4.9597	124			



**جدول رقم (٢٠) تحليل التباين أحادى الإتجاه لمعنوية الفروق بين المبحوثين وفقاً للمستوى الاجتماعى الاقتصادى وكثافة إستخدام وسائل الإعلام الرقمية**

كثافة الإستخدام	المستوى الاجتماعى الاقتصادى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية		مستوى المعنوية
						بين المجموعات	داخل المجموعات	
متوسط	185	5.0973	1.10397	17.424	2	387	.000	
منخفض	139	4.3957	1.45771	17.424	2	387	.000	
مرتفع	66	4.3957	98863	17.424	2	387	.000	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين المستوى الاجتماعى الاقتصادى فى كثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية لأن قيمة ف= ١٧,٤٢٤ والقيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية = ٠,٠٠٠. والنتيجة لصالح المستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط حيث أن قيمة المتوسط الحسابى= ٥,٠٩٧٣ فهو الأعلى من حيث كثافة الإستخدام.

ومن خلال النتائج السابقة ثبت صحة الفرض الثالث جزئياً وهو وجود فروق دالة إحصائياً بين (الجامعة- المستوى الاجتماعى الاقتصادى) وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية فى حين لم يثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين (النوع-الفئة العمرية-الكلية) وكثافة استخدام وسائل الإعلام الرقمية.

**الفرض الرابع:-** توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب جامعة سيناء(كنموذج لطلاب الجامعات الخاصة والأماكن الحدودية المتمثلة فى شمال سيناء) وطلاب جامعة القاهرة (كنموذج لطلاب الجامعات الحكومية) وطلاب جامعة الأزهر (كنموذج للتعليم الدينى) وطلاب أكاديمية الفنون (كنموذج للتعليم الفنى) فى استخدام وسائل الإعلام الرقمية مما ينعكس على مستوى المشاركة السياسية لدى كلاً منهما فى الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥ .

**جدول رقم (٢١) العلاقة بين طلاب الجامعة والمشاركة فى الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥**

المشاركة	الجامعة		القاهرة		سيناء		الأزهر		أكاديمية الفنون		المجموع	
	نعم	لا	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
نعم	74	74	%74	59	%65.6	56	%56	96	%96	285	73.1	
لا	26	26	%26	31	%31.4	44	%44	4	%4	105	26.9	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين طلاب الجامعة والمشاركة فى الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥ والعلاقة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية= ٠,٠٠٠. وهى علاقة متوسطة الدلالة حيث قيمة معامل التوافق= ٣٢٧

ومن خلال بيانات الجدول السابق ثبت صحة الفرض الثالث كلياً وهو وجود فروق دالة إحصائياً بين طلاب جامعة سيناء( كنموذج لطلاب الجامعات الخاصة والأماكن الحدودية المتمثلة فى شمال سيناء) وطلاب جامعة القاهرة (كنموذج لطلاب الجامعات الحكومية) وطلاب جامعة الأزهر ( كنموذج للتعليم الدينى) وطلاب أكاديمية الفنون ( كنموذج للتعليم الفنى ) فى استخدام وسائل الإعلام الرقمية مما ينعكس على مستوى المشاركة السياسية لدى كلاً منهما. وقد ظهرت الفروق لصالح جامعة القاهرة وأكاديمية الفنون من حيث أعلى نسب المشاركة السياسية وترجع الباحثة تلك النتيجة لإختلاف مجتمع الجامعة من حيث الطبيعة الجغرافية وطبيعة المنهج التعليمى.

**الخلاصة**

**١- مناقشة لأهم النتائج:-**

- يمكن مناقشة أهم النتائج التى توصل إليها البحث حول دور وسائل الإعلام الرقمية فى تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعى فى النقاط التالية:-
- ١- أظهرت نتائج الدراسة الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الرقمية فى تفعيل المشاركة السياسية فتوصلت

النتائج إلى أن نسبة كبيرة من طلاب الجامعة ينضمون لمناقشة القضايا السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمية وذلك نتيجة لارتفاع نسبة الدخول على الصفحات والمواقع السياسية من قبل الشباب الجامعي وقد ظهر ذلك من خلال مشاركة الشباب سياسياً عبر وسائل الإعلام الرقمية ومن أبرزها إرسال الفيديوهات السياسية عبر الفيس بوك واليوتيوب الذي أظهرت النتائج أن تلك المواقع جاءت في الترتيب الأول من حيث نسبة الاستخدام وهي نتيجة منطقية تتفق مع طبيعة الأحداث التي شهدتها مصر فبداية انطلاق ثورة ٢٥ يناير و٢٠ يونيو تم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- من أهم القضايا والموضوعات السياسية التي تم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمية وإهتم بها طلاب الجامعة قضايا الإخوان والقبض على الخلايا الإرهابية وذلك نظراً للظروف السياسية التي تمر بها البلاد وأبرزها الحرب على الإرهاب.

٣- تبين وجود علاقة بين اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة السياسية لديهم جاءت تلك العلاقة متوسطة الدلالة كما أظهرت وجود فروق بين طلاب الجامعة والمعرفة السياسية لديهم وجاءت النتيجة لصالح طلاب جامعة القاهرة من حيث ارتفاع نسبة المعرفة السياسية لديهم.

٤- تبين وجود إختلاف بين طلاب الجامعة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب جامعة سيناء (كنموذج لطلاب الجامعات الخاصة والأماكن الحدودية المتمثلة في شمال سيناء) بالمقارنة بطلاب جامعة القاهرة (كنموذج لطلاب الجامعات الحكومية ومجتمع العاصمة) في استخدام وسائل الإعلام الرقمية مما ينعكس على مستوى المشاركة السياسية لدى كلاً منهما، وقد ظهرت الفروق لصالح جامعة القاهرة وأكاديمية الفنون من حيث أعلى نسب المشاركة السياسية وترجع الباحثة تلك النتيجة لإختلاف طبيعة وظروف مجتمع الجامعة كذلك جامعة الأزهر التي تقاربت نتائجها مع نتائج جامعة سيناء من

حيث نسب المشاركة في الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥ وترجع الباحثة تلك النتيجة لطبيعة الإنتماءات السياسية والحزبية لطلاب جامعة الأزهر مما إنعكس على مشاركتهم في الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥ .

٥- ثبت عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية ومشاركتهم في الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥ وتفسر تلك النتائج على أنه بالرغم من إرتفاع نسبة (دائماً) في مشاركة التصويت الإنتخابي إلا أن نسبة نادراً أظهرت أن لم يعد بالضرورة إعتقاد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية سبباً أساسياً لدفع الأفراد للمشاركة في التصويت الإنتخابي فقد يحصل الفرد على معلومات تدفعه إلى عدم المشاركة مثل نشر تلك المواقع فضائح المرشحين مما يجعل الأفراد لا يقبلون بنسبة كبيرة للإدلاء بأصواتهم وهذا في حد ذاته نتيجة منطقية.

### ب-مقترحات بحثية

**تقتزح الباحثة في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج مجموعة من المقترحات البحثية تتمثل في الآتي:-**

١- إجراء بحوث علمية مقارنة بين الطلاب الأجانب والمصريين الدارسين في مصر لمعرفة مستوى المعرفة السياسية لدى كلاً منهم وإلى أي مدى يكون هناك تأثير من قبل الدولة على الإهتمامات السياسية لدى كلاً منهما.

٢- إعداد بحوث علمية تتعلق بطلاب الجامعات الحدودية والأقاليم لتحديد مستوى المعرفة السياسية لديهم حتى يمكن الخروج بنتائج علمية يتم على أساسها إعداد برامج لنشر الوعي السياسي بينهم.

٣- إجراء مجموعات بحثية نقاشية لطلاب الجامعة ذات التعليم الديني بهدف عدم تركهم لوسائل الإعلام الرقمية فقط لتنمية وعيهم السياسي فيجب توعيتهم بعدم الثقة الكاملة في تلك الوسائل نظراً للخلط بين المصادقية والكذب فيما يتعلق بالمعلومات التي تنشرها حول الأحداث السياسية.

## مراجع البحث:-

- ١- محمد عبد الحميد أحمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤ ص ٢٣٧
- ٢- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ٢١٤.
- 3-Ognyanova, K.; Ball-Rokeach, S. J. Political Efficacy on the Internet: A Media System Dependency Approach. Communication and Information Technologies Annual: Politics, Participation, and Production, (Bingley, UK: Emerald Group Publishing, 2014) available at: <http://www.Academia.edu>. Retrieved.com
- 4- Ball-Rokeach, Sandra J. A Theory of Media Power and a Theory of Media use: Different stories, questions, and Ways of Thinking. Mass Communication & Society. Vol.1, No.4.1998, p, 133.
- 5- Baran, S.J., & Davis, D.K., Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and the Future. (New York: Wadsworth, 2008) P, 167.
- 6-Misa Maruyama, Scott P. Robertson, Hybrid Media Consumption: How Tweeting During a Televised Political Debate Influences the Vote Decision .Un published M.A. Dissertation, (University of Hawaii at Mnoa,2014) Available at: [HYPERLINK "http://www.springerlink.com/content/ehost/delivery?vid=12&hidsid"](http://www.springerlink.com/content/ehost/delivery?vid=12&hidsid)
- 7- Kaan Varnali & and Vehbi Gorgulu, A Social Influence Perspective on Expressive Political Participation in Twitter: the Case of # Occupy Gezi, An article, Available at: <http://www.tandfonline.com/loi/rics20.2014>.
- 8- Carter, Lemuria. D. Political Participation in Digital Age: An Integrated Perspective on the Impact of the Internet on Voter Turnout. Journal of Network Intelligence Studies, Volume, 11, Issue, 1 NO,3, 2014 Available at:<http://proquest.aumi.com/pqdweb?did=739223421&sid=1&fmt=2&clientid=93083&RQT=309&vname=PQD>
- ٩- جيهان حسن أمين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي: دراسة حالة لشباب ثورة ٢٥ يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، معهد الدراسات التربوية، قسم تعليم الكبار ٢٠١٤ ص ١٨)
- ١٠- شيماء عبد النبي، دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي بالمشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة طنطا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٢ ص ٢٥)
- ١١- فاطمة فايز قطب، علاقة التمرض للمواقع الإلكترونية الشبابية والمنشورات بترتيب الشباب لأولويات قضاياهم، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١١ ص ١١)
- ١٢- أماني عمر، العلاقة بين خصائص الاتصال في الإنترنت واليات تقوية دور طلاب الجامعات الخاصة المهمشين في المجتمع، ملخصات بحوث المؤتمر العلمي الدولي السادس عشر بعنوان "الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين : الواقع والتحديات"، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، في الفترة من ١٢-١٥ يوليو ٢٠١٠ ص ١٢٧
- ١٣- فاطمة الزهراء عبد الفتح إبراهيم، العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، قسم الصحافة، ٢٠١٠ ص ٢٥)
- 14 - David Ingentio, Democracy in the 21 st Century: Social Media University of Southern – Global Village or Cyber- Balkans? UN Published M.A. Dissertation, (Los Angeles, CA: University of Southern California, 2010) Available at: [HYPERLINK "http://www.springerlink.com/content/ehost/delivery?did=794673561&sid=1&fmt=2&clientid=25091&ROT=605&VName=PQD"](http://www.springerlink.com/content/ehost/delivery?did=794673561&sid=1&fmt=2&clientid=25091&ROT=605&VName=PQD)
- 15- Rebecca A. Hayes. New Media, New Political: Political Learning Efficacy and the Examination of Uses of Social Network Sites, Un Published PhD Dissertation, (Michigan State University, 2009) Available at: <http://proquest.aumi.com/pqdweb?did=794673561&sid=1&fmt=2&clientid=25091&ROT=605&VName=PQD>
- ١٦- محمود عبد القوى، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب : دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية ، ورقة مقدمة في: المؤتمر العلمي الدولي الخامس والإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩ ص ٩٦
- 17- Melissa R. Walter. Campaigning in the New Millennium: How the New Media Affects College Students intention to and Participation in the political Process, Unpublished M.A. Dissertation, (Alabama: University of South Alabama, 2008) Available at: <http://proquest.aumi.com/pqdweb?did=740671161&sid=1&fmt=2&clientid=93083&ROT=309&VName=PQD>.
- 18- John C. Tedesco, Examining Internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy, American Behavior Scientist, and UN Published Ph D Dissertation, (Michigan: University Of Michigan, 2008)

Available at: <http://proquest.aumi.com/pdweb?did.&fmt=2&client=93083&ROt=309&VName>

19-Hyung Lae, Park. Internet Effects on Political Participation: Digital Divide, Causality, and New Digital Divide, Unpublished PhD Dissertation, (Purdue University, Indiana, May, 2008) Available At : [http:// Proquest Uni. Com/ Pqdweb](http://ProquestUni.Com/Pqdweb).

20- Matthew J. Kushin & Masahiro Yamamoto: Did Social Media Matter? College Students Use Of Online Media and Political Decision Making in The 2008 Election. Paper Presented to Association For Education, Journalism & Mass Communication , (Boston, USA, 2009,) Available At : [http:// www.All academic.com/meta/p375251\\_index.html](http://www.Allacademic.com/meta/p375251_index.html).

21- Alex Budak, - Face book, Twitter and Barack Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections, Un Published M.A Dissertation, (Washington, DC: Georgetown University, 2008) Available At: [HYPERLINK "http://springerlink.aumi.com/pqdwe" http://springerlink.aumi.com/pqdwe](http://springerlink.aumi.com/pqdwe).

٢٢- هبة شاهين، اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية ، بحث منشور في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٧ العدد الأول، يناير- يونيو ٢٠٠٦ ص ١٥٥

٢٣- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٢، ص ١٢٢

\*- أسماء المحكمين:-

١- د. حنان جنيد: أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

٢- د. عادل عبد الفتاح: عميد كلية الإعلام - جامعة بنى سويف

٣- د. شيماء ذو الفقار: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة

القاهرة

٤- د. محمد المرسى: رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام-

جامعة القاهرة.

٥- د. وليد فتح الله: وكيل كلية الإعلام لشؤون التعليم والطلاب - جامعة

القاهرة