

**استخدام موقع الشبكات الاجتماعية
وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014**
دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري

د/ ممدوح السيد عبدالهادي شتلاء
مدرس الاعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ
mamdouh.shatla@spe.kfs.edu.eg

د/ حنان كامل حنفي مرعي
مدرس الاعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ
hanankamel25@yahoo.com

ملخص البحث:

تستهدف الدراسة التعرف إلى استخدامات الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014. استعان الباحثان بمنهج المسح الإلرامي، واعتمدا على استماراة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، تمثل أهمها في أن أبرز استخدامات الشباب لموقع الشبكات الاجتماعية كان للمتابعة والمشاركة في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، وأشارت النتائج أيضاً إلى أهم الإشباعات التي تحققت لدى الشباب كانت الإشباعات السياسية، ومتابعة العملية الانتخابية، وما دار حولها من نقاشات، وكذلك توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم الشباب لدور موقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباعات – موقع الشبكات الاجتماعية – المشاركة السياسية – الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 – الشباب الجامعي.

**Usage of Social Networks and Its Impact on
Political Participation in the 2014 Egyptian Presidential Election**
A field study on a sample of Egyptian university students

Abstract

This study aims to identify the usage of social networks among a random sample of Egyptian university students and its impact on the political participation in the 2014 Egyptian presidential election. A constructed questionnaire was used to collect the data. The results showed that the use of social networks by youth helped to follow and participate in the events of the 2014 Egyptian presidential election. Also, it was found that political gratification and monitoring of the electoral process and its affiliated discussion were the most important gratifications the youth gained. The study also found a relationship between youth evaluation of the role of social networks in the presidential election and their gratification due to the usage of sites.

Key words

Uses and gratification- social networks- political participation- 2014 Egyptian presidential elections - University youth.

مقدمة

أصبحت شبكة الإنترنت في الآونة الأخيرة وسيلة اتصال على درجة كبيرة من الأهمية، بحيث لا يمكن التخلص عنها بالنسبة للكثير من الأفراد، وانتشرت بشكل كبير بين فئات الجمهور المختلفة لأسباب متعددة، أهمها ما تميز به من سمات تختلف عن غيرها من الوسائل تمكناً منها من تقديم خدمات كثيرة لمستخدميها، سواء باعتبارها وسيلة اتصال أو باعتبارها مصدراً للحصول على المعلومات في مختلف المجالات السياسية، والعلمية، والاقتصادية، والصحية، والاجتماعية، إلى غير ذلك مما يهتم به الأفراد.

تعد الشبكة الدولية للمعلومات وسيلة اتصالية، استطاعت أن تحدث انقلاباً في مفهوم التواصل الإنساني، سواء من حيث تنوع وسائله، أو من حيث اتساع نطاقه وسرعة إيقاعه، فمن خلال شبكة الإنترنت يمكن للفرد التواجد عن بعد أو ما يعرف بـ *بنقل الحضور* (*Transmission of Presence*، وذلك بفضل نظم التحكم الآلي. (روبيرتس تيمونز وهaitت ايبي، ص 171 ، 2004).

وبالانتقال إلى المشهد السياسي المصري، ومنذ قيام ثورة 25 يناير ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام عرف في الأواسط العلمية (بالإعلام الجديد New media أو الإعلام البديل Alternative media)، وتعددت تصنيفاته بين المنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وصحافة المدونات، أو البلوجرز، والشبكات الاجتماعية الافتراضية Virtual social Net works إلخ، وقد ساهم الإعلام في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار إليه بعد تججيره لعدد من القضايا التي أثارت الرأى العام، وأرغمت حكومات كثيرة على اتخاذ قرارات ضد رغبتها. (عبدالقوى، محمود حمدي 2009)

وتبعاً لهذه التطورات غيرت شبكة الإنترنت من عادات مستخدميها من الشباب بسبب الانتشار الكبير لموقع الشبكات الاجتماعية التي جعلتهم المحكمين في طبيعة المحتويات التي ينشرونها ويتداولونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية والإبداع، بدلاً من الاستخدام الفاصل على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضمون. (H.S. Bark 2002, pp36:42)

وتمشياً مع هذا الاتجاه فقد شهد المجتمع المصري تحولاً مستقبلياً نتيجة الصراع بين الحكومات من ناحية، والحركات الشبابية الجديدة التي اتخذت من الشبكات الاجتماعية والمدونات منبراً لها من ناحية أخرى، باتجاه يتبنى سياسات تجمع بين الدمج الحقيقي للشباب الناشط في الهيآكل الرسمية وتبني استراتيجيات وأساليب أكثر اعتماداً في التعامل مع الثقافة الجديدة للشباب الذي يدورها استخدام الإنترنت.

فموقع الشبكات الاجتماعية جاءت لتفتح أبوابها للجميع ليكتبوا أو يرسلوا ما يريدونه في ديموقратية إعلامية، وبينما اتصالية مفتوحة استطاعت أن تشكل في بعض الأحيان جماعات سياسية ضاغطة يسود فيها الرأي و الرأي الآخر، كما هو الحال في الصفحة التي أنشأتها فتاة مصرية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook تدعى إلى إضراب 6 أبريل عام 2006، وشاركت فيها 71 ألف شخص، وهو عدد من الصعب أن تستوعبه أية وسيلة إعلامية أخرى. (جلال حسن، أشرف 2009)

فمن الناحية النظرية تعد المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية أداة في يد الشباب المصري للرقابة والمشاركة والتاثير، فالناخب لديه القدرة على أن يشارك، ويمنح صوته، أو يمنعه عن المرشحين وفقاً لأدائهم وكفاءتهم في التعبير عن مصالح المواطنين؛ وبالتالي فإن الوعي السياسي للشباب الجامعي ومشاركتهم في العملية الانتخابية يكشف عن الإقبال، أو عدم الإقبال على صناديق الانتخاب، ومدى إدراكه لأهميتها، وعزوفه عن المشاركة أو عدم المشاركة فيها. (عبد الحميد أحمد، محمد، ص34 2009).

قبل أحداث 25 يناير كان الشباب المصري يعاني من السلبية السياسية، وعزوف الكثير منهم عن الذهاب إلى صناديق الانتخاب والإدلاء بأصواتهم نتيجة فقدان الثقة في قيمة مشاركتهم في العملية الانتخابية نتيجة لنزويرها. ويعود الشباب أيضاً في مقدمة الفئات الاجتماعية التي ينتشر بينها استخدام الإنترنت بصفة عامة وموقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة.

تنوع تلك الاستخدامات وتعدد أماكنها، كما أن استخدام نتج عنه وصاحبه بعض أنماط السلوك الاجتماعي لدى تلك الفئة العمرية من الجماهير، وإن كانت الاتجاهات السياسية لدى الشباب يصعب تغييرها؛ لأنها تحمل شحنة انفعالية

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية ممدوح شنطة وحنان كامل

عالية مترنة بالقدرة على التضييق من أجل حماية هذه الاتجاهات، وأن موقع الشبكات الاجتماعية من بين وسائل الإعلام التي يمكن أن تسهم في زيادة الاتجاه السياسي لدى الشباب، ودفعهم للمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، بالإضافة إلى عوامل أخرى كالإطار المرجعي للفرد والجماعات المرجعية، ودور رأى الأغلبية والخبراء.

وفي ضوء ذلك، أثار استخدام الشباب لموقع الشبكات الاجتماعية عدداً من الإشكاليات الخاصة بطبيعة استخدام تلك المواقع، ولذلك تستند هذه الدراسة إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يعد من أنساب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية للمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، ودوافع هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عنه.

أهمية الدراسة:

رصد الباحثان عدداً من النقاط تمثل كل منها أهمية للبحث منها:

1. أنها تناولت أحد الموضوعات الحديثة نسبياً في مجال الدراسات الإعلامية، حيث إنها تركز على دراسة استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
2. ارتباط موقع الشبكات الاجتماعية بالأحداث والظواهر الكبرى في المجتمعات العربية، كالدعوة لحدث الجماهير للإضراب، أو التظاهر نتيجة سرعة تكوين المجموعات، وتشكيل قوة الضغط على صانعي القرار.
3. اهتمام الدراسة بالشباب الجامعي المصري باعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع، ولا يمكن أن تتحقق أية تنمية من دون مساهمة جادة من قبل الشباب وتطوير دوره وأدائه في المجتمع.
4. أن المجال لا يزال بكرًا للعديد من الدراسات التي يمكن أن تثري الرصيد العلمي، وخاصة فيما يختص بالدراسات الإعلامية في الإعلام الجديد بالعالم العربي.
5. استخدام الدراسة الحالية لمدخل الاستخدامات والإشباعات الذي ينظر إلى أفراد المجتمع باعتبارهم عناصر إيجابية في التعرض لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى قدراتهم على الاختيار والسيطرة للمضمون المقدم في موقع الشبكات الاجتماعية.
6. تحديد دوافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية من قبل الشباب الجامعي المصري، وعلاقة هذا الاستخدام بعدد من المتغيرات كالنوع، والอายุ، والمستوى التعليمي، ومدى الإشباع الذي تحققه تلك المواقع.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية للتعرف إلى ما يلي:

- السمات الديموغرافية للشباب الجامعي المستخدم لموقع الشبكات الاجتماعية من حيث: (النوع، الجامعة، محل الإقامة).
- معدل استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت.
- دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية، وموقع الدوافع السياسية بين باقي الدوافع الأخرى، سواء أكانت اجتماعية أم نفسية.
- حجم استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة في الانتخابات الرئاسية 2014.
- أشكال المشاركة الإلكترونية للشباب الجامعي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 من خلال استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، مثل: (إبداء الرأي، التعليق، بث مقاطع فيديو لمرشحي الرئاسة، مناقشة البرنامج الانتخابي لكل مرشح، الحشد ضد بعض أفراد أو مرشحى الرئاسة).
- رصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب الجامعي على موقع الشبكات الاجتماعية.
- أهم الموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي على مناقشتها عبر موقع الشبكات الاجتماعية.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

- مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 على استخدام وسائل الإعلام الأخرى.
 - أكثر موقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب لعرض الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
 - الإشارة المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
 - تقييم الشباب لدور الإنترن特 وموقع الشبكات الاجتماعية في أثناء الانتخابات.
 - مقتراحات الشباب الجامعي لتوظيف شبكة الإنترنرت وموقع التواصل الاجتماعي بشكل جديد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم؛ بما يدفع الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
 - مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات تنبؤية جديدة في ميدان الدراسات التي تهتم ببحث أسباب استخدام موقع الشبكات الاجتماعية ودافع هذا الاستخدام.
- مشكلة الدراسة:**
- يشهد المجتمع المصري منذ اندلاع ثورة 25 يناير ظروفاً خاصة فرضت ضرورة المشاركة الشبابية في أمور مجتمعهم، فقيمة كل شخص في مجتمعه تتحدد من خلال احترامه لرأيه وإسهامه في تيسير أمور مجتمعه، وهو ما يستوجب تدعيم تلك المشاركة من خلال تنمية الوعي السياسي لدى الشباب عن طريق تنمية معارفهم حول قضايا مجتمعهم، وإدراكهم لحقوقهم السياسية وواجباتهم، وبما أن الجامعة تعد من أهم المؤسسات التي تسهم في تكوين التنشئة السياسية والاجتماعية، فهي لها دور كبير في إعداد هؤلاء الشباب وتنمية شخصياتهم، والارتقاء بمستوى قدراتهم وإمكاناتهم على المشاركة الاجتماعية والسياسية، فالمشاركة السياسية هي الأساس الذي تقوم عليه الديمقراطية، بل إن تطور الديمقراطيات يتوقف على إتاحه فرص المشاركة السياسية أمام فئات الشعب وطبقاته، وجعلها حقاً يمتلكها كل إنسان في المجتمع، فكلما اتسعت فرص المشاركة السياسية نقلصت فرص استغلال السلطة والشعور بالاغتراب لدى الشباب، وتصاعدت قيم المساواة والحرية لدى أفراد المجتمع؛ وهذا بدوره يؤدي إلى الاستقرار العام في المجتمع، ونظراً لأهمية موقع الشبكات الاجتماعية في جذب الشباب المصري لها، وقدرتها في التأثير عليهم لمعرفة دوافع التواصل مع الأحداث السياسية عن باقي الدوافع، ومدى ثقفهم في مضمون موقع الشبكات الاجتماعية وتقييمهم لدور الشبكات الاجتماعية في هذه الفترة، ومدى استجابتهم للمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية، ومعرفة أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها من خلالها.

وفي ضوء ذلك يمكن بلورة وتحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي: "ما استخدامات الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنرت وعلاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟".

تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما حجم استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 2014؟
- ما أبرز موقع الشبكات الاجتماعية التي يحرص الشباب الجامعي على استخدامها؟
- ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر موقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنرت؟
- ما الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي في موقع الشبكات الاجتماعية؟

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

- ما مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية في أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟

- ما الإش邦ات الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية؟

- ما التصور المقترن لتوظيف الشبكات الاجتماعية والإنترنـت بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم، بما يدفع الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟

فروض الدراسة: تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، ودوافع استخدام الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة السياسية، مدى ملاءمة الوسيلة".

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، والإش邦ات المتحققـة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة في الحياة السياسية" والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور موقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإش邦ات المتحققـة لديهم من استخدام تلك المواقع.

الإطار النظري:

نظـرية الاستخدامـات والإـشـ邦ـات:

ترجـع بـداية الـاهتمام بـدرـاسـة الإـشـ邦ـات المـتحقـقة لـلـجمـهـور من استـخدـام وـسـائـل الإـعلاـم إـلـى الأـربعـينـيات، وـمن هـذـه الـدرـاسـات: درـاسـة (هـرـتزـوج Herzog) 1942 حـول الإـشـ邦ـات المـتحقـقة من الاستـمعـاء إـلـى المـسلـسـلات الصـباـحـية، وـدرـاسـة بـيرـلسـون Berelson 1949) حول وـظـائف قـراءـة الصـحف (Hesham Mesbah, p12, 1991).

وـقد استـطـاع (إـيلـاهـو كـاتـز Katz) 1959 أن يـطـور مـدخـل الاستـخدمـات والإـشـ邦ـات من خـلال تحـويل مـسار أـهدـاف بـحـوث الإـعلاـم من مـعـرـفة التـأـثـيرـات الإـقـاعـية لـسـائـل الإـعلاـم إـلـى ماـذا يـفـعـل الجـمـهـور بـسـائـل الإـعلاـم، وجـاء أـول تـطـبـيق عـمـلي لمـدخـل الاستـخدمـات والإـشـ邦ـات في الـدرـاسـات الإـعلامـية عـلـى يـد (ريـمونـد باـير Bauer) Raymond Bauer في السـتيـنـيات، وـذـلـك في مـقالـة عـلـمـيـة المنـشـورـة عام 1964 في مجلـة (The American Psychologist) بـعنـوان الجمهور العـنـيد (The Obstinate Audience)، وـكانـت فـكرـته الـجـديـدةـ آـنـذاـكـ تـتمـثلـ فيـ أنـ جـماـهـير وـسـائـل الإـعلاـم نـشـيـطة وـمـتـوجـهةـ نحوـ الـهـدـفـ فيـ سـلوـكـهـم لـاستـخدـام وـسـائـل الإـعلاـم، وـعارضـ (باـير Bauer) بذلك مـفـهـوم التـأـثـيرـات المـباـشرـةـ المـقـبـولـةـ آـنـذاـكـ وـعـرـضـ لـفـكـرـةـ أنـ النـاسـ تـسـتـخدـم وـسـائـل الإـعلاـمـ الجـماـهـيرـيـةـ، وـمـحتـواـهاـ لـإـشـ邦ـاـعـاتـ رـغـباتـ معـيـنةـ لـدـيـهـمـ.

(Werner J. Severin and James W. Tankard, pp260:270, 1992)

مع بـداية هـذـه المـرـحلـةـ الزـمنـيـةـ فيـ تـارـيخـ مـدخـلـ الاستـخدمـاتـ والإـشـ邦ـاتـ وـتطـوـرـهـ قـدـمـ الـبـاحـثـونـ إـسـهـامـاتـ أـكـادـيمـيـةـ مـتـوـعـةـ أـضـافـتـ لـدـرـاسـاتـ الاستـخدمـاتـ والإـشـ邦ـاتـ تـراـكمـاتـ عـلـمـيـةـ أـسـهـمـتـ فيـ خـصـوصـيـتـهاـ وـثـرـائـهاـ، وـبـرـىـ الـبـحـثـ أنهـ يـمـكـنـ رـصـدـ المـلـامـحـ الـعـامـةـ لـتـطـوـرـ درـاسـاتـ الاستـخدمـاتـ والإـشـ邦ـاتـ كـماـ يـلـيـ:

المرحلة الوصفية: هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينيات، واهتمـتـ بـتقـديـمـ وـصـفـ لـاتـجـاهـاتـ الجـمـاعـاتـ الـمـخـلـفـةـ لـجـمـهـورـ وـسـائـلـ الـاتـصـالـ فيماـ يـتـعلـقـ بـانتـقاءـ مـضـمـونـ مـحدـدـ يـتـعرـضـونـ لـهـ، وـكـانـ منـ أـشـهـرـ درـاسـاتـ هـذـهـ المـرـحلـةـ درـاسـةـ (هـيرـتزـوج Herzog) عام 1942.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية ممدوح شنلة وحنان كامل

المرحلة الاستكشافية: وامتدت هذه المرحلة خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، وهي مرحلة ذات توجه ميداني؛ حيث كانت ترتكز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (إلياهو كاتز) 1959، ودراسات (بيرلسون) 1959، ودراسات (ريموند باير) 1964.

المرحلة التفسيرية: وهي مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباعات المتحققة من العملية الاتصالية، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، وحتى الآن، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (ماك كومبوس) 1977، ودراسات كلٍ من: Joseph Conway and Alan (Joseph Conway & Alan Robin) (Rubin. P443:463 1991).

ماهية الاستخدامات والإشباعات:

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباعات بأنه مدخل يوضح ويفسر- إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور- قبل التعرض- المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويتحقق له إشباعات معينة، وأنشاء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض لها، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته (سعود البشر، محمود، ص 47، 1997)

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار- من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية- المضامون الذي يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديمografية (Katz, Blumler and Gurevitch,p21:22,1974)

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1. معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، واعٍ، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.
2. معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض لوسائل الإعلام، وعبر وسائل الاتصال الأخرى.
3. الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال. (مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلى حسين، ص 242، 1998).

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1- **الجمهور النشط:** ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام. Denis Mcqual et.al,p222,1988

2- **الأصول الاجتماعية والنفسيّة لاستخدامات وسائل الإعلام.**

3- **حاجات دوافع تعرّض الجمهور لوسائل الإعلام:** وتنقسم إلى قسمين:

أولاً: **دوافع نفعية (Instrumental Motive):** وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعرفات والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

ثانياً: **دوافع طقوسية (Ritualized Motive):** وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصداقه، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات،

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة (مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، ص 247، 1998).

- 1 التوقعات من وسائل الإعلام.
- 2 التعرض لوسائل الإعلام.

-3 إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:

أولاً: إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات:

أ: إشباعات توجيهية (Orientalist Gratifications): وتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهي إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.

ب: إشباعات اجتماعية (Social Gratifications): ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية، حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم، من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

ثانية: إشباعات عملية الاتصال (Process Gratifications): وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:
أ: إشباعات شبه توجيهية (Para Orientalist): وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدافع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

ب: إشباعات شبه اجتماعية (Para Social): وتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثناء العواطف، والخلص من الشعور بالملل والضيق، والخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات. من خلال العرض السابق: يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنساب المداخل للدراسة الحالية، حيث يقوم الشباب الجامعي بدور إيجابي في اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية، أو وجذابية، أو اجتماعية، أو سياسية، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي إشباع؛ لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية موقع الشبكات الاجتماعية محل الدراسة. لاحتياجات الشباب الجامعي المصري، من خلال استخدامه لتلك الشبكات؛ مما يتيح قدرًا من التنوع في دوافع متابعة الشباب لهذه الشبكات والإشباعات المتحققة منها؛ بما يليه رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة.

كما أن اعتماد موقع الشبكات الاجتماعية على المشاهدة في مطالعتها يتطلب انتباهاً وتركيزًا كبيرين من قبل الجمهور؛ ما يدل على نشاط المتابع وإيجابيته في التعرض؛ ما يحقق عنصراً مهمًا وفرضًا أساسياً من فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات وهو افتراض الجمهور النشط.

ويؤكد كل ما سبق أنه ليس هناك أي إطار نظري يعد أفضل. لتطبيقه في الدراسة الحالية. من هذا المدخل لإثراء هذه الدراسة، وتحقيق أهدافها.

مراجعة الدراسات السابقة:

قام الباحثان باستعراض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة من خلال التعرض للدراسات التي تناولت موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت المشاركة السياسية، وموقع الشبكات الاجتماعية والإنترنت وعلاقتهم بالشباب، ثم الدراسات التي تناولت كيفية توظيف الاستخدامات والإشباعات وعلاقتها بالإنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية والشباب، وذلك على النحو التالي:

من الدراسات التي اهتمت بموقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب دراسة (عبدالسلام، نجوي 1998)، التي سعى للتعرف إلى استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترت، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب المصري يستخدم شبكة الإنترت للحصول على المعلومات السياسية بنسبة 81.2%، كما أكد 15% منهم عملية صعبة، وأكّدت النتيجة على المعلومات السياسية من شبكة الإنترت تتسم بالسهولة بينما اعتبرها 15% منهم عملية صعبة، وأكّدت النتيجة نفسها أيضًا دراسة (جنيد، حنان 2003) التي سعى للتعرف إلى توصيف العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التقاعلي

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية ممدوح شنلة وحنان كامل

من خلال الإنترت بدرجة الوعي السياسي بين طلاب الجامعة، وكشفت النتائج أن الشعور بالملونة وتتجدد النشاط والخلص من الملل من أهم دوافع استخدام الإنترت، وأضافت دراسة (Shelley,Boulianane2007) إمكانية تنشيط الحياة المعرفية للشباب من خلال الإنترت، وخصوصاً المعلومات السياسية، وانتهت الدراسة إلى أن شبكة الإنترت تستطيع أن تزيد من كم المعلومات السياسية لدى الشباب، وأكدت النتيجة ذاتها دراسة (حبيب, محمد رضا 2007) التي سعت إلى معرفة المواد المفضلة لدى الشباب المصري خلال الدخول إلى عالم الإنترت، وأظهرت النتائج أن 62% من الشباب المصري عينة الدراسة يزودهم الإنترت بالمعلومات السياسية.

ومن الدراسات التي تناولت المشاركة السياسية وموقع الشبكات الاجتماعية والإنترن特 وعلاقتهم بالشباب دراسة (عبد القوي, محمود حمدي 2009)، وسعت الدراسة للتعرف إلى دور الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة 93.43% من الشباب عينة الدراسة يستخدمون الإنترت، وأن موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) حصل على 96% من عينة الدراسة من الشباب في نشر المعرفة السياسية لديهم، وتشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية، وأكدت النتيجة نفسها أيضاً دراسة (Hayes R., 2009) حيث حاولت الكشف عن دور استخدامات موقع الشبكات الاجتماعية في زيادة المشاركة السياسية لدى الشباب الأمريكي، وكشفت النتائج عن زيادة مشاركة الشباب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في موقع الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى أن موقع الشبكات الاجتماعية أدت إلى زيادة المعلومات السياسية لدى الشباب، فبداية معرفة الشباب الأمريكي بأوباما مرشح الرئاسة الأمريكية في 2008 قد بدأت من خلال مشاهدة مقطع فيديو له في (اليوتوب)، وهي ذاتها النتيجة التي أظهرتها دراسة (Sara,Warren 2009) التي انتهت إلى أن من يستخدمون (فيسبوك) لديهم تحديد أفضل للمرشحين بسبب تبادلهم للأخبار السياسية عبر هذا الموقع الاجتماعي مع الأصدقاء، وهو ما عبرت عنه دراسة (Baumgartnerand Morris 2010) التي أشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدرًا رئيسياً للأخبار حول المرشحين، وشكلت أساساً جديداً للممارسة الديمقراطية على شبكة الإنترت.

وقد أضافت دراسة (Boroughs, 2010) أن هناك علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للمحتويات السياسية في موقع الشبكات الاجتماعية، واحتمالية التصويت في الانتخابات، كما أكدت دراسة (2010Budak) أن موقعي التواصل الاجتماعي (فيسبوك، وتويتر) كان لهما دور مهم في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2007 على الشباب.

ومن الدراسات التي تناولت نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبارها إطاراً نظرياً دراسة (Raake,Jhon, and Bonds, 2008) التي سعت إلى معرفة كيفية استخدام طلاب الجامعة لموقع (فيسبوك وماي سبيس) والإشباعات المتحقق منها، وخلصت الدراسة إلى أن أكثر الإشباعات التي تنتج عن استخدام هذه الشبكات هي التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الأصدقاء، وهو ما يتفق مع دراسة (Cozma, and Ancu 2009) التي انتهت إلى أنه من الدوافع الرئيسية للدخول على الصفحات الشخصية للمرشحين في موقع (ماي سبيس) التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الآخرين.

ومن الدراسات التي سعت إلى تفسير استخدام الشباب لموقع (فيسبوك وماي سبيس) في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات دراسة (Uriste,et al 2009) التي خلصت إلى أن الشباب يستخدم موقع (فيسبوك وماي سبيس) بدافع التواصل مع الأحداث الاجتماعية في حياة الأصدقاء بسهولة وبيسر.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

انحصر اهتمام الدراسات السابقة - وبخاصة العربية منها - على دراسة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية، والمشاركة الاجتماعية، والمشاركة في الاحتجاجات والثورات، في حين لم تتطرق أية دراسة سابقة - في حدود علم الباحثين - إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية المصرية.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية ممدوح شنلة وحنان كامل

ساعدت الدراسات السابقة الباحثين على صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها، بما يحقق أهداف الدراسة، ويجيب على تساو لاتها، وأيضاً في وضع استمار الاستبيان، بالإضافة إلى الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة.

المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

الاستخدامات: هي اتجاه نحو المتابعة والتعليق والتفاعل والمشاركة مع محتوى المادة الموجودة بموقع الشبكات الاجتماعية، وذلك نتيجة لتأثيرهم بها، وهو اتجاه يجذب انتباهم؛ لينقفهم إلى الاهتمام بما يقدم بهما ثم يتحول ذلك الاهتمام إلى إدراك لذلك المادة.

موقع الشبكات الاجتماعية: شبكات اجتماعية تفاعلية تتبع التواصل المستخدميها في أي وقت، ومن أى مكان، وقد ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تفرز العلاقات بين أبناء المجتمع الإنساني، وتعودت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية احتجاجية على نظم الحكم المستبدة، وأصبحت بمثابة سلاحاً لقيم بالثورات وكافة الأنشطة السياسية، وأبرز تلك الواقع الاجتماعية: (الفيس بوك، توينتر، يوتوب).

المشاركة السياسية: هي الممارسة الفعلية للشباب في عملية اختيار حكامهم، وممثلיהם على المستوى القومي، وفي المجالس المحلية، ومجالس الشعب، والأحزاب السياسية، والاتحادات الطلابية، أي الدور الذي يلعبه الشباب على المستوى القومي والم المحلي.

الانتخابات الرئاسية المصرية: هي ترشح عدد من تتطبق عليهم شروط الترشح للرئاسة المصرية التي حددها الدستور، ويتم اختياره من قبل الشعب عن طريق الاقتراع السري المباشر.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج ونوع الدراسة: تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، حيث يسعى الباحثان إلى تجاوز وصف المحتوى الظاهر إلى الكشف عن المعانى الكامنة والضمنية؛ لاستخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، وذلك من خلال التحليل الكيفي الذي يمكن من صياغة ذلك التفسير في رموز لفظية في مرحلة لاحقة للنتائج الكمية.

مجتمع الدراسة: تكون عينة الدراسة "حجم العينة" من (400) مفردة من الشباب الجامعي المصري مقسمة بالتساوي بين الذكور والإإناث: (200) من ذكور و(200) من الإناث، أي بنسبة 50% لكل منهما، وذلك بالنسبة لمتغير النوع فقط من يستخدمون ويتابعون موقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، ويتم تقسيم المفردات على أربع جامعات مصرية من حيث نمط التعليم لضمان المزيد من التمثيل الأفضل للشباب الجامعي بمختلف اتجاهاتهم؛ ولتحقيق أكبر قدر من الحيادية والموضوعية، وهي موزعة كالتالي:

(100) مفردة جامعة القاهرة: تمثل الحضر ، (100) مفردة جامعة الإزهـر: تمثل التعليم ذات الطابع الديني، (100) مفردة جامعة ٦ أكتوبر: تمثل التعليم الخاص، (100) مفردة جامعة طنطا: تمثل المحافظات الريفية.

مبررات اختيار الشباب الجامعي المصري كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

- أن شريحة الشباب الجامعي من كبرى شرائح المجتمع المصري وأكثرها تأثيراً فيه.
- أن الشباب الجامعي هو قائد مسيرة التنمية مستقبلاً فهو أمل الأمة ومصدر قوتها.
- الشباب الجامعي المصري هو أكثر قدرة على النشاط والتفاعل والتحرك الإيجابي، والتأثير في كافة الأمور، وخاصة السياسية.
- الشباب المصري أصبح حريصاً على الوقوف على مجريات الأحداث ومتابعة ما يجرى على الساحة العربية والعالمية من أحداث وتغيرات مختلفة.
- اعتماد الشباب الجامعي على الإنترنت وموقع الشبكات الاجتماعية باعتبارها بدليلاً للمشاركة السياسية على أرض الواقع.
- أن الشباب الجامعي المصري أكثر قدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة من الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي التي تحتاج إلى قدرات خاصة في التفاعل مع أجهزة الكمبيوتر.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
مدمج شتلة وحنان كامل

7. رغبة الشباب الجامعي في التواصل مع كل ما هو جديد، والتفاعل معه، وسعيه الدائم إلى خوض غمار التجربة دون تردد من أجل الوقوف على كل ما هو جديد وحديث.
8. أنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعاً إعلامياً، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوير إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية التي تمثل في تميز هذه الشريرة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخداماً لموقع الشبكات الاجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطاً في شبكة الإنترنت وإسهاماً في المضامين التي يتداولونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شؤون الحياة، وخصوصاً النواحي السياسية.

حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** حيث تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراسة، وهي استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 على عينة من الشباب الجامعي فقط.

- **الحدود الزمنية:** وتمثلت في الفترة 1/6/2014 إلى 31/6/2014. (المدى الزمني لتطبيق استمرارة الاستبيان).

أدوات جمع البيانات: تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة الاستبيان.

- **والاستبيان-** بوصفه أداة يستخدم في جمع البيانات عن طريق استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية للحصول منهم على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحثين في التقرير الذاتي للمبحوثين عن هذه البيانات.

• **إجراءات تطبيق الاستبيان:**

- اختيار الباحثان بالطريقة العشوائية غير المنتظمة من بين الشباب الجامعي في المجتمع الأصلي للعينة المطلوبة.

- وضع الباحثان في الاعتبار أن يكون تطبيق الاستبيان على عدد يزيد عن الأعداد المطلوبة بنسبة (10%) احتياطياً، لاحتمال وجود استمرارات غير صحيحة فيمكن استبعادها.

- وزع الباحثان الاستبيانات، وأوضحا لهم تعليمات الإجابة على كل جزء من أجزائه.

- تم التطبيق في الفترة من 1/6/2014 وحتى 31/6/2014.

المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسوب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science" (SPSS)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

- اختبار (T-Test) لدراسة الدالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم (ANOVA) لدراسة الدالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
مدموج شتلة وحنان كامل

- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

- حساب التحليل العاملی والذي يقوم بتحليل المكونات الأساسية لعبارات المقياس ، والتدوير المتعامد للمحاور بطريقة فاريماكس Varimax وفقاً لمحك هنري كيزر Kaiser Henry باستخدام برنامج Spss11.0 .
النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1. توصيف عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة الدراسة من أربعة جامعات مصرية هي جامعات : القاهرة, طنطا, الأزهر, 6 أكتوبر حتى تكون عينة ممثلة للنظام التعليمي في مصر في مرحلة التعليم العالي بمختلف أنواعه .

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة الميدانية ن = 400

%	المتغيرات	
66	ذكور	النوع
34	إناث	
25	القاهرة	الجامعة
25	طنطا	
25	الأزهر	
25	6 أكتوبر	
75	ريف	الإقامة
25	حضر	

تكشف بيانات الجدول السابق ما يلي: من حيث النوع: نسبة 66% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 34% منهم إناث، ومن حيث الجامعة: نسبة 25% من أفراد العينة بجامعة القاهرة، ونسبة 25% منهم بجامعة طنطا، ونسبة 25% منهم بجامعة الأزهر، ونسبة 25% منهم بجامعة 6 أكتوبر، ومن حيث الإقامة: نسبة 75% من أفراد العينة مقيمون بالريف، ونسبة 25% منهم مقيمون بالحضر.

2- مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية:

استعان الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة مدى استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية ومدى اقبالهم عليها كوسيلة اتصال جديدة تتيح لهم التواصل والتعارف وتبادل الآراء ومعرفة الاخبار المختلفة .
يتضح لنا أن: نسبة 78.5% من أفراد العينة يستخدمون موقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 17.4% منهم يستخدمونها أحياناً، ونسبة 4.1% منهم لا يستخدمونها، ويتبين وجود فروق في مدى استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001, ما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة من الشباب الجامعي الذين يستخدمون موقع الشبكات الاجتماعية.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
مدموج شنطة وحنان كامل

3- ترتيب موقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى الشباب الجامعي:

استعلن الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة أي موقع التواصل الاجتماعي يحظى بأهتمام الشباب الجامعي وتفضيلهم له وايهمما قربا منهم وتأثيراً عليهم بما له من خصائص وسمات يفضلها الشباب.

يتضح لنا أن: أهم موقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً هي:

موقع فيس بوك (Facebook) بمتوسط 2.9 في الترتيب الأول، يليه يوتيوب (you tube) بمتوسط 0.8 في الترتيب الثاني، ثم تويتر (Twitter) بمتوسط 0.7 في الترتيب الثالث، وهذا يؤكد بدوره أهمية موقع الفيس بوك في الأحداث الهامة في مصر، وعلى رأسها ثورة 25 يناير، وثورة 30 يونيو، وأخيراً الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

4- الأوقات التي يزيد فيها استخدام الموقع الشبكات الاجتماعية:

قصد الباحثان من وراء هذا التساؤل معرفة الأوقات التي يزيد فيها اقبال الشباب على استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة أهمية متغير المشاركة السياسية والحصول على المعلومات الخاصة بها من بين المتغيرات الأخرى.

يتضح أن: نسبة 36.6% من أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد يزيد فيه استخدامهم لموقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 24.6% من أفراد العينة يزيد استخدامهم لموقع الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات وتصاعد الأحداث، ونسبة 15% منهم يستخدمونها في الإجازات والمناسبات، ونسبة 13.9% منهم يستخدمونها للتسلية وشغل أوقات الفراغ، ونسبة 8.8% من أفراد العينة يزيد استخدامهم عند الرغبة في الحصول على المعلومات السياسية، وأخيراً نسبة 1.1% من أفراد العينة يزيد استخدامهم أثناء الدراسة، ويتبين وجود فروق في الأوقات التي يزيد فيها استخدام الشباب عينة الدراسة لموقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا² دالة عند مستوى 0.001.

5- أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر موقع الشبكات الاجتماعية:

استخدم الباحثان هذا التساؤل لمعرفة أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها والتحدث فيها عبر موقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة موقع الموضوعات السياسية و أهميتها بين هذه الموضوعات والتي جاءت في ترتيب متقدم الترتيب الثاني بين أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها.

يتضح لنا أن: أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها عبر موقع الشبكات الاجتماعية هي: الموضوعات الاجتماعية بمتوسط 6.7 في الترتيب الأول، ثم الموضوعات السياسية بمتوسط 6.6 في الترتيب الثاني، ثم الموضوعات العلمية بمتوسط 6.5 في الترتيب الثالث، وفي الترتيب الأخير جاءت الموضوعات الصحية بمتوسط 3.6.

ومما يتبين يتضح حصول الموضوعات السياسية على الترتيب الثاني من بين أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يدل على أن الشؤون السياسية وما يتعلق بها أصبحت تحتل مكانة متقدمة في ترتيب أولويات اهتمام الشباب.

6- أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية:

جاء هذا التساؤل لاختبار فرضيات نظرية الاستخدامات والاشياعات من خلال وضع مجموعة من العبارات توضح لماذا يستخدم الشباب الجامعي موقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت استخداماتها للمشاركة السياسية ومتتابعة الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 في ترتيب متقدم من بين الاستخدامات المختلفة، وقد قام الباحثان بحساب التحليل العائلي وذلك بهدف التعرف على العوامل الدافعة لاستخدام موقع الشبكات الاجتماعية.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

جدول (2)
أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية ن=374.
قيم شيوع عبارات المقياس "الاشتراكيات" Communalities

التبعد	المفردة	التبعد	المفردة
0.741	13. استخدمها لأنها تساعدني على تجنب الآخرين	0.766	1. استخدمها لمقابلة أشخاص جدد.
0.686	14. استخدمها لأنها تساعدني على نسيان ضغوط الدراسة وغيرها من الهموم.	0.807	2. أبحث عن مستخدمين يشاركوني نفس اهتماماتي.
0.567	15. استخدمها لأنها تتيح لي معرفة أشياء عني وعن الآخرين.	0.622	3. استخدمها للتبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين.
0.695	16. استخدمها للتعرف على كل ما هو جديد من أخبار وحقائق.	0.448	4. استخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي.
0.769	17. استخدمها لأن بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحفة والتليفزيون.	0.605	5. استخدمها لأنها تسمح لي بتبادل مقاطع الفيديو والصور مع الأصدقاء.
0.665	18. استخدمها للتعرف على الأحداث السياسية الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.635	6. استخدمها لأنها تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة والأحداث الخاصة بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
0.697	19. استخدمها للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الموضوعات الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.616	7. استخدمها لأنها وسيلة سريعة الاستخدام.
0.683	20. استخدمها لمتابعة الأحداث والقضايا العربية والدولية.	0.675	8. استخدمها لأنها وسيلة سهلة الاستخدام.
0.610	21. استخدمها لأنني استطيع اختيار ومتابعة الموضوعات السياسية.	0.759	9. استخدمها لأنها وسيلة تلائمني.
0.686	22. استخدمها لأنها تتيح لي الاختيار من بين العديد من مرشحي الرئاسة.	0.688	10. استخدمها لسهولة الوصول إلى أي شخص.
0.609	23. استخدمها لأنني اتحكم في الوقت الذي أتابع فيه الموضوعات.	0.730	11. استخدمها لأنني أستطيع بسهولة الوصول إلى أي محتوى.
0.669	24. استخدمها لأنها تسمح لي بمناقشة الموضوعات والقضايا السياسية بحرية.	0.708	12. استخدمها لأنها تخلصني من الملل.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

جدول (3)
تشبع أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية بالعامل العام قبل التدوير.

التشبع	المفردة	التشبع	المفردة
0.347	13. استخدمها لأنها تساعدني على تجنب الآخرين.	0.591	1. استخدمها لمقابلة أشخاص جدد.
0.463	14. استخدمها لأنها تساعدني على نسيان ضغوط الدراسة وغيرها من الهموم.	0.470	2. أبحث عن مستخدمين يشاركوني نفس اهتماماتي.
0.342	15. استخدمها لأنها تتيح لي معرفة أشياء عني وعن الآخرين.	0.349	3. استخدمها لتبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين.
0.478	16. استخدمها للتعرف على كل ما هو جديد من أخبار وحقائق.	0.559	4. استخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي.
0.500	17. استخدمها لأن بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون.	0.417	5. استخدمها لأنها تسمح لي بتبادل مقاطع الفيديو والصور مع الأصدقاء.
0.373	18. استخدمها للتعرف على الأحداث السياسية الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.581	6. استخدمها لأنها تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة والأحداث الخاصة بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
0.485	19. استخدمها للتعرف على آراء الآخرين وتعقيقاتهم حول الموضوعات الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.656	7. استخدمها لأنها وسيلة سريعة الاستخدام.
0.349	20. استخدمها لمتابعة الأحداث والقضايا العربية والدولية.	0.534	8. استخدمها لأنها وسيلة سهلة الاستخدام.
0.348	21. استخدمها لأنني استطيع اختيار ومتابعة الموضوعات السياسية.	0.410	9. استخدمها لأنها وسيلة تلائمني.
0.309	22. استخدمها لأنها تتيح لي الاختيار من بين العديد من مرشحي الرئاسة.	0.331	10. استخدمها لسهولة الوصول إلى أي شخص.
0.367	23. استخدمها لأنني اتحكم في الوقت الذي أتابع فيه الموضوعات.	0.607	11. استخدمها لأنني استطيع بسهولة الوصول إلى أي محتوى.
0.377	24. استخدمها لأنها تسمح لي بمناقشة الموضوعات والقضايا السياسية بحرية.	0.428	12. استخدمها لأنها تخلصني من الملل.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

جدول رقم (4)

تشبع المفردات على عوامل مقياس الإدراك والجزر الكامن ونسبة التباين لكل عامل .

3	2	1	العامل المفردات
		0.387	1
		0.316	2
		0.575	3
	0.434		4
0.560			5
		0.550	6
		0.594	7
		0.554	8
		0.602	9
		0.669	10
		0.447	11
		0.592	12
		0.447	13
		0.592	14
		0.654	15
		0.692	16
		0.593	17
		0.679	18
		0.622	19
		0.549	20
		0.698	21
	0.582		22
		0.546	23
		0.618	24
1.978	2.439	7.847	الجزء الكامن
%8.241	%10.164	%32.697	نسبة التباين

يتضح من الجدول الثلاثة السابقة والتي تقوم بتحليل دوافع أو أسباب استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية ان البحث عن مستخدمين يشاركوني نفس اهتماماتي جاء في الترتيب الاول بنسبة 0.807. وجاء في الترتيب الثاني استخدمها لأن بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتليفزيون بنسبة 0.769. وجاء في الترتيب الثالث استخدمها لمقابلة أشخاص جدد بنسبة 0.766. بينما كان استخدامها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي أقل اسباب استخدام موقع الشبكات الاجتماعية حيث حصلت على 0.448.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنطة وحنان كامل

7 - درجة استخدام موقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

استعلن الباحثان بهذا التساؤل للمقارنة بين استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية كأوسيلة اتصال حديثة ووسائل الإعلام الأخرى، وجاء استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية في مكانة متقدمة جداً مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

يتضح لنا أن: أن نسبة 19.5% من أفراد العينة يستخدمون موقع الشبكات الاجتماعية بنسبة 100% للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، ونسبة 27.8% منهم استخدمو موقع الشبكات الاجتماعية والموقع الإخباري بشكل متوازن، ونسبة 20.3% منهم استخدمو موقع الشبكات الاجتماعية والإعلام التقليدي بشكل مقارب، ونسبة 14.2% منهم استخدمو موقع الشبكات الاجتماعية بشكل أكبر من الإعلام التقليدي، ونسبة 11.8% منهم استخدمو موقع الشبكات الاجتماعية بشكل أقل من الإعلام التقليدي، ونسبة 6.4% منهم لم يستخدمو موقع الشبكات الاجتماعية إطلاقاً.

ويتضح وجود فروق في درجة استخدام موقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، وهذه النتيجة تؤكد أهمية موقع التواصل الاجتماعي ودورها المؤثر في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 لدى الشباب.

8- طبيعة المشاركة في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي تتعلق بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

جاء هذا التساؤل لتوضيح طبيعة مشاركة الشباب في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي وكيف كانت طبيعة هذه المشاركة وشكلها فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

يتضح لنا أن: نسبة 72.7% من أفراد العينة قاموا بالتعليق على بعض الأنشطة في إحدى أو عدة صفحات متعلقة بالانتخابات، ونسبة 62.8% منهم قاموا بنشر أخبار تتعلق بالمرشحين، ونسبة 56.2% منهم قاموا بإنشاء صفحة معينة لمرشحي الرئاسة، وأخيراً نسبة 27.3% منهم قاموا بإنشاء صفحات أو مجموعات لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بالمرشحين الثوريين للحصول على تأييد الرأي العام، ويتبين وجود فروق في بعض مظاهر المشاركة في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي تتعلق بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014 حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما عدا إنشاء صفحة معينة لمرشحي الرئاسة، الدخول إلى مجموعات النقاش لتكوين رأي مناصر لمرشحين بعينهم كان التكرار الفعلى مقارباً للتكرار المتوقع؛ ومن ثم كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05، وهذا يؤكد أن الشباب كانت مشاركتهم إيجابية بدرجة كبيرة في استخدام موقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014

9- رأي الشباب الجامعي في متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

استعلن الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة رأي الشباب الجامعي في متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014 من خلال وضع مجموعة من العبارات التي تقيس ذلك وجاءت نتائج هذا التساؤل في مجملها ان شبكة الانترنت تفوقت بشكل كبيراً في اطلاع الشباب على كل مايدور على الساحة السياسية في مصر .

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

جدول رقم (5)
رأي الشباب الجامعي في متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014 (ن=374)

الاتجاه	متوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.39	16.3	61	28.1	105	55.6	208	1- تقوّت شبكة الإنترنت على ما عادها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى المشاركة في الانتخابات.
محايد	2.22	17.4	65	43	161	39.6	148	2- ساهمت موقع الشبكات الاجتماعية في تجميل الشباب وتحفيزهم للتصويت لمرشحه.
موافق	2.61	3.2	12	32.4	121	64.4	241	3- تغلبت شبكة الإنترنت وموقع الشبكات الاجتماعية على كل القيود التي حاولت النظم المصرية فرضها على الإعلام التقليدي.
موافق	2.57	5.3	20	32.4	121	62.3	233	4- تعتبر موقع الشبكات الاجتماعية مادة أرشفية لكل من يريد الحصول على معلومات عن الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
موافق	2.68	6.4	24	19.5	73	74.1	277	5- أتاحت شبكة الإنترنت الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر مواقعهم الاجتماعية الخاصة بهم.
موافق	2.55	5.3	20	34.5	129	60.2	225	6- قامت موقع التواصل الاجتماعي بعرض الأفلام الخاصة بتفاصيل الأحداث التي لم تقم وسائل الإعلام التقليدية بعرضها عن كل مرشح.
موافق	2.58	7.8	29	26.7	100	65.5	245	7- الانتخابات في زمن موقع الشبكات الاجتماعية جعلت من العالم شريكاً فيها.
موافق	2.51	7.8	29	33.2	124	59.1	221	8- كانت موقع الشبكات الاجتماعية بمثابة الجهاز العصبي الرقمي الذي سمح للانتخابات الرئاسية بأن تدار إدارة لحظية تشاركية من قبل الجماهير الواسعة.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة كانوا موافقين على متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014: أتاحت شبكة الإنترنت الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر مواقعهم الاجتماعية الخاصة بهم" بمتوسط 2.68، تغلبت شبكة الإنترنت وموقع الشبكات الاجتماعية على كل القيود التي حاولت النظم المصرية فرضها على الإعلام التقليدي بمتوسط 2.61، الانتخابات في زمن موقع الشبكات الاجتماعية جعلت من العالم شريكاً فيها بمتوسط 2.58، النتائج السابقة من وجهة نظر الشباب تؤكد أهمية دور موقع التواصل الاجتماعي في المساعدة والمتابعة والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
وكان اتجاه الشباب الجامعي في متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014 يتسم في معظم عبارات المقياس بالموافقة .

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنطة وحنان كامل

10- المرشح الذي قمت بعمل دعاية أو ترويج ل برنامجه الانتخابي في الانتخابات الرئاسية المصرية:

جاء هذا التساؤل لمعرفة اي من المرشحين لمنصب الرئيس قام الشباب الجامعي المصري بعمل دعاية او ترويج ل برنامجه الانتخابي او تأيدة علي صفحات موقع الشبكات الاجتماعية وكان من الضروري وضع مثل هذا التساؤل نظراً لحدوث هذه الانتخابات الرئاسية بين اثنين من المرشحين فقط واجرائهما في مناخ ديمقراطي خالص.

يتضح لنا أن: نسبة 74.3% من أفراد العينة قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد عبد الفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية المصرية، ونسبة 25.7% منهم قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد محمد صباغي في الانتخابات الرئاسية المصرية، ويتبين وجود فروق في المرشح الذي قمت بعمل دعاية أو ترويج ل برنامجه الانتخابي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد عبد الفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية المصرية.

11- الإشباعات المتحققة لدى الشباب من استخدام موقع الشبكات الاجتماعية:

وضع هذا التساؤل لاختبار الشق الآخر من نظرية الاستخدامات والإشباعات وهو معرفة الإشباعات المختلفة المتحققة لدى الشباب الجامعي من استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت الإشباعات السياسية المرتبطة بمتابعة العملية الانتخابية في مصر في مكانة متقدمة بين الإشباعات المختلفة التي تتحقق لدى الشباب الجامعي من استخدام موقع الشبكات الاجتماعية .

جدول رقم (6)

الإشباعات المتحققة لدى الشباب من استخدام موقع الشبكات الاجتماعية ن=374

الاتجاه	متوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.57	12.8	48	17.1	64	70.1	262	1- شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل.
موافق	2.52	9.6	36	28.9	108	61.5	230	2- الاسترخاء والراحة عند الشعور بالتعب.
موافق	2.58	9.6	36	2.5	84	67.9	254	3- التسلية والشعور بالسعادة.
موافق	2.38	17.1	64	27.8	104	55.1	206	4- نسيان المشاكل التي أتعرض لها.
محايد	2.29	17.1	64	35.8	134	47.1	176	5- تشعرني بالراحة النفسية والاطمئنان.
محايد	2.32	18.4	69	31.3	117	50.3	188	6-أشعر بالألفة والتواصل مع الشخصيات السياسية.
موافق	2.56	12.3	46	19.3	72	68.4	256	7- أناقش محتواها مع أسرتي.
موافق	2.49	12.3	46	25.7	96	62	232	8- المساعدة في التعامل مع الآخرين لمعرفة رأيهما في مرشحي الرئاسة.
موافق	2.79	2.1	8	17.1	64	80.7	302	9- التعرف على معلومات تقيدني في حياتي.
موافق	2.74	1.1	4	23.5	88	75.4	282	10- زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في حياتي.
موافق	2.83	1.1	4	15	56	84	314	11- الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة.
موافق	2.68	4.3	16	23.8	89	71.9	269	12- زادت من معلوماتي خاصة السياسية.
موافق	2.41	11.8	44	35.6	133	52.7	197	13- زادت من قدرتي على تحليل البرنامج الخاص بكل مرشح.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنطة وحنان كامل

موافق	2.48	14.2	53	23.5	88	62.3	233	14- إرضاء رغبتي في الحصول على معلومات عن مرشحي الرئاسة.
موافق	2.54	8.6	32	29.1	109	62.3	233	15- جعلتني أفهم ما يدور حولي من أحداث عن الانتخابات الرئاسية المصرية.
موافق	2.52	10.7	40	27	101	62.3	233	16- تزود معرفتي السياسية لأمتلك الحجة لمناقشة الآخرين.
موافق	2.57	9.6	36	23.8	89	66.6	249	17- توفر لي التفاعلية كفرصة لإبداء الرأي بحرية في الموضوعات والقضايا المثارة.
موافق	2.34	19.7	73	27	100	53.2	197	18- إرضاء رغبتي للمشاركة السياسية الإلكترونية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
موافق	2.69	4.3	16	21.7	81	74.1	277	19- تحقق التواصل بيني وبين أناس من ثقافات أخرى.
موافق	2.62	7.5	28	22.7	85	69.8	261	20- زيادة معرفتي بالقضايا السياسية الخاصة بالانتخابات والمرشحين.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة يرون أن أهم الإشباعات المتحققة لديهم من استخدام موقع الشبكات الاجتماعية في الجزء الأول منها يتعلق بتبادل المعلومات، والتعرف إلى معلومات جديدة، والتواصل مع الآخرين، وفي الجزء الثاني منها يتعلق بالمعلومات السياسية والعملية الانتخابية المصرية، والمرشحين والمشاركة في الانتخابات؛ وهذا يؤكد أهمية موقع الشبكات الاجتماعية في إشباع احتياجات الشباب من الحاجة للمعلومات المتعلقة بالعملية الانتخابية والمعلومات السياسية.
وكان اتجاه الشباب الجامعي نحو الإشباعات المتحققة لديهم من استخدام موقع الشبكات الاجتماعية يتسم في معظم عبارات المقياس بالموافقة.

12- مقررات توظيف الإنترنت وموقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي:
استعلن الباحثان بهذا التساؤل للاستفادة من اراء الشباب الجامعي المختلفة في كيفية توظيف الإنترنت وموقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لجذب الشباب بشكل عام نحو العمل السياسي والمشاركة في الحياة السياسية بمختلف انواعها وأشكالها ولكي يكونوا قوة مؤثرة في المجتمع المصري وأكملت نتائج هذا التساؤل من خلال اراء الشباب المختلفة ان الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية لها دوراً كبيراً في دمج الشباب المصري في الحياة السياسية بمختلف اشكالها.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

جدول رقم (7)
مقترنات توظيف الإنترن特 وموقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي:

الدالة د ح 1	ك2	الترتيب	الإجمالي ن= 374		مقترنات توظيف الإنترن特 وموقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي
			%	ك	
0.001	161.807	8	17.1	64	أن يهتم كل فرد بنشر المعلومات الواقعية والبعد عن نشر الشائعات
0.001	88.567	2	25.7	96	أعتقد أن الإنترنرت وموقع التواصل الاجتماعي بالفعل جعلت الباب مفتوحاً أمام الجميع للعمل السياسي
0.001	94.503	4	24.9	93	زيادة المصداقية بإظهار الدليل على المنشور
0.001	92.503	3	25.1	94	المحايدة وعدم التشتبث برأي واحد ومطالبة كل الناس باتباعي
0.001	96.524	5	24.6	92	توضيح البرنامج الانتخابي لكل مرشح وتحليله جيداً من قبل محللين سياسيين
0.001	92.503	3	25.1	94	توسيع دور الإنترنرت للدعائية
0.001	245.861	10	9.6	36	منع المواقع الإباحية والأشياء الخارجية
0.001	151.455	7	18.2	68	أن تناقض مشاكل الشباب وتحاول إتاحة فرص عمل لهم
0.001	146.406	6	18.7	70	لابد أن نستخدم الإنترنرت استخداماً صحيحاً، وأن نعطي الشباب مساحة من الحرية للتعليق، وإبداء آرائهم، وأن يعبروا عما بداخلمهم بمعنى أوضح الديمقراطية المزعومة
0.001	240.642	9	9.9	37	يجب الاهتمام به من قبل المرشحين وتسلیط الضوء عليه أكثر من خلال عمل لجان تتبع المرشح لإقناع المشاركين في شبكات التواصل الاجتماعي بأسلوب علمي متحضر وامتصاص أي انفعال من قبل المعارضين وعدم الرد بما لا يليق
0.836	0.043	1	50.5	189	لا يوجد

يتضح من الجدول السابق، أن: نسبة 50.5% من أفراد العينة ليس لديهم اقترنات، ونسبة 25.7% منهم اقترنوا: أعتقد أن الإنترنرت وموقع التواصل الاجتماعي بالفعل جعلت الباب مفتوحاً أمام الجميع للعمل السياسي، ونسبة 25.1% منهم اقترنوا: المحايده وعدم التشتبث برأي واحد، ومطالبة كل الناس باتباعي، ونسبة 25.1% اقترنوا: توسيع دور الإنترنرت للدعائية، ويتحقق وجود فروق في مقترنات توظيف الإنترنرت وموقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب للعمل السياسي؛ حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما عدا (لا يوجد) كان التكرار الفعلى مقارباً للتكرار المتوقع؛ ومن ثم كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

فرضيات الدراسة:
اختبرت الدراسة عدداً من الفرضيات وكانت النتائج على النحو التالي:

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنطة وحنان كامل

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص، المستوى الاقتصادي والاجتماعي"، ودowافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، السياسة، مدى ملاءمة الوسيلة".

2(أ): الفروق بين الذكور والإإناث في دوافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم (8)

الفروق بين الذكور والإإناث في دوافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية:

مستوى المعنوية د. 372	ت	إناث (ن=128)		ذكور (ن=246)		الجنس	المتغير
		ع	م	ع	م		
غير دالة 0.152	1.435	1.45	8	1.23	8.2		المعرفة والتعلم
غير دالة 0.828	0.218-	1.69	13.3	1.77	13.2		الاتصال والتفاعل الاجتماعي
غير دالة 0.110	1.600	1.84	6.9	1.79	7.2		تسلية وترفيه
غير دالة 0.432	0.787	1.26	7.2	1.67	7.3		الاختيار والتحكم
غير دالة 0.669	0.427	2.66	12.5	2.51	12.7		السياسة
غير دالة 0.116	1.577-	1.49	13.9	2.19	13.6		مدى ملاءمة الوسيلة
غير دالة 0.619	0.498	7.17	61.7	8.75	62.1		دوافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإإناث في دوافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

2(ب): الفروق بين الجامعات في دوافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية:

يتضح لنا أن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعات في: (التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، السياسة) دوافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى أقل من 0.05 ، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعات في: (المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، مدى ملاءمة الوسيلة)، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05 . مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص، المستوى الاقتصادي والاجتماعي"، والإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية.

3(أ): الفروق بين الذكور والإإناث في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية:

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنللة وحنان كامل

جدول رقم (9)

الفروق بين الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية

مستوى المعنوية د.ج 372	ت	إناث (ن=128)		ذكور (ن=246)		المتغير
		ع	م	ع	م	
0.085 غير دالة	1.729	8.80	49.8	8.53	51.5	الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

(3) الفروق بين الجامعات في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية:
يتضح لنا أن: جاء أفراد العينة بجامعة القاهرة في الترتيب الأول بمتوسط 52.2 في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت جامعة طنطا في الترتيب الثاني بمتوسط 51.6، وجاءت جامعة ٦ أكتوبر في الترتيب الثالث بمتوسط 50.2 ، وفي الترتيب الأخير جامعة الأزهر بمتوسط 49.8 في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية.

جدول رقم (10)

الفروق في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية باختلاف الجامعات

مستوى المعنوية	ف	متوسط	متوسط	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.195 غير دالة	1.573	116.965	3	350.895	بين مجموعات	الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية
		74.353	370	27213.278	داخل	
			373	27564.173	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبيّن: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05 .
ما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة في الحياة السياسية" ، والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

يتضح لنا أن:

-وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودوافع السياسة، حيث كانت $r > 0.6$ وهي دالة عند مستوى 0.01.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

- وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع الاختيار والتحكم، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع المعرفة والتعلم، حيث كانت ($r < 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع الاتصال والتفاعل الاجتماعي، حيث كانت ($r < 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.05.

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع التسلية والترفيه، حيث كانت ($r < 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع مدى ملاءمة الوسيلة، حيث كانت (r) غير دالة عند مستوى 0.05.

ما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثالث

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور موقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشاعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

جدول رقم (11)

العلاقة بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور موقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية والإشاعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع

تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور موقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	الإشاعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع
0.01	قوي	طrdi	**0.741	

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية قوية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور موقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية والإشاعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع، حيث كانت ($r > 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

ما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

مناقشة نتائج الدراسة

- تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن الشباب الجامعي المصري يتعامل مع شبكة الإنترنت بنسبة كبيرة جداً، وهذا يرجع إلى المستوى الثقافي المرتفع لدى الشباب، بالإضافة إلى الثورة التقنية الكبيرة في مجال الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات التي استفاد منها الشباب بشكل كبير، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (خليل، حمزة 2012)، ودراسة (جنيد، حنان 2003).

- أظهرت نتائج الدراسة استخدام الشباب لموقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير، وهذا بدوره أدى إلى تكوين المجموعات والصداقات بين الشباب، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديد، لها دورها الفاعل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، وهي مصدر يحظى بثقة المشتركين؛ ما أدى إلى سهولة تداول المعلومات،

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنطة وحنان كامل

وإقامة الحوارات الإيجابية، وخصوصاً السياسية بين الشباب، وهذا ما اتفق مع دراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (أحمد عبد العال، عالية 2012).

- يستدل من نتائج الدراسة أن من أهم أدساب متابعة أفراد العينة من الشباب لموقع الشبكات الاجتماعية أنها تساعدهم على تكوين رأي عام حول المشكلات والقضايا الخاصة بالانتخابات، بالإضافة إلى إبداء آرائهم في القضايا المطروحة للتصويت عليها، ومناقشة أمور سياسية، وهذا مؤشر جيد جداً للشباب الجامعي المصري؛ يعطي دلالة على كونه مؤهلاً قوياً للمشاركة في الانتخابات الرئاسية، أو أية أمور سياسية أو مجتمعية أخرى، وهذا ما اتفق مع دراسة (Shelley, Boulianne 2009)، ودراسة (Hayes R2009).

- تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة عالية من شباب مجتمع الدراسة تستخدم الشبكات الاجتماعية، وجاء موقع (فيسبوك) في الترتيب الأول، باعتباره أفضل موقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، يليه (يوتيوب)، ثم (تويتر) الذي أتى في المرتبة الثالثة؛ وهو ما يؤكد انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب من أفراد العينة، وارتفاع نسبة المشتركين فيها، وأن موقع (فيسبوك) كان له تأثير كبير على الشباب أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، وهذا ما يتفق مع كثير من الدراسات السابقة، منها دراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (ذكرى خضر، نرمين 2009)، ودراسة (محمد الصعيدي، طارق والقوري، جمال الدين محمد 2007).

- جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر موقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا يرجع إلى طبيعة المرحلة التي يعيشها المجتمع المصري من أحداث سياسية جعلت الشباب يندمج فيها، ويقبل عليها، وهذه النتيجة اتفقت ودراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (الخطاط، مسعد محمد 2007).

- تشير نتائج الدراسة إلى تنوع دوافع استخدام الشباب لموقع الشبكات الاجتماعية، حيث جاء دافع التعرف إلى آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الموضوعات الخاصة بالانتخابات الرئاسية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية أتى دافع: استخدمها لأنها تساعدنني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة، والأحداث الخاصة بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014، ثم دافع: استخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي في طليعة استخدامات الشباب لموقع الشبكات الاجتماعية؛ وهذا يرجع إلى أن الاهتمامات السياسية لدى الشباب أصبحت تحتل مكانة متقدمة في استخدامهم لموقع الشبكات الاجتماعية، ونضجهم السياسي والفكري في نظرتهم إلى الواقع الذي يعيشه المجتمع المصري، ولما توفره كذلك موقع الشبكات الاجتماعية من معلومات غزيرة في شتى المجالات.

- أظهرت نتائج الدراسة أن موقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر الحصول على المعلومات السياسية لدى الشباب، باعتبارها منافساً قوياً لوسائل الاتصال التقليدية، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديد في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، ويدل ذلك على الإقبال الشديد من جانب الشباب على تلك المواقع؛ للمتابعة والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

- أظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن موقع الشبكات الاجتماعية أسهمت بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من خلال تشكيل رؤيتهم واتجاهاتهم نحو ما يحيط بهم من متغيرات في الحياة السياسية من خلال إتاحة الفرصة لهم بالتعليق على بعض الأنشطة في إحدى أو عدة صفحات معينة متعلقة بالانتخابات، ونشر أخبار تتعلق بالمرشحين، وإنشاء صفحة معينة لمرشحي الرئاسة؛ وهو ما يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب.

- أظهرت نتائج الدراسة أن الإشعارات السياسية في مقدمة الإشعارات المتحققة لدى الشباب من استخدام موقع الشبكات الاجتماعية، وهذا ما اتفق مع عدد من الدراسات السابقة منها دراسة (منصور، محمود 2012)، ودراسة (خليل، حمزة 2012).

توصيات الدراسة:

يقترح الباحثان في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج مجموعة من التوصيات والمقررات، منها إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة، مثل إجراء دراسات على المجتمعات العربية دراسة مقارنة، وخصوصاً المجتمعات التي قامت فيها ثورات الربيع العربي، وكذلك دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي،

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

ونشر الثقافة السياسية بين الشباب المصري بشكل عام؛ بما يحفزهم على ممارسة حقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية الفاعلة، لاسيما ونحن على اعتاب الانتخابات البرلمانية المصرية 2015، وكذلك شبكات التواصل الاجتماعي بين السلبيات والإيجابيات على الشباب الجامعي دراسة مقارنة، بالإضافة إلى رصد دور موقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي وخدمة المجتمع المدني.

المراجع

- أحمد عمر، حمدي (2014). موقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي- دراسة في سوسيولوجيا الإنترن特 على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر. دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد العاشر.
- الخياط، مسعد محمد (2007) دور الإنترنرت والصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفلة ، جامعة عين شمس.
- الصعيدي، طارق محمد والقويري، جمال الدين محمد (2007) استخدامات الشباب الجامعي لنفسية المعلومات الدولية الإنترنرت وتأثيراتها على الترابط الأسري في المجتمع الليبي- دراسة ميدانية. المؤتمر العام السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي للمواطن العربي، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
- جنيد، حنان (2003) تكنولوجيا الاتصال التفاعلي "الإنترنرت" وعلاقتها بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (يناير - مارس 2009) كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- جلال حسن، أشرف (2009) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنرت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطريه- دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل. المؤتمر العلمي الأول وتحديات العصر، فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- حبيب، محمد رضا (2007). علاقة التعرض للصحف المطبوعة والإنترنرت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري- دراسة تحليلية ومية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- حضر، نرمين زكريا (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لموقع الشبكات الاجتماعية المؤتمر العلمي الأول. الأسرة والإعلام وتحديات العصر، فبراير 2009، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- روبيرتس، تيمونز وهيات ايمي (2004). من الحداثة إلى العولمة، رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغيير الاجتماعي. (ترجمة سمير الشبكي). القاهرة: عالم المعرفة، ج 1، العدد 309.
- سعود البشر، محمود (1997) مقمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.
- عبد الحميد أحمد، محمد (2009) المدونات- الإعلام البديل. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد السلام، نجوي (1998، مايو) أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لنفسية الإنترنرت. المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام، الإعلام وقضايا الشباب، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
- عبد القوي، محمود حمدي (2009) دور الإعلام البديل في تعديل المشاركة السياسية لدى الشباب- دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية. المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر يولييو 2009، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- مكاوي، حسن عماد وحسين، ليلى السيد (1998) الاتصال ونظرياته المعاصرة . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- منصور، محمد (2012) تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتقفين- دراسة مقارنة لموقع الاجتماع والموقع الإلكتروني. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية بالدانمارك.

استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنلة وحنان كامل

- Baumgartner, J. and Jonathan, M. (2010). My facetube politics: Social networking websites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review*, 28, 22-44.
- Boroughs, B. (2010). Social working websites and voter turnout (Unpublished M.P.P.). Georgetown University, Washington, DC., USA.
- Boulianane, S. (2007) Connecting, informing, and mobilizing youth and the advantaged: The role of the Internet in political engagement (Unpublished Doctoral Dissertation). The University of Wisconsin, Wisconsin, USA.
- Budak, A. (2010). Facebook, Twitter, and Barack Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections. Retrieved September 16, 2012, from ProQuest Dissertations And Theses. (UMI No. 1474900).
- Cozma, R. and Ancu, M.(2009). My space politics: Uses and Gratification of befriending candidates. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, (53)4, 567-583.
- Denis, M.(1987). Mass communication theory: An Introduction, 2^{ed} Edition. London: Sage Publication.
- Hayes,R. (2008). Providing what they want and need on their own turf: Social networking, the web and young voters. A Paper presented at the annual of the NCA, 94th annual convention 2008, San Diego, CA, USA.
- Mesbah, H. (1991). Uses and gratification of television viewing among Egyptian adults. MA Thesis. Department of Journalism and Mass communication, The American University of Cairo, Egypt.
- Raake, J. and Bonds, J.(2008) My space and Facebook: Applying the uses and gratification theory to exploring friend- networking sites. *Cyberpsychology and Behavior*, 11(2), 169-174.
- Sara,W.E.(2009).The internet and Politics: Facebook as A compaing too (M.S. Dissertation). University of Central Messouri, Missouri, USA.
- Soon, P. H. and Marina, C. S. (2002). Focus group interview: The internet as political campaign medium. *Public Relations Quarterly*, 47 (4).
- Urista, M., Dong, Q., and Day, K. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12(2), 215-229.

الباحثان مدرسان للإعلام التربوي بكلية التربية النوعية، جامعة كفر الشيخ - مصر، تنصب اهتماماتهما البحثية في دراسات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت علي الشباب المصري والعربي في مختلف المجالات، كما شارك الباحثان في العديد من المؤتمرات العلمية في جمهورية مصر العربية .