

## استخدام الشباب الجامعي للإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية

لبنى عبد العزيز الجابري(\*)

إشراف / أ. د / منى الحديدي(\*\*)

### المقدمة:

شهد العالم ثورة هائلة في مجال تكنولوجيا الإتصال والتي أدخلت بدورها تغييرات جذرية في الحياة الإنسانية، وقد نعتب بعض هذه التغييرات إيجابياً والآخر سلبياً، ومن هذه التطورات أيضاً وجود وسائل اتصال حديثة (الإنترنت) تختلف في طبيعتها عن وسائل الاتصال التقليدية، وقد غيّرت تلك الوسائل من المفاهيم التقليدية للتلفزيون أو الراديو أو الصحافة، وذلك من أجل مواكبة التطورات العالمية.

وفي مجتمعنا المصري ظهر دور تلك الوسائل الجديدة بشكل كبير خاصة منذ أحداث ثورة 25 يناير، وقد تصاعدت أهمية هذا الدور بعد ثورة 30 يونيو ومع مرور مصر بانتخابات 2012 ثم انتخابات 2014

تلك الأخيرة التي شهدت سجلاً عنيفاً بين مرشحي الرئاسة وبين مؤيدي كل منهما (انتخابات 2014)، وقد كان لتلك الوسائل الجديدة (الإنترنت) دوراً لا نستطيع إغفاله.

### مشكلة البحث:

في ظل ثراء البيئة الاتصالية بوسائل الاتصال الحديثة والتي يمثلها الإنترنت، وكذلك تأثيراتها المتعددة على الجمهور وخاصة الشباب في الكثير من القضايا والمشكلات الاجتماعية والثقافية والسياسية أيضاً، تظهر أهمية التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على تلك الوسائل في الحصول على المعلومات السياسية وخاصة أثناء فترة الانتخابات الرئاسية السابقة 2014.

### أهمية البحث:

- تقييم مدى استخدام واعتماد الشباب للإنترنت في استيقاق المعلومات السياسية وأثر ذلك على قراراتهم ومشاركتهم في الانتخابات الرئاسية.
- تتبع أهمية البحث من اهتمامها بقطاع الشباب الذين يمثلون مستقبل وحاضر مصر ويشكلون 40% من عدد سكانها.

(\*) باحث دكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

(\*\*) استاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

### أهداف البحث:

- التعرف على مدى متابعة الشباب للقضايا السياسية بوجه عام وقضية الانتخابات الرئاسية بشكل خاص، ومعرفة مدى تأثير ذلك على اتجاهاتهم السياسية.
- تحديد دور الإنترنت باعتباره أحد الوسائل الإعلامية الحديثة، حول مدى اعتماد الشباب له في الحصول على المعلومات في قضية الانتخابات الرئاسية.
- تقييم رؤية الشباب لما قدمه الإنترنت من مضامين أثناء فترة الانتخابات الرئاسية 2014.

### الدراسات السابقة:

#### ١- إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام 2014 على مواقع التواصل الاجتماعي (2017). 1

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحملات الانتخابية بالتطبيق على الواقع المصري وكيفية مساهمتها في خلق وظائف تساهم في التواصل مع الناخبين ونشر الرسالة الانتخابية والمساهمة في تغيير السلوك الانتخابي ورصد وتحليل حدود قدرة مخططي الحملات الانتخابية على توظيف شبكات التواصل الاجتماعي والاستفادة من امكانياتها وسماتها التفاعلية في إدارة حملاتهم الانتخابية، وكذلك حجم التفاعلية على الصفحات الرسمية للمرشحين.

### نتائج الدراسة:

- احتلت القضايا السياسية المرتبة الأولى من بين القضايا التي ركزت عليها كلتا الحملتين وذلك بنسبة (24.7%)، بينما احتلت القضايا الأمنية المرتبة الثانية لدى حملة السيسي على الفيس بوك وتويتر معاً وجاءت مناقشة القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية لدى حملة حمدين صباحي.
- تصدرت الوعود الخاصة بتحقيق الأمن والاستقرار في مقدمة الوعود الانتخابية لدى الرئيس السيسي، بينما تصدرت الوعود بتحقيق العدالة الاجتماعية في مقدمة الوعود الانتخابية لدى حمدين صباحي.

#### 2- استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة و الإشباع المتحققة منها (2016). 2

تهدف الدراسة إلى التعرف على الإشباع المتحققة للشباب من التلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة، إلى جانب تحديد وتفسير أثر العوامل الديموجرافية في حجم التعرض للتلفزيون واستخدام وسائل الإعلام الجديدة، وكذلك تحليل تأثير التلفزيون كأحد وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة على نمط حياة المستخدمين الشباب.

### نتائج الدراسة:

- التلفزيون مازال يحتل مكانه هامة للشباب بصفة يومية، فهم لم يلغوه من حياتهم، بل قل اعتمادهم عليه، في مرحلة العمل أعلى مشاهدة للتلفزيون بالمقارنة بالشباب في مرحلة الدراسة، جاءت الإشباعات المتحققة من مشاهدة التلفزيون متوسطة، ويرى الشباب أن التلفزيون الحكومي لا يوجد لديه حرية في التعبير عن قضايا الشباب في مصر، والتلفزيون الخاص لديه حرية منقوصة.
- عدم وجود أي من العينة لا يستخدم وسائل الإعلام الجديدة مما يدل على أهميتها ومكانتها المرتفعة بين الشباب، حيث جاءت معدلات استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة مرتفعة حيث كانت يومياً بنسبة 79.8٪، ومواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر وسائل الإعلام الجديدة التي يفضلها الشباب، ثقة الشباب في وسائل الإعلام الجديدة متوسطة رغم كثافة استخدامهم لها، دوافع الشباب لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة مرتفعة بنسبة 50.3٪، اشباعات الإعلام الجدد تتسم بمستوى مرتفع بنسبة 3.49٪.
- استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة أثر بدرجة كبيرة على تراجع استخدامهم للتلفزيون، لكن يرى الشباب أن وسائل الإعلام الجديدة لن تلغي التلفزيون.
- كشفت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية متوسطة القوة بين معدل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها.
- وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة ودرجة الثقة في المعلومات المستمدة من تلك الوسائل.

### 3- اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو (2015). 3

تهدف الدراسة إلى معرفة أنماط المضامين الموجهة إلى الشباب واتجاهاتها من خلال تحليل مضمون عينة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة التي تسبق وأثناء ثورة الثلاثين من يونيو، بالإضافة لدراسة ميدانية للوقوف على رأي مختلف فئات الشباب نحو هذه المواقع وتأثيراتها عليهم في الحشد للثورة باعتبارها المصدر الأكثر أهمية بالنسبة للشباب.

### نتائج الدراسة:

- تتوزع معدلات اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي على: الاعتماد بدرجة كبيرة بنسبة 23.8٪، الاعتماد بدرجة متوسطة بنسبة 55.8٪، والاعتماد بدرجة قليلة بنسبة 20.5٪.

- بينت النتائج أن أهم مزايا شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب هي: السرعة في نقل الأحداث بنسبة 60٪، تليها التسلية والترفيه بنسبة 57٪، ثم التعرف على وجهات النظر المختلفة بنسبة 53٪.
- بينت النتائج أن معدلات الثقة في مضمون شبكات التواصل الاجتماعي هي: أثق بدرجة كبيرة بنسبة 6٪، أثق بدرجة متوسطة 74.3٪، وأثق بدرجة محدودة 19.8٪.

#### 4- دور التعرض للفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية، (2015). 4

تهدف الدراسة إلى معرفة دور استخدام الفيس بوك في المشاركة السياسية على ثلاث مستويات هي الأول: لمستخدمي المجموعات السياسية الخاصة بالانتخابات 2014، الثاني: تواصل مستخدمي الموقع مع المرشح الرئاسي لعام 2014 ومدى استفادته من استخدام الموقع، الثالث: هو تحقيق الديمقراطية في المجتمع المصري وهو ما يسمى بالديمقراطية الإلكترونية ومعرفة دور الفيس بوك كمراقب على الحكومة ومعرفة دور تلك المواقع في إدلاء المشاركين بأصواتهم في انتخابات الرئاسة المصرية ومدى تأثيره عليهم.

#### نتائج الدراسة:

- أثبتت أنه من خلال التفاعل مع الفيس بوك يمكن التأثير في الآخرين، حيث بلغت نسبة الأفراد اللذين تأثروا بوجهات نظر الآخرين في تأييد مرشح معين مما يؤثر على قرار التصويت 63.3٪.
- بينت النتائج أنه كلما زاد التعرض للفيس بوك زاد الانغماس السياسي والتعامل مع المجموعات السياسية وقد يرجع ذلك إلى أن الفيس بوك من خلال ما يتيح من تعدد في الآراء فإنه يتيح الفرصة إلى زيادة قناعة الفرد برأي معين مما يعمل على زيادة ارتباطه بالعملية السياسية وزيادة تفاعله السياسي عبر الفيس بوك.

#### 5- استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على مشاركتها في الانتخابات الرئاسية 2012. 5

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المرأة الصعيدية لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت ومعرفة الإشباع المتحققة لديها من خلال التعرف على مدى ثقتهن في المضامين المقدمة وأنماط وأشكال التفاعل والمشاركة الإلكترونية وتأثير ذلك على مشاركتها الفعلية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2012.

### نتائج الدراسة:

- ارتفاع معدل استخدام المرأة الصعيدية عينة الدراسة للشبكات الاجتماعية حيث وصلت إلى ٥٣٪ من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، و٣٨٪ منهم يستخدمه دائماً.
  - بينت نتائج الدراسة أن للشبكات الاجتماعية دور في دفع المرأة الصعيدية نحو صناديق الاقتراع، حيث وصلت نسبة اللذين أجابوا بنعم 64.6٪، بينما اللذين نفوا هذا الدور وصلت نسبتهم 35.4٪.
  - أظهرت النتائج مدى حرص واعتماد المرأة الصعيدية على الشبكات الاجتماعية في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، فجاء اللذين حرصوا واعتمدوا بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٦٧٪، ثم اللذين حرصوا واعتمدوا بدرجة ضعيفة في الترتيب الثاني بنسبة 28.6٪، بينما اللذين حرصوا واعتمدوا بدرجة كبيرة وصلت نسبتهم 4.4٪.
- ٦- دور الإنترنت في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الشباب، (٢٠١٢). ٦

تهدف الدراسة إلى رصد وتوصيف طبيعة الدور الذي تقوم به الإنترنت في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي في إطار الاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والعوامل الوسيطة المتداخلة في تلك العلاقة.

### نتائج الدراسة:

- جاء موقع فيس بوك في مقدمة المواقع التي اعتمد عليها المبحوثون، ثم المواقع الإخبارية ثم الصحف الإلكترونية ثم موقع تويتر وأخيراً التلفزيون المصري.
  - بينت النتائج أن استخدام عينة الدراسة للإنترنت قد أثر بشكل سلبي على اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 78.4٪.
  - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات تعرض المبحوثين للإنترنت ومستويات الوعي بالمشاركة السياسية لديهم.
- ٧- اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق (٢٠١١). ٧

تهدف الدراسة إلى رصد أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الشباب العراقي في متابعة الأحداث التي تجري في العراق وذلك للوقوف على طريقة استخدامه لها، وقدرة هذه الوسائل على تقديم المعلومة المناسبة أثناء عرضها للأحداث التي تقع في العراق وأياً من الوسائل التقليدية أو الجديدة أكثر قدرة على تقديم المعلومة، ومدى قدرة وسائل الإعلام الجديدة على تحقيق الأهداف التي يسعى الشباب العراقي إلى تحقيقها من خلال استخدامه لهذه الوسائل واعتماده عليها في

تعويض نقص أو فقدان وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، نتيجة الظروف الأمنية والعسكرية التي يمر بها العراق منذ بداية الاحتلال وحتى الآن.

#### نتائج الدراسة:

- جاءت الصحف والمجلات في المرتبة الأولى من حيث معدلات الاستخدام لدى الشباب العراقي ومن ثم تلتها القنوات الفضائية في المرتبة الثانية وهي تقترب منها من حيث معدلات الاستخدام.
- جاء استخدام الشباب العراقي لشبكة الإنترنت في المرتبة الثانية، إضافة إلى اعتمادهم عليها، حيث أوضحت أن ما نسبته 63% من مستخدمي وسائل الإعلام بشكل عام يستخدمون الإنترنت.
- أظهرت النتائج أن قدرة مواقع الإنترنت في تزويد المبحوثين بالمعلومات نسبة إلى المصادر الأخرى جاءت مناصفة من حيث الموافقة بنسبة 50.2%، وعدم الموافقة عليها بنسبة 49.8%.
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية في العراق وبين أثر الاعتماد.

#### ٨- دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية، (٢٠١١). ٨

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية، والذي نتيجته تظهر في تفاوت المعلومات والمعارف لديهم نتيجة تفاوت التعرض لتلك الوسائل، بالإضافة إلى التعرف على دور الاتصال الشخصي والذي قد يكمل دور وسائل الإعلام، وتكمن مشكلة البحث في الفجوة المعرفية والتي قد تحدث نتيجة تعرض البعض لوسائل الإعلام التقليدية والآخر لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

#### نتائج الدراسة:

- توجد علاقة بين المستوى التعليمي لأفراد العينة ومعدل التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.
- كلما زاد الاهتمام بالقضية كلما زاد مستوى المعرفة بها.
- لم يعد التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة يشكل عبئاً مادياً.
- تأتي الفضائيات العربية في مقدمة القنوات من حيث نسبة المشاهدة بين أفراد العينة وذلك بنسبة 90.5%.

## ٩- دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر ٢٠٠٨ ٩

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام وسائل الإعلام المحليّ وعربيّاً ودولياً بالانتخابات الرئاسية الأمريكية (نوفمبر ٢٠٠٨) وتنافسها في تقديم تغطية لها عن تأثير هذه التغطية الإعلامية، واعتماد الجمهور المصري على وسائل الاتصال، واستخدامه (العام والمركز) للمضامين الإخبارية في هذه الوسائل على معارفه واتجاهاته نحو هذه الانتخابات وأثارها المحتملة والمرشحين فيها وبرامجهم الانتخابية ونحو العملية الانتخابية بصفة عامة، ورصد العوامل والمتغيرات التي تؤثر في تشكيل هذه المعارف وتلك الاتجاهات، وهو ما يمكن تلخيصه في التعرف على دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وذلك في ضوء افتراضات مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام

### نتائج الدراسة :

- ظهرت علاقات ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين التعرض العام للمضامين الإخبارية والسياسية في كل وسائل الاتصال موضع هذه الدراسة وبين الاعتماد على هذه الوسائل للحصول على معلومات عن موضوع الانتخابات الرئاسية الأمريكية .

- ظهرت علاقات ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين التعرض المحدد بموضوع الانتخابات الرئاسية الأمريكية للمضامين الإخبارية والسياسية في كل وسائل الاتصال موضع هذه الدراسة وبين الاعتماد على هذه الوسائل للحصول على معلومات عن موضوع الدراسة .

- ظهرت فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين المعتمدين على وسيلة اتصال واحدة وبين أولئك المعتمدين على أكثر من وسيلة للحصول على معلومات عن موضوع الانتخابات الأمريكية فيما يتعلق بمستويات معرفتهم السياسية المتعمقة والكلية فقط بهذا الموضوع، وذلك لصالح من يعتمدون على أكثر من وسيلة .

- ظهرت علاقات ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين كل من الانتباه إلى وسائل الاتصال والاهتمام بموضوع الانتخابات الأمريكية وبين كل مستويات المعرفة السياسية للمبحوثين بهذا الموضوع، كما ظهرت علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين الثقة في وسائل الاتصال وبين كل من مستويات المعرفة السطحية والكلية فقط للمبحوثين بموضوع

- ظهرت علاقات ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين المستويات المعرفية للمبحوثين بموضوع

الانتخابات الأمريكية وبين اتجاهات المبحوثين نحو هذا الموضوع، أي أنه كلما ارتفعت المستويات المعرفية الخاصة بالمبحوثين تكونت لديهم في المقابل اتجاهات أكثر إيجابية نحو هذا الموضوع .

- ظهرت علاقات ارتباط إيجابية دالة إحصائية بين التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الاتصال وبين أهداف اعتماد المبحوثين عليها كمصادر للمعلومات عن موضوع الانتخابات الأمريكية، وكانت أقوى هذه العلاقات بين أهداف الفهم والتأثيرات المعرفية، وبين أهداف التوجيه والتأثيرات السلوكية، وبين أهداف التسلية والتأثيرات الوجدانية .

#### ١٠- اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية ٢٠٠٦ . ١٠

تهدف الدراسة إلى التعرف على أسباب الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية والتعرف على مدى ثقة هذه المواقع، واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام استقصاء على عينة من الشباب الجامعي وذلك في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

#### نتائج الدراسة :

-بينت الدراسة أن من أهم أسباب تصفح هذه المواقع هو تميزها بفورية المعلومات وحدائتها .

-بينت الدراسة أن أهم تأثيرات الاعتماد هي التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لهذه المواقع .

-بينت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين اعتماد على هذه المواقع وبين الثقة فيها .

#### الإطار النظري للبحث:

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "Media System Dependency Theory"

توصف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها نظرية بيئية (في المعنى الأصلي للتعبير) فهي تركز على العلاقات بين النظم الصغيرة والمتوسطة والكبيرة فالنظرية البيئية تنظر الى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً وهي تبحث في كيف أن أجزاء من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. ١١

وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف - المجالات - الراديو - التلفزيون - السينما.

### فروض النظرية:

ترتكز نظرية الاعتماد من فرض رئيسي هو اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وذلك لإثارة احتياجاته من خلال استخدام وسائل الإعلام، وكلما لعبت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبالتالي تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام. ١٢

وتقوم علاقات الاعتماد بوسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما: ١٣

**الأهداف:** لكي تحقق الأهداف الشخصية والاجتماعية للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

**المصادر:** أن يسعى الأفراد والمنظمات المختلفة إلى الوسائل التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

### تساؤلات البحث:

- ١- ما مدى مشاركة الشباب في الانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١٨؟
- ٢- ما هي درجة اهتمام عينة الدراسة بالانتخابات الرئاسية الأخيرة؟
- ٣- ما هو تقييم الشباب المصري للإنترنت أثناء فترة الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤؟
- ٤- ما مدى مشاركة الشباب في الانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١٨؟

### فروض البحث:

#### الفرض الأول:

يختلف مستوى اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصادر للمعلومات باختلاف فئات المتغيرات الديمجرافية (النوع، العمر، المرحلة التعليمية الجامعية، نمط الجامعة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وينقسم هذا الفرض إلى فروض فرعية هي :

أ- توجد فروق داله احصائيا في اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصادر للمعلومات بين فئات النوع (ذكور، إناث) .

- ب- توجد فروق داله احصائيا بين اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصادر للمعلومات بين فئات العمر.
- ج- توجد فروق داله احصائيا في اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصادر للمعلومات بين نمط الجامعة التي ينتمون إليها.
- د-توجد فروق داله احصائيا في اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصادر للمعلومات بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

### الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على الإنترنت وأهداف الاعتماد على هذه الوسيلة.

### نوع ومنهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، وقد تم استخدام منهج المسح في رصد وضع الإنترنت كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية في مصر بين الشباب الجامعي المصري.

### مجتمع وعينة البحث:

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوث من الشباب المصري بالجامعات من محافظات القاهرة الكبرى وذلك مع مراعاة تمثيل كافة أنماط التعليم والمستوى الاقتصادي والثقافي للشباب عينة الدراسة، حيث تم توزيع صحيفة الاستبيان على الشباب المصري بجامعة حكومية مثلتها جامعة القاهرة، جامعة بنها (كلية الطب)، وكذلك نمط التعليم الخاص مثلته الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام MSA، المعهد الكندي للإعلام، معهد الجزيرة العالي للاتصال وعلوم الإعلام، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وجامعة أجنبية مثلتها الجامعة الألمانية حيث تم تمثيل كل أنماط التعليم الحكومي والخاص والأجنبي، وذلك من خلال الطلبة الدارسين في السنوات الدراسية الأخيرة بالجامعة وطلبة الدراسات العليا.

### أدوات جمع البيانات:

تم جمع البيانات عن طريق صحيفة استبيان.

### التعريفات الإجرائية:

#### ١- الشباب :

ويعرف البحث الشباب طبقا لإطار العمر و الذي يحدد الشباب بأنه هم الأفراد الذين تقع أعمارهم ما بين 18-35 عاما، سواء أكانوا في مرحلة في مرحلة الإعداد العلمي والمهني أم دخلوا بالفعل في سوق العمل.

## ٢ - الانتخابات الرئاسية:

وهي عملية يُدعى فيها الناخبون لإختيار رئيس الجمهورية وقد اجتازت مصر إثنين من الانتخابات الرئاسية بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو، ويقصد بالانتخابات الرئاسية في الدراسة هي الانتخابات الرئاسية الأخيرة (٢٠١٤).

٣- الإنترنت: يقصد بالإنترنت في هذه الدراسة كافة المواقع الإخبارية أو وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتتر... وغيرها، كذلك المواقع الخاصة بالمرشحين أثناء فترات الانتخابات.

### نتائج البحث:

#### التساؤل الأول:

ما طبيعة الجمهور المستخدم للإنترنت وخلفياته الثقافية والحضارية؟ تكونت عينة الدراسة الميدانية من (٤٠٠) مبحوث من الشباب الجامعي المصري في السنوات الأخيرة من المرحلة الجامعية وكذلك من طلبة الدراسات العليا، في المرحلة العمرية من (١٨ : ٣٥) سنة، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي فيما يخص خصائص عينة الدراسة ما يلي:

#### جدول رقم (١)

#### خصائص عينة الدراسة الميدانية

النوع	ك	%
ذكر	200	50
انثى	200	50
المجموع	400	100
العمر	ك	%
من 18-24 سنة	214	53.5
من 25-35 سنة	186	46.5
المجموع	400	100
نمط الجامعة	ك	%
حكومي	267	66.8
خاص	128	32.0
اجنبي	5	1.3
المجموع	400	100
الدراسة الجامعية	ك	%
المرحلة الجامعية (بكالوريوس -ليسانس)	208	52.0
دراسات عليا	192	48.0
المجموع	400	100
التعليم قبل الجامعي	ك	%
حكومي	207	51.8
تجريبي	31	7.8
خاص مصري	109	27.3
خاص اجنبي	41	10.3
دولي	12	3.0
المجموع	400	100

يتضح من بيانات الجدول السابق خصائص عينة الدراسة الميدانية، والتي بلغت (٤٠٠ مبحوث)، وقد حرصت الباحثة أن تكون العينة "منصفة" بين الذكور والإناث بنسبة ٥٠٪ لكل منها، وذلك بواقع تمثيلهم بالمجتمع المصري.

ويتضح من البيانات أيضاً أن نسبة عينة الدراسة ذات الفئة العمرية من (١٨ : ٢٤) بلغت 5.53٪ من إجمالي العينة بينما الفئة العمرية الثانية بلغت نسبتها 46.5٪ من إجمالي عينة الدراسة الميدانية، كما تظهر النتائج أن غالبية أفراد العينة من الدارسين في الجامعات الحكومية وذلك بنسبة 66.8٪ في مقابل ٣٢٪ في الجامعات الخاصة و 1.3٪ في الجامعات الأجنبية، وهي نتائج ذات دلالة واقعية وذلك لما نراه من أعداد كبيرة من الطلاب المتقدمين للالتحاق سنوياً بالجامعات الحكومية وأيضاً نظراً لما يستلزمه دخول الجامعات الخاصة والأجنبية من إمكانيات مادية كبيرة.

كما يتضح من بيانات الجدول السابق، ارتفاع نسبة طلبة المرحلة الجامعية عن نسبة طلبة الدراسات العليا وهو ما يعتبر تمثيلاً طبيعياً للعينة والتي هي عينة ممثلة لواقع المجتمع والذي ترتفع فيه نسبة طلاب الجامعات عن طلاب الدراسات العليا، حيث وصلت نسبة طلبة الدراسات العليا ٤٨٪ في مقابل ٥٢٪ لطلبة الجامعات، وتتنوع عينة طلبة الدراسات العليا ما بين طلبة تمهيدي الماجستير، طلبة الماجستير، طلبة الدكتوراه، الدبلومات المصرية و الزمالة الدولية وذلك بالعديد من الكليات بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة والدولية.

وتتنوع أيضاً عينة طلاب الجامعات ما بين طلاب بالجامعات الخاصة والحكومية، والكليات العملية والنظرية، حيث حرصت الباحثة على أن تكون عينة الدراسة ممثلة لأكبر عدد من الكليات والأقسام.

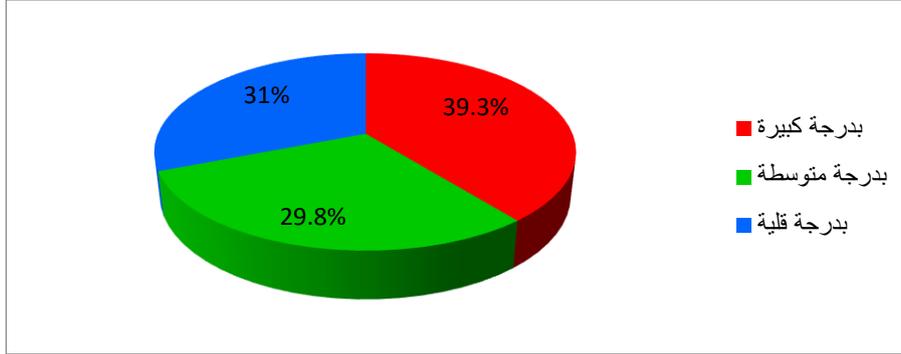
كما يتضح أيضاً أن غالبية أفراد العينة من الدارسين في المدارس الحكومية وذلك بنسبة 51.8٪ يليه الدارسين للتعليم الخاص المصري الخاصة بنسبة 27.3٪، ثم التعليم الخاص الأجنبي بنسبة 10.3٪، ويأتي التعليم التجريبي في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة 7.8٪، وأخيراً يأتي التعليم الدولي بأقل نسبة بين أفراد عينة الدراسة وهي 3.0٪، ونرى من استعراض النسب السابقة أنها متنسقة مع سابقتها حيث يظهر أن أكثر نسبة جاءت لخريجي المدارس الحكومية في حين جاءت أيضاً أكثر نسبة للملتحقين بالجامعات الحكومية وأن أقل نسبة جاءت لخريجي المدارس الدولية في حين جاءت أيضاً أقل نسبة للملتحقين بالجامعات الأجنبية.

## التساؤل الثاني:

ما هي درجة اهتمام عينة الدراسة بالانتخابات الرئاسية الأخيرة؟

### شكل رقم (١)

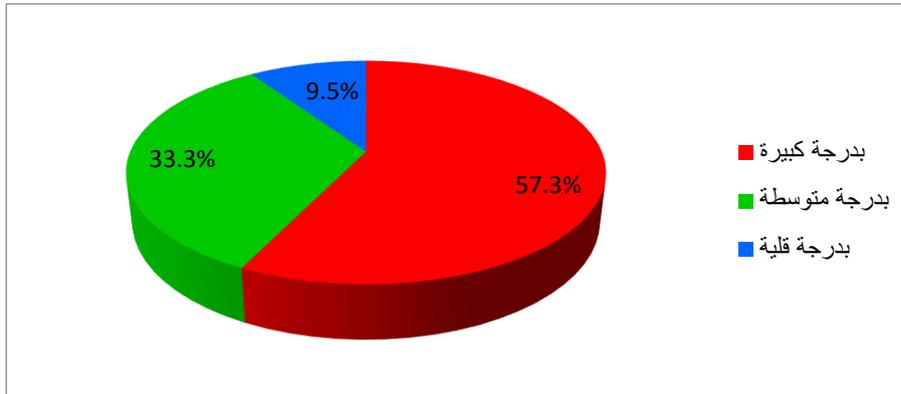
توزيع عينة الدراسة تبعاً لدرجة الاهتمام بانتخابات ٢٠١٤



وتشير النتائج السابقة إلى أن فئة الاهتمام بالانتخابات الرئاسية الأخيرة "بدرجة كبيرة" قد جاءت في المرتبة الأولى بين نسب الاهتمام بالانتخابات الرئاسية الأخيرة بين عينة الدراسة وذلك بنسبة ٣٩,٣٪، تليها الاهتمام بدرجة قليلة بنسبة ٣١,٠٪، وأخيراً في المرتبة الثالثة فئة الاهتمام بدرجة متوسطة بنسبة ٢٩,٨٪، ويتضح من الجدول السابق أن الفروقات بين الفئات السابقة ليست ذات دلالة واضحة، مما يبين أن درجة الاهتمام بالانتخابات الرئاسية الأخيرة بين عينة الدراسة غير كبير.

### شكل رقم (٢)

توزيع المبحوثين تبعاً لدرجة الاعتماد على الإنترنت



توضح البيانات السابقة أن الاعتماد بدرجة كبيرة على الإنترنت أثناء فترة الانتخابات الرئاسية قد جاء في المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٥٧,٣٪، يليه في المرتبة الثانية الاعتماد بدرجة متوسطة بنسبة ٣٣,٣٪ وأخيراً الاعتماد بدرجة قليلة بنسبة ٩,٥٪.

- مقياس اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت :

جدول رقم (٢)

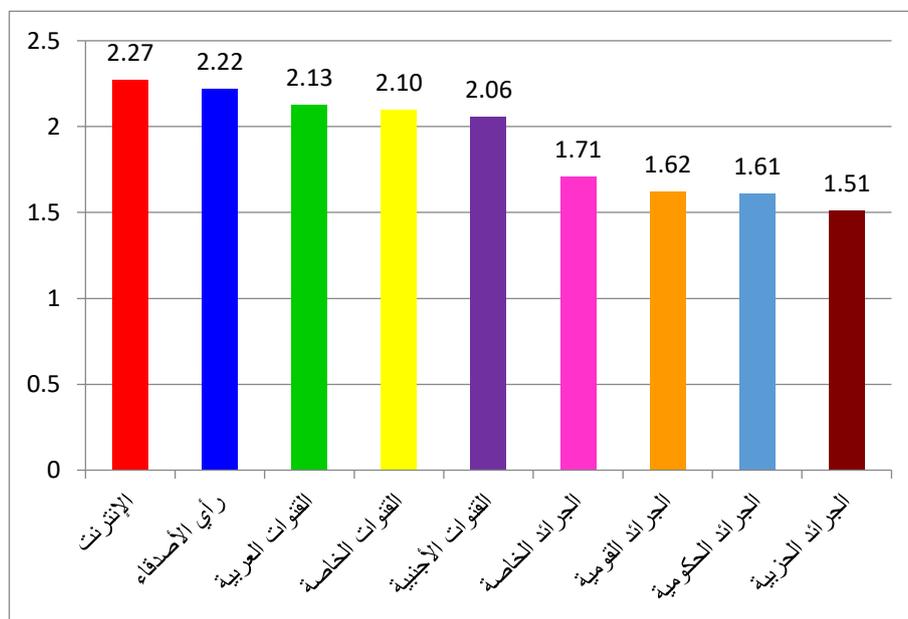
توزيع عينة الدراسة طبقاً لمقياس الاعتماد على الإنترنت

مستوى الاعتماد / الإنترنت	ك	%
مرتفع	229	57.3
متوسط	133	33.3
منخفض	38	9.5
المجموع	400	100

يظهر الجدول السابق توزيع المبحوثين حسب فئات مقياس الاعتماد على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، وقد ارتفع مستوى الاعتماد المرتفع عن باقي مستويات الاعتماد بقيمة (٣,٥٧٪)، يليه مستوى الاعتماد المتوسط بقيمة (٣,٣٣٪)، ثم مستوى الاعتماد المنخفض بقيمة (٥,٩٪).

شكل رقم (٣)

توزيع إجابات المبحوثين تبعاً لمصادقية بعض الوسائل



### ملاحظة: تم أخذ نسبة المتوسط الحسابي

تشير البيانات السابقة إلى نتائج مصداقية بعض الوسائل لدى عينة الدراسة أثناء فترات الانتخابات الرئاسية، والتي بينت أن، الإنترنت جاء في المرتبة الأولى بين الوسائل المختلفة التي يصدقها الشباب عينة الدراسة وذلك بانحراف معياري يبلغ (٠،٧٠٤)، ومتوسط حسابي (٢،٢٧)، ووزن مؤوي (٧٥،٥٠)، يليه في المرتبة الثانية رأي الأصدقاء بوزن مؤوي (٧٤،٠٨)، وفي المرتبة الثالثة تأتي القنوات العربية بوزن مؤوي (٧١،٠٠)، وفي المرتبة الرابعة تأتي القنوات الخاصة بوزن مؤوي (٧٠،٠٨)، والقنوات الأجنبية جاءت في المرتبة الخامسة بوزن مؤوي (٦٨،٥٠)، أما الجرائد الخاصة فجاءت في المرتبة السادسة بوزن مؤوي (٥٦،٨٣)، أما المرتبة السابعة فكانت للجرائد القومية بوزن مؤوي (٥٣،٩٢)، تليها الجرائد الحكومية في المرتبة الثامنة بوزن مؤوي (٥٣،٥٠)، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة تأتي الجرائد الحزبية بوزن مؤوي (٥٠،١٧).

### التساؤل الثالث:

ما هو تقييم الشباب المصري للإنترنت أثناء فترة الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤؟

### جدول رقم (٣)

#### توزيع آراء العينة حول أهداف الاعتماد على الإنترنت

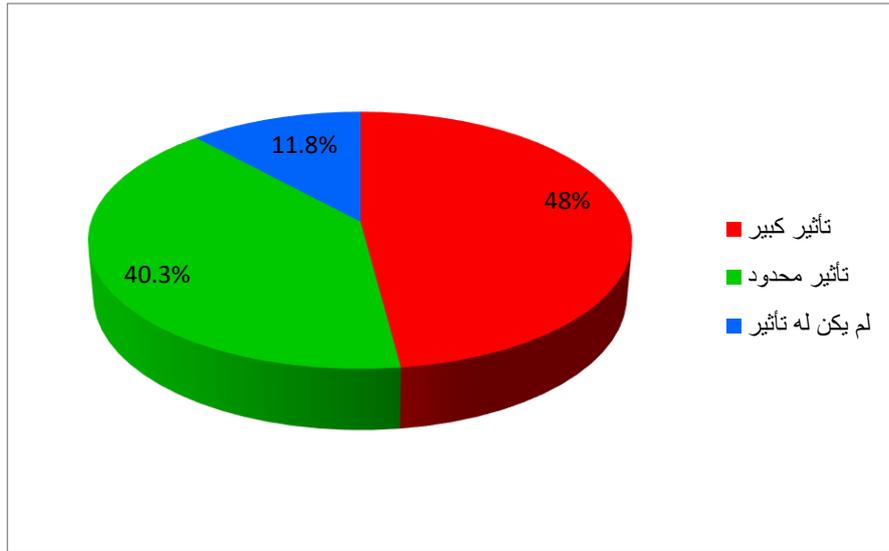
الوزن المؤوي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	موافق		لا رأي لي		معارض		الرأي أهداف الاعتماد على الإنترنت
			ن	ك	ن	ك	ن	ك	
95.50	2.87	0.415	89.3	357	8.0	32	2.8	11	سرعة وسهولة الحصول على المعلومات
86.08	2.58	0.659	67.8	271	22.8	91	9.5	38	حرية المناقشة مع الشباب فهم أكثر مستخدميه
81.25	2.44	0.669	53.8	215	36.3	145	10.0	40	مقارنة أداء التلفزيون بالإنترنت من حيث عرض ومناقشة موضوع الانتخابات
81.17	2.44	0.705	56.0	224	31.5	126	12.5	50	استطلاع الآراء حول المرشحين وبرامجهم
81.17	2.44	0.709	56.3	225	31.0	124	12.8	51	متابعة المواقع الرسمية وصفحات المرشحين
80.17	2.41	0.740	55.8	223	29.0	116	15.3	61	تقييم آراء السياسيين ومقارنتها بالماضي
79.25	2.38	0.729	52.5	210	32.8	131	14.8	59	تدعيم رأي حول المرشح من خلال نقاشاتي عبر الإنترنت
73.83	2.22	0.800	45.0	180	31.5	126	23.5	49	التفاعلية بيني وبين المرشحين ومؤيديهم من خلال صفحاتهم
69.50	2.09	0.758	33.3	133	42.0	168	24.8	99	إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالمرشحين أو المشاركة في ذلك.
400									ن

تشير بيانات الجدول السابق إلى نتائج اعتماد عينة الدراسة على الإنترنت أثناء فترات الانتخابات الرئاسية، والتي تبين أن:

تأتي فئة "سرعة الحصول على المعلومات" في المرتبة الأولى وذلك بانحراف معياري 0.415، ومتوسط حسابي 2.87، ووزن مؤوي 95.50، بينما فئة "حرية المناقشة مع الشباب" المرتبة الثانية وذلك بوزن مؤوي 86.08، تليها فئة "مقارنة أداء التلفزيون بالإنترنت" في المرتبة الثالثة بوزن مؤوي 81.25، وفي المرتبة الرابعة "جاءت فئة استطلاع الآراء المختلفة حول المرشحين" وذلك بوزن مؤوي 81.17، أما فئة "متابعة الرسمية وصفحات المرشحين" فقد جاءت في المرتبة الخامسة بوزن مؤوي 81.17، تليها فئة "تقييم آراء السياسيين والإعلاميين ومقارنتها بالماضي" والتي جاءت بالمرتبة السادسة بوزن مؤوي 80.17، وفي المرتبة السابعة فئة "تدعيم آرائ" بوزن مؤوي 79.25، أما عن فئة "التفاعلية بيني وبين المرشحين" ففي المرتبة الثامنة بوزن مؤوي 73.83، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة تأتي فئة "انشاء صفحات تدعم احد المرشحين" وذلك بانحراف معياري 0.758، ومتوسط حسابي 2.09، ووزن مؤوي 69.50.

#### شكل رقم (٤)

#### توزيع المبحوثين تبعاً لتأثير الإنترنت على القرار الانتخابي



توضح بيانات الجدول السابق أن فئة التأثير الكبير للإنترنت على القرار الانتخابي لدى عينة الدراسة قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٤٨،٠٪، يليه التأثير المحدود بنسبة ٤٠،٣٪ في المرتبة الثانية، وأخيراً فئة التأثير المنعدم في المرتبة الثالثة بنسبة ١١،٨٪.

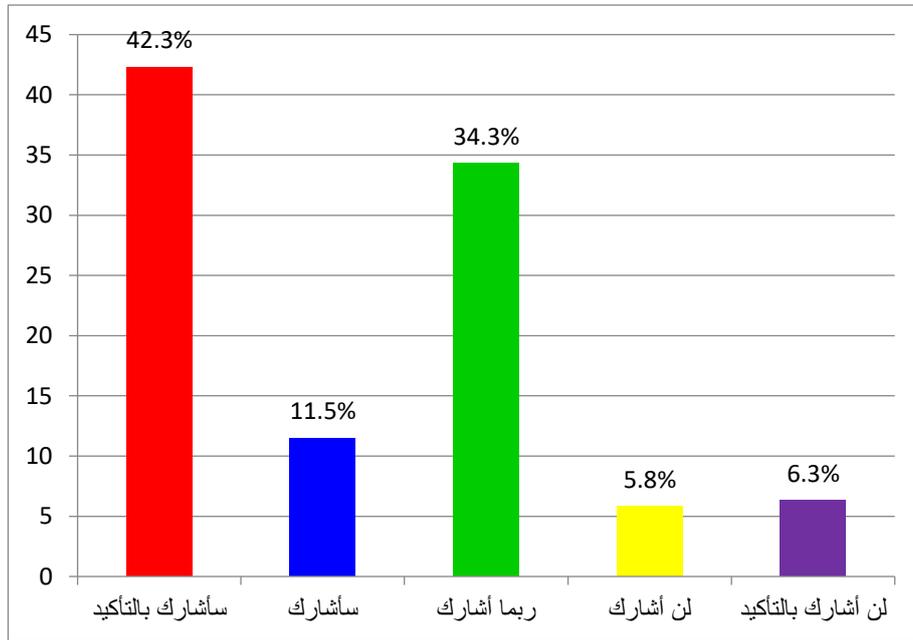
وتوضح البيانات السابقة ما يتمتع به الإنترنت من قوة تأثير واضحة على القرار الانتخابي للشباب عينة الدراسة، حيث ما يقرب من نصف العينة قررت بأن للإنترنت تأثيرا كبيرا على قرارها الانتخابي.

#### التساؤل الرابع:

ما مدى مشاركة الشباب في الانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١٨؟

#### شكل رقم (٥)

#### توزيع المبحوثين تبعا للمشاركة في الانتخابات القادمة



توضح النتائج السابقة أن 42.3% من عينة الدراسة ستشارك بالتأكيد في الانتخابات الرئاسية المستقبلية، بينما 34.3% من عينة الدراسة ربما ستشارك في الانتخابات المستقبلية وهي بذلك تأتي في المرتبة الثانية، أما في المرتبة الثالثة بنسبة 11.5% تأتي فئة سشارك ثم فئة لن أشارك بالتأكيد بنسبة 6.3% في المرتبة الرابعة وأخيرا في المرتبة الخامسة فئة لن أشارك بنسبة 5.8%.

جدول (٤)

توزيع إجابات المبحوثين تبعاً لأسباب المشاركة أو عدمها في الانتخابات القادمة

الأسباب	نعم	
	ن	ك
لأنها واجب وطني	45	11.3
على حسب المرشحين	31	7.8
لعدم ثقتي بنزاهتها	30	7.5
لتحقيق تداول السلطة	18	4.5
حسب مصداقيتها واقتناعي بها	10	2.5
لأنني غير مهتم	10	2.5
لأننا مسؤولون عن أصواتنا	9	2.3
لضمان وصول الأفضل للسلطة	4	1.0
ن	400	

توضح النتائج السابقة أن سبب المشاركة في الانتخابات "كواجب وطني" قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة 11.3%، بينما سبب "على حسب المرشحين" جاء في المرتبة الثانية بنسبة 7.8%، يليه في المرتبة الثالثة سبب "لعدم ثقتي بنزاهتها" كأحد أسباب عدم المشاركة بنسبة 7.5%، وفي المرتبة الرابعة جاء سبب "لتحقيق تداول السلطة" بنسبة 4.5%، وفي المرتبة الخامسة تساوى كل من سبب "حسب مصداقيتها واقتناعي بها، و سبب لأنني غير مهتم" بنسبة 2.5% لكل منهما، وفي المرتبة السادسة يأتي سبب "لأننا مسؤولون عن أصواتنا" بنسبة 2.3%، وفي المرتبة الأخيرة يأتي سبب "لضمان وصول الأفضل" وذلك بنسبة 1.0%.

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

يختلف مستوى اعتماد المبحوثين علي الإنترنت كمصادر للمعلومات باختلاف فئات المتغيرات الديمجرافية (النوع، العمر، المرحلة التعليمية، نمط الجامعة، المستوى الاقتصادي والاجتماعي) وينقسم هذا الفرض إلى عدة فروض فرعية هي:

- فرض فرعي (أ):

توجد فروق داله إحصائيا في مستوى اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصادر للمعلومات بين فئات النوع (ذكور، إناث).

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)، لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات، وقد ظهرت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

### جدول (٥)

#### الفروق في مستوى الاعتماد على الإنترنت بين فئات النوع

مستوى الاعتماد	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الإنترنت	ذكر	186	2.66	0.588	5.228	397.899	0.000
	أنثى	214	2.32	0.688			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في مستوى الاعتماد على (الإنترنت)، كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة (ت) (5.228)، ومستوى المعنوية (0.000)، وذلك عند درجة حرية (397.899)، مما يعني أن الذكور والإناث يختلفون في اعتمادهم على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية .

ومن خلال قيمة المتوسط الحسابي فإن متوسط الذكور والذي يبلغ (2.66)، أعلى من متوسط الإناث والذي يبلغ (2.32)، وعليه فالذكور يعتمدون أكثر من الإناث على الإنترنت كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية.

#### - فرض فرعي (ب):

توجد فروق داله إحصائيا في مستوى اعتماد الباحثين على الإنترنت كمصادر للمعلومات بين فئات العمر.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)، لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من الباحثين في أحد المتغيرات، وقد ظهرت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي :

### جدول (٦)

#### الفروق في مستوى الاعتماد على الإنترنت بين فئات العمر

مستوى الاعتماد	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الإنترنت	من 18-24 سنة	214	2.54	1.936	384.630	0.054
	من 25-35 سنة	186	2.41			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد الباحثين على (الإنترنت)، وفئات العمر حيث بلغت قيمة (ت)، (1.936) وقيمة مستوى المعنوية (0.054)، وذلك عند درجة حرية (384.630)، وقد تقدمت

فئة (١٨: ٢٤) على الفئة الثانية بمتوسط حسابي قيمته (2.54)، مما يدل على أن الفئة الأصغر سناً، هي الأكثر اعتماداً على الإنترنت من الفئة الأكبر.

- فرض فرعي (ج):

توجد فروق داله إحصائياً في مستوى اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصدر للمعلومات بين فئات المرحلة التعليمية الجامعية

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test)، لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات، وقد ظهرت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

#### جدول (٧)

الفروق في مستوى الاعتماد على الإنترنت بين فئات المرحلة التعليمية الجامعية

مستوى الاعتماد	المرحلة التعليمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاعتماد على الإنترنت	جامعي	208	2.59	0.616	3.450	382.686	0.001
	دراسات عليا	192	2.36	0.695			

تشير نتائج الجدول السابق إلى أنه توجد فروق دالة إحصائياً بين فئات المرحلة التعليمية الجامعية التي ينتمي إليها المبحوث (المرحلة الجامعية - دراسات عليا) في مستوى الاعتماد على (الإنترنت)، حيث بلغت قيمة (ت)، (3.450) وذلك عند مستوى معنوية (0.001)، ودرجة حرية (382.686).

فسواء الدارسين في المراحل الجامعية أو طلاب الدراسات العليا عينة الدراسة يختلفون من حيث مستوى الاعتماد على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية.

ومن خلال المتوسط الحسابي نجد أن متوسط المرحلة التعليمية الجامعية والذي يبلغ (2.59)، أعلى من متوسط الدراسات العليا والذي قيمته (2.36)، مما يشير إلى أن طلبة المرحلة الجامعية أكثر اعتماداً على الإنترنت من طلبة الدراسات العليا.

- فرض فرعي (د):

توجد فروق داله احصائيا في مستوى اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصدر للمعلومات بين نمط الجامعة التي ينتمون إليها.

وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار تحليل التباين ذو البعد الواحد Oneway Analysis of Variance المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وقد ظهرت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي :

جدول (٨)

الفروق في مستوى الاعتماد على الإنترنت بين فئات نمط الجامعة

مستوى الاعتماد	نمط الجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الإنترنت	حكومي	267	2.42	0.669	3.612	2 397	0.028
	خاص	128	2.60	0.644			
	أجنبي	5	2.20	0.447			
	المجموع	400	2.48	0.664			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط الجامعة في مستوى الاعتماد على (الإنترنت)، في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، حيث بلغت قيمة (ف) (3.612)، ومستوى المعنوية (0.028)، وذلك عند درجة حرية (2.397)، وقد حققت فئة الجامعات الخاصة بمتوسط حسابي (2.60) المرتبة الأولى، يليها فئة الجامعات الحكومية بمتوسط قيمته (٢،٤٢)، ثم فئة الجامعات الأجنبية (2.20)، مما يوضح أن طلاب الجامعات الخاصة هم الأكثر اعتماداً على الإنترنت كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية.

ولمعرفة مصدر التباين، قامت الباحثة أنماط الجامعة، بإجراء الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests)، بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) والجدول التالي يظهر نتائج هذه الفروق:

جدول (٩)

الاختبارات البعدية للفروق في مستوى الاعتماد على الإنترنت بين فئات نمط الجامعة

مستوى الاعتماد	نمط الجامعة (I)	نمط الجامعة (J)	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
الإنترنت	حكومي	خاص	0.178-	0.012
		أجنبي	0.223	0.454
		أجنبي	0.402	0.182
			400	ن

يتضح من البيانات السابقة أن فئة الجامعات (الحكومية)، هي مصدر التباين في مستوى الاعتماد على الإنترنت، مما يوضح أن طلبة الجامعات الحكومية هم أكثر الفئات اعتماداً على الإنترنت، وقد يرجع ذلك إلى تعدد مصادر طلبة الجامعات الأخرى وعدم اتساع الوقت لديهم لمتابعة الإنترنت بشكل كبير.

- فرض فرهي (ه) :

توجد فروق داله احصائيا في مستوى اعتماد المبحوثين على الإنترنت كمصدر للمعلومات بين فئات المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار تحليل التباين ذو البعد الواحد **Oneway Analysis of Variance** المعروف اختصاراً باسم **ANOVA**، وقد ظهرت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي :

#### جدول (١٠)

الفروق في مستوى الاعتماد على الإنترنت بين فئات المستوى الاجتماعي الاقتصادي

مستوى الاعتماد	فئات المستوى الاجتماعي الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الإنترنت	منخفض	200	2.42	0.683	1.591	2 397	0.205
	متوسط	189	2.54	0.648			
	مرتفع	11	2.45	0.522			
	المجموع	400	2.48	0.664			

تشير بيانات الجدول السابق أنه توجد فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة في درجة الاعتماد على الإنترنت)، حيث بلغت قيمة (ف) (1.591)، ومستوى المعنوية (0.205).

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اعتماد المبحوثين على الإنترنت وأهداف الاعتماد على هذه الوسيلة

للتحقق من صحة الفرض الثاني استخدمت الباحثة معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation)، وقد ظهرت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

### جدول ( ١١ )

#### العلاقة الارتباطية بين مستوى وأهداف الاعتماد على الإنترنت

مستوى الاعتماد (الإنترنت) × أهداف الاعتماد	R	P
مستوى الاعتماد × الفهم	0.333	0.000
مستوى الاعتماد × توجيه	0.359	0.000
ن	400	

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقات إيجابية بين هدف (الفهم) في الاعتماد على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، ومستوى الاعتماد على الإنترنت، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.000)، وهي علاقة متوسطة الشدة، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون في (0.333)

كما تشير بيانات الجدول إلى وجود علاقات إيجابية بين هدف (التوجيه) في الاعتماد على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، ومستوى الاعتماد على الإنترنت، حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية (0.000)، وهي علاقة متوسطة الشدة، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون في (0.359).

#### خلاصة البحث:

- ١- يأتي الفيس بوك في المرتبة الأولى بين الوسائل التي اعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات (بدرجة كبيرة)، وذلك بنسبة 51.5٪.
- ٢- جاء الإنترنت في المرتبة الأولى بين الوسائل المختلفة التي يصدقها الشباب عينة الدراسة وذلك بانحراف معياري (0.704)، ومتوسط حسابي (2.27)، ووزن مؤوي (75.50)، يليه في المرتبة الثانية رأي الأصدقاء بوزن مؤوي (74.08)، وفي المرتبة الثالثة تأتي القنوات العربية بوزن مؤوي (71.00).
- ٣- حصلت فئة الاعتماد بدرجة كبيرة على الإنترنت أثناء فترة الانتخابات الرئاسية على المرتبة الأولى وذلك بنسبة 57.3٪، يليه في المرتبة الثانية الاعتماد بدرجة متوسطة بنسبة 33.3٪ وأخيرا الاعتماد بدرجة قليلة بنسبة 9.5٪.
- ٤- حصلت فئة التأثير الكبير للإنترنت على القرار الانتخابي لدى عينة الدراسة قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة 48.0٪، يليه التأثير المحدود بنسبة 40.3٪ في المرتبة الثانية، وأخيرا فئة التأثير المنعدم في المرتبة الثالثة بنسبة 11.8٪.
- ٥- تنصدر الإنترنت مصادر المعلومات التي سوف يعتمد عليها أفراد العينة أثناء الانتخابات الرئاسية المستقبلية، وذلك بنسبة (38.99٪)، يليه التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة (35.27٪)، ثم الاتصال الشخصي في المرتبة الثالثة بنسبة (10.55٪)، وفي المرتبة الرابعة جاءت الصحافة بنسبة (6.57٪)، ثم الراديو في

- المرتبة الخامسة بنسبة (3.77%)، أما القنوات الأجنبية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة وهي (0.10%).
- ٦- توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في مستوى الاعتماد على الإنترنت، كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية.
- ٧- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العمر في مستوى الاعتماد على الإنترنت.
- ٨- توجد فروق دالة إحصائياً بين فئات المرحلة التعليمية الجامعية التي ينتمي إليها المبحوث (المرحلة الجامعية – دراسات عليا) في مستوى الاعتماد على (الإنترنت).
- ٩- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط الجامعة التي ينتمي إليها المبحوث، في مستوى الاعتماد على (الإنترنت)، في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية.
- ١٠- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من ذوي المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة في درجة الاعتماد على (الإنترنت).
- ١١- توجد علاقات إيجابية بين هدف (الفهم، والتوجيه)، في الاعتماد على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية، ومستوى الاعتماد على الإنترنت.

**المصادر:**

- ١- مروة سيد سلام، حول إدارة الحملات الانتخابية الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٤ على مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، (القاهرة: جامعة الأهرام الكندية)، في: المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (١٧)، السنة الخامسة، ابريل/يونيو، ٢٠١٧.
- ٢- صفا محمد إبراهيم عبد الدايم، "استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها"، رسالة دكتوراه. غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٦).
- ٣- نهى عاطف العبد، "اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو"، في: المجلة العلمية لبحوث الإعلام، دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (٥١)، ابريل/يونيو ٢٠١٥.
- ٤- مها مصطفى محمود، "دور التعرض للفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية - دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة في مصر"، رسالة ماجستير. غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
- ٥- مصطفى الجزيري، محمود السيد، نوره عبد الله، استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على مشاركتها في الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢، في: المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، الإعلام وثقافة الديمقراطية ٢٣ - ٢٥ إبريل ٢٠١٢.
- ٦- شيماء عبد النبي أبو عامر، " دور الإنترنت في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الشباب - دراسة تطبيقية"، رسالة ماجستير. غير منشورة (جامعة طنطا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٢).
- ٧- جمعة محمد عبد الله اللهيبي، "اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق"، رسالة ماجستير. غير منشورة، (معهد الدراسات والبحوث العربية: جامعة الدول العربية، القاهرة، ٢٠١١)
- ٨- مي عبد الرحمن مصلح، "دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية"، رسالة ماجستير. غير منشورة، ( القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب قسم الإعلام وعلوم الاتصال، ٢٠١١ )
- ٩- صفا فوزي، " دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر ٢٠٠٨ - دراسة في إطار

- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام"، في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد الثاني، يولية/ديسمبر ٢٠٠٨.
- ١٠- هبة أمين شاهين، "اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية" في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير/يونيو ٢٠٠٦ .
- ١١- ملفين ل . ديفلير، ساندرابول روكيتش، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، (القاهر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ٢٠٠١).
- ١٢- ملفين ديلفور وساندرابول روكيتش، نظريات الإعلام، ترجمة: محمد الجوهري، (الأردن، دار الأمل للنشر والتوزيع، ١٩٩٤).
- ١٣- محمود أحمد محمود مزيد، اعتماد المراهقين على القنوات الإخبارية في متابعة الأحداث والقضايا السياسية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - المجلد السادس - العدد الثاني - يونيو / ديسمبر ٢٠٠٥ .