

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة

"دراسة ميدانية على طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس"

د. رباب جلال البصرتي

مدرس علم الاجتماع بكلية التربية جامعة عين شمس

#### مقدمة:

إن الإتصال هو العملية الرئيسية المسؤولة عن خلق الأفكار بداية من الإتصال الذاتي، ثم نقلها عن طريق أنواع الإتصال المختلفة، مثل الإتصال الشخصي المباشر بين فردين أو ثلاثة، وإتصال الجمعي بين مجموعة أو أكثر في شكله الدبلوماسي أو السياسي أو التنظيمي أو الثقافي، وإتصال الجماهيري المرتبط بالإعلام الورقي كالمجلات والصحف، والمرئي كالتلفزيون والسينما، والمسموع كالراديو.

وهذا الأخير هو الإتصال الأكثر تأثيراً على متلقى الرسائل الإتصالية، لقدرته على مخاطبة الآلاف والملايين من الأشخاص في نفس اللحظة في كل المجتمعات على كوكب الأرض، ولم يعد الإتصال الجماهيري يلعب دور الوسيط الناقل للرسائل فقط، بل إمتلك القدرة على إبتكار الوسائل المختلفة لصناعة الرأي العام المحلي والعالمي على كافة المستويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والدينية، بل وتغيير المعتقدات والقيم الأخلاقية للمجتمعات المختلفة.

إن القدرات التي إمتلكتها وسائل الإتصال الجماهيري متمثلة في الإعلام بأنواعه السابق ذكرها، أصبحت تؤثر بشكل قوي في تشكيل الوعي بكافة الفئات والشرائح والطبقات داخل المجتمع، وصناعة قضايا الرأي العام، وبالطبع يؤثر هذا الدور في درجات الإستقرار داخل المجتمعات بالإيجاب أو بالسلب، بناء على نوع الرسائل التي توجه إلى الجمهور، ونوع الوسيلة الإعلامية، وطبيعة الجمهور المستقبل للرسالة وخصائصه الديموغرافية.

وعلى الرغم مما سبق فإن هناك تشويشاً تتعرض له تلك الوسائل نتيجة وجود علاقة بين صناعة ونقل الرسائل الإتصالية، وبين السياسات التي تفرضها القوى الاقتصادية المتمثلة في ملاك القنوات والصحف الخاصة والقوى السياسية المتمثلة في الحكومات المالكة أو المتحكمة في القنوات والصحف المحلية والدولية حسب مصالحهم، وهو ما تفسره بدقة نظرية حارس البوابة، وفي إطار الحريات التي باتت تطالب بها معظم المجتمعات، وفي إطار التطور التكنولوجي السريع الذي ظهر خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين، والعقدين الأولين من القرن الحادي والعشرين، وعدم إتاحة وسائل الإعلام التقليدية من تليفزيون ورايو وصحافة مطبوعة لكل المعلومات والأخبار والآراء التي يتطلع إليها الجمهور، بالإضافة إلى حدوث تضارب واضح في الرسائل المقدمة بين القنوات المختلفة حول نفس القضايا، برز دور نوع جديد من الإعلام المسمى بالإلكتروني الذي بدأ إتصلاً وسيطاً بين عدد محدود من الأفراد في مجتمعات واحدة أو متقاربة، وانتهى الآن كاتصلاً جماهيرياً يمتلك مقومات وقدرات تعدت كل وسائل الإتصال الجماهيري الأخرى.

ومع بروز دور الإعلام الإلكتروني الذي أتاح قدراً كبيراً من الكم المعلوماتي والآراء، وتضمنت آليات عمله توفر عنصر رجع الصدى الذي تعرض للتشويش من خلال الوسائل الإعلامية التقليدية التي تعرضت لنوع من الرقابة، كما أوضحنا سابقاً، وقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية المرتبة الأولى في إهتمام الجمهور عامة، والعربي والمصري خاصة، حيث أتاحت تلك المواقع لمستخدميها أن يخلقوا لأنفسهم أدواراً جديدة تمكنهم من التحول من مجرد مستقبل للرسالة إلى مرسل للرسالة بكافة صورها المرئية والمسموعة والمكتوبة، مما يدعم دورها في إثارة قضايا سياسية تتحول في بعض الأحيان إلى قضايا رأي عام تؤثر على الحكومات المختلفة، ومتخذي القرار السياسي في مختلف دول العالم.

ومن هنا يتضح أن وسائل الإعلام الإلكترونية من صحف ومواقع تواصل اجتماعي قد خلقت شكلاً جديداً من أشكال الممارسة الإعلامية التي تجعل الجمهور يمتلك عدة أدوار إتصالية تحوله في كل عملية إلى عنصر مختلف من عناصر الإتصال التي تشكل وعيه السياسي بأنماط متعددة، ومن خلال ذلك بدأت المؤسسات الإعلامية التقليدية في عمل

**دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة**

مواقع إلكترونية خيرية لها، لتحاول المحافظة على جمهورها من خلال هذا النوع من الإعلام، وتسابقت القوى الاقتصادية والسياسية على إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، لإرسال رسائلهم السياسية إلى الشباب مما يساعد على إستراده مرة ثانية وإستدراجه للحياة السياسية في الإطار الذي يحقق مصالح تلك القوى ومؤسساتها مرة أخرى.

ونظراً لمقومات وقدرات الإعلام الإلكتروني المختلفة، وشبه إنعدام دور حارس البوابة الذي تلعبه القوى المختلفة - بسبب إستخدام الملايين للإنترنت، وصعوبة التحكم في هذا الكم - أصبح الإعلام الإلكتروني هو الإعلام المفضل لدى الشباب، والأقدر على التعبير عن تلك الفئة الاجتماعية، والأكثر تشكيلاً لوعيها السياسي، وبالتالي الأكثر قدرة على تغيير أفكار وقيم ومعتقدات مجتمعات ودول بأكملها بطرق مختلفة كانت ولازالت أبرزها الثورة والإنتفاضات الجماهيرية التي شهدتها العديد من الدول العربية، وتسببت في تغيير أنظمة، وإشعال حروب ضخمة في دول أخرى، لذلك وجب التعرف على دور هذه المواقع الإلكترونية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة باعتبارهم أحد الشرائح الهامة في فئة الشباب.

أولاً: الدراسات السابقة:

بعد مراجعة الدراسات السابقة قامت الباحثة بتقسيمها إلى أربعة محاور يتضمن المحور الأول الدراسات المتعلقة بالإعلام الإلكتروني أو الإعلام الجديد، ويتضمن المحور الثاني الدراسات المتعلقة بالصحف الإلكترونية، ويتضمن المحور الثالث الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي، ويتضمن المحور الرابع موقع الدراسة الراهنة على خريطة الدراسات السابقة.

المحور الأول: الدراسات المتعلقة بالإعلام الإلكتروني أو الإعلام الجديد:

**1- دراسة Joseph Kahne & Ellen Middaugh & Danielle Allen (2014)**

**بعنوان:**

**الشباب والإعلام الإلكتروني، والنهوض والمشاركة السياسية (1)**

هدفت الدراسة إلى بحث العلاقة بين دور الإعلام الإلكتروني وبين النهوض بالمشاركة السياسية للشباب، من خلال تحليل مضمون بعض المقالات العلمية، وتحليل مضمون

مشاركات الشباب في بعض المواقع، وكان من أهم نتائج الدراسة أن الإعلام الإلكتروني أتاح للشباب فرصة المشاركة السياسية من خلال أدواته المتعددة، كما أن الشباب عمل على استخدام الإعلام الإلكتروني لنقد المضامين والمواد والسياسات الموجهة التي تبث من خلال وسائل الإعلام الأخرى.

## 2- دراسة Arshad Ali & Hassan Sayed (2014):

بعنوان: دور الإعلام الجديد في المناقشات السياسية وتغير السلوك الانتخابي لطلاب

الجامعة: (2)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط إستيعاب الإعلام الإلكتروني لمتطلبات الشباب الجامعي، واكتشاف أسباب تفضيل الشباب الجامعي لإستيفاء معلوماتهم السياسية من خلال الإعلام الإلكتروني، وكذلك التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في تغير سلوكيات واتجاهات المنتخبين من شباب الجامعات. وتنتمي الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وكان من أهم النتائج أن الإعلام الإلكتروني يلعب دور كبير ورئيسي في تشكيل الوعي السياسي للطلاب، وان النسبة الأكبر من طلاب الجامعة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للمعرفة السياسية ونشر وتبادل المعلومات والآراء، وجاء ترتيب المواقع التي يستخدمها الطلاب هي بالترتيب (فيسبوك، تويتر، المدونات).

## 3- دراسة محمد رضا حبيب (٢٠١٣) بعنوان: دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في

التثقيف السياسي للشباب المصري - دراسة ميدانية: (3)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى المعرفة السياسية للأفراد، وتحديد العوامل المؤثرة فيها والمحددة لها، والتعرف على أهم الفروق الرئيسية بين الصحف ومواقع الإنترنت في معالجة القضايا السياسية المحلية والعالمية، ثم وصف مستوى المعرفة السياسية للشباب المصري، وعلاقتها باستخداماتهم للصحافة والإنترنت، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الاجتماعي، وكان من أهم النتائج أن هناك نوع من إنعدام الثقة بين وسائل الإعلام والشباب المصري (عينة الدراسة) مما يفقدهم مصداقيتها، لأنهم يرون

**دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة**  
أنها تبالغ في إبراز السلبيات أو الإيجابيات، لكنها لا تمثل وحدها العامل المؤثر في المعرفة السياسية لديهم، لأنهم يلجئون في الغالب إلى الأصدقاء والأسرة في تلقي المعارف السياسية.

#### 4- دراسة شريف أحمد سعيد (٢٠١٠) بعنوان: الإنترنت وإمكانية الديمقراطية الرقمية

##### في مصر: (4)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور السياسي للإنترنت في مصر، وكذلك التعرف على مستويات وأسباب الفجوة الرقمية بين العالم العربي والعالم المتقدم، وتصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، واستخدم الباحث أداة تحليل المضمون ليقوم بتطبيقها على عينة من بعض مواقع الصحف القومية والحزبية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها أنه تم التركيز في المجال السياسي الداخلي على حرية الصحافة وحرية عمل المجتمع المدني، وتأكيد سيادة القانون وحقوق الإنسان، وتم التركيز في المجال العربي على القضية الفلسطينية، أما في المجال الدولي فكان التركيز على تدني قيمة المواطن المصري في الخارج، كما تم التأكيد على قيمة المواطنة من أجل القضاء على ظاهرة الإرهاب، وفي المجال الاقتصادي تم التركيز على توسيع قاعدة الملكية الشعبية، والتأكيد على أهمية الإصلاح السياسي.

#### 5Michael Schudson (2009) بعنوان: دراسة:

**دور الإعلام الإلكتروني في الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٠٨: النيويورك تايمز تتوخى الحذر: (5)** هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الصحف الإلكترونية على نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية، واختبار الفرضية التي ترى أن للإعلام الإلكتروني دور في زيادة الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع الأمريكي، وتعد الدراسة وصفية بالأساس، حيث اعتمدت على أداة الملاحظة والتدوين ورصد المواد الخبرية بجريدة النيويورك تايمز بين إصدارها الورقي والإلكتروني، وعمل مقارنة بينهم في الفترة من يوليو 2008 إلى أكتوبر 2008، ومن أهم نتائج الدراسة أن الإعلام الإلكتروني لا يعد سبباً مباشراً في التغيرات المجتمعية، وإنما كان وسيلة للانفتاح الثقافي، وإحداث التغيرات الاجتماعية بشكل غير

د. رباب جلال البصراي  
مباشراً، كما اتجه الجمهور الأمريكي لوسائل الإعلام الإلكتروني كوسائل أكثر تفضيلاً،  
ولكنها لم تلغي دور وسائل الإعلام الأخرى كالتلفزيون والراديو بشكل  
كلي.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالصحف الإلكترونية:

1- دراسة هبة عبد الله صالح ، وخالد أحمد جلال (٢٠١٢) بعنوان:

مراكز السلطة والقوى السياسية قبل وبعد الثورة المصرية - دراسة تحليلية لتعليقات بعض  
الصحف الإلكترونية:(6)

هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء المعلقين من جمهور قراء بعض الصحف الإلكترونية  
نحو السلطة، ومراكز القوى السياسية قبل وبعد ثورة ٢٥ يناير، وتتنمي تلك الدراسة إلى  
الدراسات الإستطلاعية الوصفية، حيث استخدمت منهج المسح الإعلامي لمسح مضمون  
مقالات صحيفتي المصري اليوم، وبوابة الشروق من خلال مسح مضمون تعليقات القراء،  
وكان من أهم النتائج وجود إتجاهات سلبية قبل الثورة نحو السلطة بسبب تفشي الفساد  
والظلم، كما اختلفت تعليقات القراء في الصحيفتين نحو كل من مبارك والشرطة والثورة في  
حد  
ذاتها.

2Harpe Christopher - دراسة:

(7) ١٩٩٦ (بعنوان : الجرائد الإلكترونية: هل تستحق أهدافها أم لا ؟

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهداف الجرائد الإلكترونية فيما يتعلق باستخدام وتعرض  
الجمهير لها، كذلك التعرف على حقيقة إمتلاك تلك الصحف لخطط محددة للربح المادي،  
وتعد الدراسة من الدراسات الاستطلاعية الميدانية التي استخدم فيها أداة المقابلة المفتوحة مع  
ملاك ومحرري الصحف الورقية والإلكترونية ، وتوصلت الدراسة إلى أن الجرائد الإلكترونية  
لم تمتلك في بداية نشأتها خطط محددة للربح المادي، لكن مع بداية خدمة (فيوترون) عام  
١٩٨٤ بدأت محاولات الجرائد الإلكترونية في وضع خطط ربحية منظمة، واثبتت الدراسة أن  
نسبة كبيرة من جمهور القراء الأمريكي يستخدم الجرائد الإلكترونية ، مما شجع المعلنين على

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
عرض إعلاناتهم وخدماتهم على تلك المواقع، كما اتجه نسبة كبيرة من الجماهير الأمريكية  
لاستخدام الخدمات الإلكترونية المعروضة على تلك المواقع، مما شجع على إنشاء المزيد  
منها في مواقع متعددة ، مما أدى إلى زيادة نسبة تعرض الجمهور لها .

### 3- دراسة Susan M. بعنوان: إستخدامات الصحف الإلكترونية: (8)

هدفت الدراسة إلى معرفة رؤية عينة الدراسة وأدائها حول الصحف  
المنشورة على شبكة الإنترنت، وملاحظة استخدامهم لها، من خلال إستطلاع رأي عينة من  
الجمهور، وأوضحت الدراسة أن الجمهور يقضي أغلب الوقت في تصفح الصحف بشكل  
جزئي أو كلي، كما أوضحت أن الجمهور يهتم بقضاء وقت كبير في تصفح الأخبار  
بأنواعها المختلفة في الصفحات الرئيسية، إلا أن العينة رأت أن الصحف الإلكترونية بها  
قدر من الصعوبة في تصفحها، نظراً لأنها مرهقة جداً لحاسة البصر .

### 4- دراسة Wilson Lowrey & Kyun (2009): بعنوان الإعلام الإلكتروني والتعليم

#### المتقدم: (9)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى إستفادة الجمهور من وسائل الإعلام الإخبارية الإلكترونية،  
من خلال تطبيق إستبيان على عينة من خريجي الجامعات، وعينة أخرى غير جامعية،  
وأوضحت نتائج الدراسة أن الإختلافات في المفاهيم يرجع إلى إختلاف محتوى الطريقة التي  
يتم من خلالها تقديم الموضوعات وطريقة معالجتها، كما اتضح وجود فروق فردية بين عينة  
الدراسة في طرق إستخدامهم للصحف الإلكترونية، وكذلك مدى تأثرهم بما يطلعون عليه من  
أخبار ومعارف .

### 5- دراسة محمد شومان (2003) بعنوان: الصحف الإلكترونية العربية- دراسة تطبيقية

#### على صحيفة إيلاف: (10)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المشكلات والتحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية  
اليومية في المجتمعات العربية، وتم ذلك من خلال توضيح خصائص الصحف الإلكترونية

د. رباب جلال البصراطي

من خلال إستخدام أداة تحليل المضمون، وأوضحت الدراسة أن جريدة إيلاف إفتقرت إلى الكثير من خصائص الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحف الإلكترونية الغربية، موضحة قصور الصحف الإلكترونية العربية على المستوى الفني والتقني.

6- دراسة فاطمة نبيل محمد السروجي (2014) بعنوان الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية - دراسة تحليلية وميدانية: (11) هدفت

الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الصحف الإلكترونية بترتيب أولويات قضايا الشباب المصري الاجتماعية والسياسية والثقافية، كذلك التعرف على نسبة تصفح الشباب لمواقع الصحف الإلكترونية، وأسباب ذلك، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، ومن أهم نتائج الدراسة أن القضايا السياسية كانت في مقدمة إهتمامات الصحف الإلكترونية يليها القضايا الاقتصادية، ثم القضايا الاجتماعية، لأن الصحف الإلكترونية تعد وسيلة المعرفة الأولى للأحداث الجارية في التو واللحظة، ومن ثم يهتم الشباب بتعليقات القراء، مما يتيح لهم فرصة للتعبير عن وجهة نظرهم.

المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل

الاجتماعي: 1- دراسة محمد بن علي بن

محمد (2015) بعنوان: إستخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية: (12)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم استخدامات الشباب السعودي لموقع تويتر، ودراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدية، وتأثير استخدامهم لتويتر على علاقتهم بتلك الوسائل، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي قامت على إستخدام المنهج المسحي، وكان من أهم نتائج الدراسة أنه تركزت إستخدامات الشباب في المتابعة والقراءة وإعادة الإرسال والتغريد، يليها بدرجة أقل الرد والمشاركة، وكانت أهم عوامل جذب الشباب لتويتر هي سهولة الإستخدام وحرية التعبير، وتنوع التواصل، وكانت أهم الموضوعات الأكثر

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
متابعة هي الشؤون المحلية وقضايا المجتمع والشأن العام، والموضوعات الرياضية  
والترفيهية، ثم الموضوعات الدينية، وأخيراً الموضوعات الطبية والفكرية.

2- دراسة إبراهيم شريف عبد العزيز (2014) بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي  
في تعظيم المشاركة السياسية للشباب المصري بعد ثورة 25 يناير- دراسة ميدانية على  
عينة من الشباب  
المصري: (13)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور السياسي لشبكات التواصل  
الاجتماعي، ومدى مساعدة تلك الشبكات على توسيع نطاق المشاركة وتبادل الأفكار والآراء  
والمعلومات، كذلك التعرف على معوقات المشاركة السياسية للشباب المصري بعد الثورة،  
والوقوف على مدى معارفهم السياسية، واهتمامهم بشئونها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات  
الوصفية التحليلية التي اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي بالعينة.  
وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها الدور الكبير الذي تلعبه وسائل التواصل  
الاجتماعي في تنمية القيم السياسية للشباب، مما ساعد الشباب على التعبير عن اتجاهاتهم  
نحو العدالة الاجتماعية والقضايا المجتمعية، كما وجدت الدراسة أن هناك معوقات لإستخدام  
شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية السياسية تتمثل في ضعف ثقة الشباب بالمعلومات  
المنشورة.

3- دراسة Amandha Rohr Lopes (2014) بعنوان:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الحراك المجتمعي: (14)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك المجتمعي،  
والتعرف على دورها في التعريف بالقضايا المجتمعية والسياسية، واعتمدت الدراسة على  
التحليل النظري للأحداث التي مرت بها البلدان العربية خلال ثورات الربيع العربي، وعلاقتها

---

د. رباب جلال البصراطي  
بمواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد وسيلة هامة للحراك الاجتماعي، لأنها تعتبر وسيلة للتعبير عن الرأي الذي لا يتاح التعبير عنه من خلال وسائل الإتصال الجماهيرية .

#### 4- دراسة Madeline Storck (2009) دور مواقع التواصل الاجتماعي في التحرك السياسي - دراسة حالة للثورة المصرية: (15)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في ثورة 25 يناير، وكذلك التعرف على آليات استخدام المشاركين في الثورة المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية التي اعتمدت على المنهج المسحي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل المواد المنشورة عليه أثناء ثورة 25 يناير، وتوصلت الدراسة إلى أهمية دور صحافة المواطن في نقل الأحداث بشكل دقيق ومكثف، حيث أن 88% من المصريين تناولوا أخبار الثورة والتطورات الحادثة خلال فترة الثورة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مما جعلهم يشعرون بأنهم مشاركون بنسبة كبيرة في صناعة الخبر الإعلامي.

#### 5- دراسة لمياء العلمي وسام (2011) بعنوان: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي، وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية: (16)

هدفت الدراسة إلى قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، والتعرف على مدى ثقة الطلبة في المعلومات التي توفرها تلك المواقع، ومدى تأثير الفترة الزمنية للعضوية على تحسين وعيهم السياسي، وتنتمي الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التي تتبع منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي، وكذلك وجود علاقة بين الفترة الزمنية للعضوية في مواقع التواصل الاجتماعي، وبين تحسين الوعي

المحور الرابع: الدراسة الراهنة على خريطة الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة اتضح عدم وجود دراسات عربية أو أجنبية تتناول العلاقة بين الإعلام الإلكتروني وتشكيل الوعي بشكل مباشر، وهو ما يبرز الحاجة لدراسة تلك العلاقة بشكل علمي يساهم في توجيه الشباب نحو كيفية التعامل مع هذا الإعلام الجديد من منظور مختلف عن كونها مجرد جرائد.

ولكن على الرغم من توافر بعض الدراسات القريبة من الموضوع إلا أن هذه الدراسات جاءت في أغلبها في مجال علوم الاتصال والإعلام، حيث تناول معظمها أدوار القائم بالاتصال في صياغة رسائله، ودرس البعض الآخر مضمون وكم تلك الرسائل ذاتها، وأثر ذلك على رد فعل الجمهور ، في حين كانت هناك ندرة شديدة في مجال علم الاجتماع الإعلامي، وهو الفرع الذي يتناول القضايا الإعلامية من منظور سوسيولوجي، لذلك تأتي الدراسة الراهنة لتوضيح الدور الذي يلعبه الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة باعتبارهم الثروة الحقيقية في المجتمع، لأنهم يمثلون أهم شرائح المجتمع، فهم عماد المستقبل وأساسه، فهم أساس الوعي الاجتماعي ، وتأمل الباحثة أن تكون هذه الدراسة نواة لدراسات قادمة في هذا المجال، وبشكل عام مثلت الدراسات السابقة رصيذاً معرفياً استفادت منه الباحثة في تحديد الهدف الرئيسي من موضوع الدراسة، وصياغة مشكلة البحث، وصياغة الفروض والتساؤلات، وكذلك تحديد النظرية المناسبة لموضوع الدراسة، أملاً أن تسهم هذه الدراسة في زيادة وتحسين الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة في مصر.

ثانياً: مشكلة الدراسة ( أهدافها وتساؤلاتها):

يعد تشكيل الوعي السياسي المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تندرج من الإهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية، ثم الحراك الذي يحمل مطالباً بالتغيير السياسي.(17)

ووفقاً لذلك فإن إرتفاع مستوى وعي طلاب الجامعة بأبعاد الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية تعد من متطلبات المشاركة السياسية الفعالة، خاصة أن المشاركة السياسية تعد من الضرورة لإحداث تنمية في المجتمع، وفي هذا الإطار يؤدي الإعلام دوراً في تشكيل الوعي السياسي للطلاب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية التي تساهم في تكوين وعيهم أو تغيير ثقافتهم السياسية. (18)

لقد أصبح الإعلام الإلكتروني من أكثر الوسائل الإعلامية التي تمتلك دوراً فاعلاً لدى الشباب المصري عموماً، وطلاب الجامعة بشكل خاص في تشكيل وعيهم السياسي بالإيجاب أو السلب، وذلك لإعتمادهم عليه بشكل تعدى وسائل الإعلام التقليدية من تليفزيون وراديو وصحف ورقية، مما يجعلهم يستقون الأخبار، ويكونون الأفكار والآراء السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع الصحف الإلكترونية، والتي تنشر معظمها بواسطة أفراد وجهات مجهولة أحياناً تمتلك كل منها أهداف معينة تسعى للوصول إليها لصالح سياسات دون الأخرى من خلال الفئة العمرية القادرة على الحراك الاجتماعي والسياسي، وهي فئة الشباب، وبناء على ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في:

**التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة من خلال معرفة نسب تعرض الطلاب لهذا النوع من الإعلام، وحجم تأثيره عليهم، وفي هذا الإطار تحددت أهداف الدراسة الرئيسية والفرعية على النحو التالي:**

**تسعى الدراسة الراهنة للتعرف على هدف رئيسي وهو:**

التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو التالي:

1- التعرف على حجم تعرض طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بحجم التعرض لمواقع الصحف الإلكترونية.

2- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً، والأكثر تأثيراً في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة.

3- التعرف على دور مواقع الصحف الإلكترونية الأكثر إستخداماً، والأكثر تأثيراً في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة.

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
4- التعرف على نسبة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بنسبة تأثير الصحف  
الإلكترونية على تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة.

وبناء على أهداف الدراسة قامت الباحثة بصياغة تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

تسعى الدراسة الراهنة للإجابة على تساؤل رئيسي هو:

ما دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة ؟

ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

1- ما حجم تعرض طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بحجم تعرضهم

لمواقع الصحف الإلكترونية ؟

2- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة ؟

3- ما دور مواقع الصحف الإلكترونية في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة ؟

4- ما نسبة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بنسبة تأثير الصحف الإلكترونية في

تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة ؟

ثالثاً: مفاهيم الدراسة:

**Electronic Media 1- مفهوم الإعلام الإلكتروني**

يعد الإعلام الإلكتروني من أهم المفاهيم التي أفرزتها الثورة التكنولوجية الحديثة،  
وظهر مع الإتيان نحو الإنترنت كمصدر للمعلومات في كافة المجالات، فكان من الطبيعي  
لوسائل الإعلام أن تتبع ذلك نتيجة دخول الإنترنت إلى الإعلام، ويعد الإعلام الإلكتروني  
نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة  
والأهداف، ولكنه يتميز عن الإعلام التقليدي بأنه يعتمد بشكل رئيسي على شبكة الإنترنت  
التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية بحتة  
دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية، مما يرفع الحواجز بين المتلقي والمرسل، فهو الإعلام  
الذي يستخدم كافة الوسائل الإتصالية المتاحة للوصول إلى الجمهور أينما كنا وكيفما  
يريد. (19)

ويشير الإعلام الإلكتروني لظهور نوع جديد من الإعلام ، يحتوى على رسالة بمحتوى  
معين قد تكون هذه الرسالة نصية مكتوبة أو قد تكون صورة مرئية، من خلال المرسل إلى

#### د. رباب جلال البصراي

المتلقى، مما يجعل بإمكان أي شخص أن يكون مرسل أو منتج أو متلقي للرسائل الإعلامية في نفس الوقت. (20) فالإعلام الإلكتروني يشير إلى العملية الإعلامية التي تستخدم التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وهي تشمل الإشارات والمعلومات والصور والرموز، فهو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير، ويطلق عليه أحياناً "الإعلام الجديد"، أو "الإعلام البديل"، "الإعلام الاجتماعي" وغيرها من التعبيرات والتي تعبر عن ظاهرة تقنية حديثة تشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، ووسائل التواصل الاجتماعي والمدونات، والمنديات وغيرها. (21)

فهو يعبر عن الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة للمواد الإعلامية بأشكالها المختلفة التي ترسل وتستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي. (22)، ويعتمد على نشر كل المعلومات والمحتوى المقدم من المستخدمين (النص والصوت والفيديوهات، الصور، الملفات)، عبر مواقع الإنترنت المختلفة، مما يتيح نوع جديد من التفاعل بين الجمهور.

#### وإجراءياً تقصد الباحثة بالإعلام الإلكتروني:

مجموعة المواقع الإلكترونية التي تنقل الأخبار والمعلومات ويتم التفاعل معها، والتي تبث عبر الإنترنت، والتي تنقسم إلى قسمين أساسيين، الأول مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر ويوتيوب وإنستجرام، والثاني مواقع الصحف العربية والأجنبية.

#### 2 - Political Consciousness مفهوم الوعي السياسي:

تعد قضية الوعي من أهم القضايا الاجتماعية؛ ذلك لأنها تتعلق بكافة الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية الخاصة بالمجتمعات، حيث يتميز كل مجتمع عن الآخر بما يمتلكه أفراد من وعي اجتماعي، أي بدرجة وعي أفراد بقضايا مجتمعهم، فبدون الوعي لا يمكن تحقيق أي تقدم أو تنمية للمجتمعات، ويستخدم مفهوم الوعي بطرق متعددة لوصف

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
الأفراد بالتركيز والتميز في المواقف المختلفة، أي أنه يعتبر مقياس للتمييز بين التفكير  
وعدم التفكير. (23)

ويعرف الوعي بأنه الحالة العقلية التي يكون فيها العقل مدركاً، وله القدرة علي التواصل بسهولة وبشكل مباشر مع نفسه ومع الأشخاص المحيطين به ، فهو حاله العقل التي تميز الإنسان بقدرته علي التحكم بملكاته المنطقية .(24)، ولكن بالرغم من كون الوعي مفهوم شمولي إلا أنه قابل للتجزئة في إطار التخصصات المختلفة، وللوعي أنواع تتداخل فيما بينها وتتكامل معاً ومنها الوعي الاجتماعي، والوعي السياسي، والوعي الثقافي، والوعي الديني، ويعتبر الوعي السياسي من أكثر أشكال الوعي الاجتماعي أهمية، لأن الانسان بطبيعته كائن اجتماعي ويحتاج إلي السياسة وإلي التنظيم والترتيب في كافة أموره لكي ينتظم أمر العمران البشري .

ويعد الوعي السياسي بمثابة رؤية عامة وشاملة لكافة الأحداث السياسية التي يمكن أن يشهدها مجتمع ما، وبناءاً عليه يمكن للفرد أن يحدد مواقفه وقناعاته السياسية المختلفة حيث أن الوعي السياسي لا يتوقف وإنما يعد عملية تراكمية تستمر لفترات زمنية طويلة، وخلالها يمكن أن يتراجع الوعي ويمكن أن يزداد طبقاً لاهتمامات الشخص نفسه، حيث يؤكد ماركس أن الوعي يأتي علي رأس الوسائل التي يمكن أن يتميز بها الإنسان عن غيره من الكائنات، فالإنسان يبدأ بإنتاج وسائل بقائه، فينتج بشكل غير مباشر حياته المادية الفعلية عن طريق العمل الذي تتشكل به الحياة الإنسانية مع الحياة الطبيعية. (25)

ويعرف الوعي السياسي بأنه مدى معرفة الإنسان بواقعه السياسي، وظروف وواقع مجتمعه ومنطقته والعالم من حوله، ومدى معرفته وإلمامه بالبدائل السياسية الممكنة والمتاحة كأطر حياة عامة وحلول لما يعترى المجتمع من مشكلات سياسية، وفهمه للمفاهيم والمصطلحات السياسية الرئيسية السائدة، وبالتالي القدرة على القيام بالواجبات والمسؤوليات تجاه مجتمعه ووطنه. (26)

#### د. رباب جلال البصراطي

ويعبر الوعي السياسي عن مجموعة القيم والاتجاهات والأسس السياسية المتشكلة لدى الأفراد، والتي تمكنهم من أن يشاركوا مشاركة فعالة في قضايا مجتمعهم ومشكلاته، ذلك من خلال قيامهم بتحليلها والحكم عليها وتحديد مواقفهم منها، فضلاً عن التحرك من أجل تغييرها وتطويرها. (27)

ويرتبط الوعي السياسي بمدى إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي ومعرفة مشكلات العصر المختلفة، والقوي الفاعلة والمؤثرة فيه، ورصد الأحداث وتحليلها واستكشاف خلفياتها وأبعادها وآثارها. (28) ويعرف كذلك بأنه: معرفة المواطن لحقوقه وواجباته السياسية، وما يجري حوله من أحداث ووقائع، وكذلك قدرة المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، وقدرته على تجاوز خبرات الجماعة الصغيرة التي ينتمي إليها إلى خبرات ومشاكل المجتمع السياسي ككل، ولا بد أن تتوفر فيه بعض العناصر، كالشعور بالإقتدار السياسي، والتسامح الفكري المتبادل، وتوافر روح المبادرة، والإستعداد للمشاركة السياسية، واللا شخصية، والثقة السياسية المتبادلة، فهو عملية يتم من خلالها اكتساب الأفراد للمعارف والمهارات والخبرات والقدرات، وإدراك هؤلاء الأفراد للدور المناط بهم والذي يجب عليهم القيام به ليتمكنوا من المشاركة في المجتمع كأعضاء فاعلين. (29)

فهو مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويقوم بتحليلها والحكم عليها، وتحديد موقفه منها، والتي تدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، وفهم البيئة المحيطة به.

**وإجرائياً: تقصد الباحثة بالوعي السياسي:**

مجموعة المعلومات والمعارف السياسية التي يعتمد عليها الطلاب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الصحف الإلكترونية، لتكوين مخزونهم المعلوماتي المعرفي والسياسي، ثم يقومون باتخاذ موقف من هذه المعلومات والمعارف السياسية، وبناء عليه يتكون السلوك السياسي عبر التفاعل والمشاركة السياسية بأنواعها المختلفة.

رابعاً الإطار النظري للدراسة:

على الرغم من وجود نظريات عديدة يمكن الاعتماد عليها في تفسير الظاهرة موضوع الدراسة سواء في علم الاجتماع أو الإعلام، إلا أن الباحثة ترى أن نظرية الإعتماد على

**دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة**

وسائل الإعلام هو المدخل النظري المناسب لموضوع الدراسة الراهنة، حيث أنها تفسر من وجهة نظر الباحثة أسباب اعتماد الجمهور على وسيلة إعلامية دون الأخرى من أجل الوصول إلى المعرفة السياسية المتاحة بهدف تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة. وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام واحدة من النظريات الحديثة في مجال علوم الإتصال والإعلام، وكانت بداية تبلورها على يد الباحثة (ساندرا بول روكيتش) و (ملفين دي فلور) وزملائها عام ١٩٧٥، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان (منظور المعلومات) والتي طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع النظام الإعلامي القائم في المجتمع.

وتم ذلك بعد تطوير النظرية بنموذج جديد عام ١٩٨٢ من خلال نفس الباحثين لتتطور إسم النظرية من (الاعتماد) إلى (الاعتماد المتبادل) لوسائل الإعلام، وذلك بعد دمجهم في دراستهم للنظرية من مدخل الإستخدامات والإشباع، حيث تفسر إتجاه الجمهور نحو وسيلة معينة بهدف إشباع معلومات أو علاقات اجتماعية أو تسلية وترفيه، وبالتالي اعتماده عليها، ويعد الهدف الرئيسي من النظرية كما وضعه (روكيتش) و (ديفلور) هو : الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. (30)

وفي هذا الإطار نجد الأفراد يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام لأن الأهداف تحركهم، وبعض هذه الأهداف تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية في الغالب:

- 1- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
- 2- التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف تختار ملابسك؟ وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة؟

3- التسلية: وتشمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة ، والإسترخاء، والإستثارة، والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما، أو الإستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، ومشاهدة التلفزيون مع الأسرة.(31)

وتفرض نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام عملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات أن يتأثر الفرد بمحتويات معينة فيه، وقد قدم (روكيتش ودي فلر) ذلك في نموذج تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد.(32)، وبما أن وسائل الإعلام قد أصبحت مصدراً هاماً للمعلومات لدى الجمهور المتلقي بما يجعله يعتمد عليها بصفة أساسية، ومع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم المستخدم في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تزايدت أهميتها وضرورة الإعتماد عليها في نقل المعلومات، وتوفير كم هائل من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الإسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية.

ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم، فإنهم يختلفون كذلك في درجة الإعتماد على وسائل الإعلام حسب إحتياجاتهم، وبالتالي يشكلون نظاماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بالأهداف والإشباع الفردية لكل منهم، وكذلك طبيعة الإعتماد، ودرجاته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بتلك الأهداف، ويترتب على إشراك الأفراد في بعض الأهداف، ودرجة الإعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات، وعلى سبيل المثال تتجه بعض فئات الشباب التي ترغب في المعرفة السياسية وطرح وتبادل الأفكار السياسية والثورية بحرية وبدون خوف إلى إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي.(33)

وبما أن نظرية الإعتماد تتلخص في أن قدرة وسائل الإتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، فسوف يزداد هذا التأثير عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الإحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم إستقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، ويتواكب ذلك مع تغير الحالة السياسية المصرية في العشر سنوات الأخيرة، وتحديداً رغبة الشباب المصري الدائمة في التغيير، لذلك فإن نظرية الإعتماد تفسر بشكل كبير بزوغ دور الإعلام الإلكتروني بجميع

**دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة**  
أشكاله في تشكيل وعي الشباب المصري عامة، وطلاب الجامعة خاصة بالقضايا السياسية،  
وهي الفرضية التي تسعى الدراسة الراهنة لإختبارها.

وتعد عملية الإعتدال المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أحد المقولات الرئيسية لهذه النظرية ، والتي جعلت الباحثة تعتمد عليها في دراستها الراهنة، حيث أصبحت النظم المختلفة تعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها قوة تسيطر على مصادر المعلومات، ويعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات، وبذلك تسعى النظم الاجتماعية لتحقيق أهدافها عبر السيطرة على هذه الوسائل الإعلامية.(34)

فالحكومات الحديثة التي ترغب في الإتصال بمواطنيها لا يمكنها الإعتدال على الإتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي، لكي تصل إلى الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها، لذلك فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام لعمل الرابطة أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الإتصال التي تحتاجها المنظمات الاقتصادية والسياسية، لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة، ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماماً، فهي كذلك تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى، لكي تمارس عملها بكفاءة، ويمكن وصف ذلك بمفهوم الإعتدال المتبادل، فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الإعتدال على بعضها البعض.(35)

ومن هنا ترى الباحثة أن نظرية الإعتدال على وسائل الإعلام تعتبر إطاراً نظرياً ملائماً لأهداف الدراسة حول تشكيل الوعي السياسي عن طريق وسائل الإعلام الإلكتروني لدى طلاب الجامعة، حيث تقدم هذه الوسائل المادة الخام التي تمهد لعملية تشكيل الوعي، وهي المعلومات والمعارف السياسية سواء من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الصحف الإلكترونية، والتي تعتمد عليها الطلاب، وتكون هدف تسعى إليه، وبعد الحصول على المعارف والمعلومات يقوم الطلاب باتخاذ موقف منها، وهي المرحلة الثانية من تشكيل الوعي، ثم يلي ذلك السلوك السياسي عبر المشاركة السياسية بأنواعها المختلفة، والتي تشكل المرحلة الثالثة من تشكيل الوعي السياسي.

**1- نوع الدراسة والمنهج المستخدم:**

تدرج الدراسة الراهنة ضمن الدراسات الوصفية- التحليلية في علم الاجتماع، وتسعى إلى وصف دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، واستخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وهو أحد أهم المناهج المستخدمة في مجال البحوث الوصفية، وتم استخدامه للتعرف على خصائص عينة الدراسة من طلاب الجامعة، وطرق تعرضهم لوسائل الإعلام الإلكتروني، وكيفية تشكيل وعيهم السياسي من خلال تلك المواقع، كما تستخدم الباحثة المنهج المقارن بهدف تحديد الفرق بين حجم وكيفية تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس من خلال مواقع الصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي.

**2- مجتمع الدراسة والعينة:**

يقصد بمجتمع الدراسة الإطار الأكبر الذي يضم عينة الدراسة ومفرداتها، ومجتمع الدراسة هنا هو الجامعات المصرية التي تضم جمهور البحث، وهو طلاب هذه الجامعات، والعينة هنا جامعتي عين شمس والقاهرة.

وتحدد عينة الدراسة في عينة غير احتمالية مقصودة قوامها ٢٠٠ مفردة بحثية من طلاب جامعتي القاهرة، وعين شمس مقسمة على النحو التالي: 50 من طلاب التخصصات العلمية بجامعة عين شمس، و50 من طلاب التخصصات الأدبية، و50 من طلاب التخصصات العلمية بجامعة القاهرة، و50 من طلاب التخصصات الأدبية، وقامت الباحثة بسحب مفردات العينة بطريقة كرة الثلج، مع مراعاة أن تضمن العينة طلاب من الذكور والإناث.

**3- أدوات جمع البيانات:**

اعتمدت الباحثة في جمع المادة الميدانية على إستمارة إستبيان، وهي أحد الأدوات الرئيسية في مجال الدراسات التي تعتمد على المسح الاجتماعي بالعينة، خاصة إذا كانت جميع مفردات جمهور البحث يجيدون القراءة والكتابة، ويمكن إستيفاء أسئلة الإستبيان بنفسها، وقد تم تصميم صحيفة مكونة من خمسة بنود رئيسية تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة الرئيسية

**دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة**  
والفرعية، وتكشف عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، وجاءت البنود على النحو التالي:  
أ- البيانات الأساسية.

- ب- حجم تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي.  
ج- حجم تعرض الطلاب لمواقع الصحف الإلكترونية.  
د- دور المواقع الإلكترونية في تشكيل الوعي السياسي.  
هـ- تأثير مواقع الصحف مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي.  
وقد تم تحكيم إستمارة الإستبيان بواسطة مجموعة من الأساتذة والباحثين في مجالات علم الاجتماع والإعلام، وتم عمل إختبارات الصدق والثبات قبل تطبيقها النهائي.  
4- خصائص عينة الدراسة :  
جاءت خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:  
أ- توزيع عينة الدراسة من حيث النوع:

#### جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة حسب النوع

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
55%	110	ذكر
45%	90	أنثى
100%	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق توزيع العينة من حيث النوع، حيث جاءت نسبة الذكور 55% مقابل 45% للإناث، فعلى الرغم من أن عينة الدراسة غير احتمالية إلا أن الباحثة قد راعت أن تكون نسبة التمثيل النوعي متقاربة إلى حد ما، وعياً وإدراكاً منهما أن نسب الذكور

د. رباب جلال البصراطي  
والإناث متساوية تقريباً على المستوى القومي، وتقاربها على مستوى عينة الدراسة قد يعكس رؤية مقارنة للواقع خاصة فيما يتعلق بقضية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة، فالجامعات تضم الذكور والإناث، وكلاهما يتعرض لنفس المؤثرات، خاصة وسائل الإعلام الإلكتروني.

ب- توزيع عينة الدراسة من حيث السن:

### جدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
42,5	85	أقل من عشرين
57,5	115	أكثر من عشرين
%100	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن العينة تنحصر بين فئتين عمريتين فقط، وهما من تحت سن العشرين عاماً، ومن هم فوق العشرين عاماً، وبالتالي لا يعكس الجدول التنوع العمري وفقاً للفئات العمرية المختلفة المتعارف عليها، وذلك لإدراك الباحثة أن موضوع دراستها ينصب بالأساس على طلاب الجامعة، وهم الذين تتراوح أعمارهم بين 18 عام و25 عام، ووفقاً للفرقة الدراسية التي يدرسون بها، وما دون ذلك سواء بالزيادة أو النقصان فهو الإستثناء، لذلك جاءت نسبة 57,5% من عينة الدراسة فوق العشرين عاماً، مقابل 42,5% تحت سن العشرين، وهو ما يمكن تفسيره بأن الطلاب من الفرقة الثالثة وما بعدها هم الأكثر تمثيلاً داخل العينة، وذلك لأن هؤلاء الطلاب هم من تزيد أعمارهم عن العشرين، في حين أن طلاب الفرقتين الأولى والثانية هما غالباً من تكون أعمارهم تحت العشرين عاماً.

ج- توزيع عينة الدراسة من حيث الجامعة التي ينتمون إليها:

### جدول رقم (3)

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
توزيع عينة الدراسة حسب الجامعة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
50%	100	جامعة القاهرة
50%	100	جامعة عين شمس
100%	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق توزيع العينة من حيث الإنتماء الجامعي، حيث جاءت نسبة 50% لطلاب جامعة القاهرة، مقابل 50% لطلاب جامعة عين شمس، وهي عملية مقصودة من قبل الباحثة، نظراً لأن العينة غير احتمالية، وبالتالي وضعت في إعتبرها أن تكون المفردات البحثية لكل جامعة متساوية، وهو ما يسهل عليها عملية سحبها وضبطها.

د- توزيع عينة الدراسة من حيث التخصص الدراسي:

جدول رقم (4)

توزيع عينة الدراسة حسب الكلية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
25%	50	كلية الآداب
25%	50	كلية التجارة
25%	50	كلية الطب
25%	50	كلية الهندسة
100%	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق توزيع العينة من حيث التخصص الدراسي، حيث جاءت نسبة طلاب كلية الآداب 25%، وكلية التجارة 25%، وكلية الطب 25%، وكلية الهندسة 25%،

#### د. رباب جلال البصراطي

ويلاحظ التساوي بين التخصصات المختلفة سواء الأدبية أو العلمية، وهو إختيار مقصود من قبل الباحثة، حيث رأت أن إختيار ربع العينة من كل تخصص يعطي مؤشر في النهاية أن 50% من الطلاب ينتمون إلى التخصصات الأدبية مقابل 50% ينتمون إلى التخصصات العلمية، وبالطبع يؤدي هذا التنوع للكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني على الوعي السياسي لدى الطلاب من تخصصات مختلفة، وليس من تخصص بعينه.

هـ- توزيع عينة الدراسة من حيث الفرقة الدراسية:

#### جدول رقم (5)

توزيع عينة الدراسة حسب الفرقة الدراسية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
20%	40	الفرقة الأولى
22,5%	45	الفرقة الثانية
27,5%	55	الفرقة الثالثة
27,5%	55	الفرقة الرابعة
2,5%	5	الفرقة الخامسة
-	-	الفرقة السادسة
-	-	الفرقة السابعة
100%	200	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق توزيع العينة من حيث الفرقة الدراسية، فقد جاءت 27,5% لطلاب الفرقة الثالثة، وبنفس النسبة لطلاب الفرقة الرابعة، ثم 22,5% لطلاب الفرقة الثانية، ثم 20% لطلاب الفرقة الأولى، وأخيراً 2,5% لطلاب الفرقة الخامسة، ويلاحظ إرتفاع نسبة طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة عن طلاب الفرقتين الأولى والثانية، وهي عملية لم تكن مقصودة من قبل الباحثة على الرغم من محاولة الباحثة أن تكون عملية التمثيل متضمنة لكل الفرق الدراسية ومتقاربة إلى حد كبير، وقد جاءت نسبة الفرق ما بعد الرابعة نادرة نظراً

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
لأن هذه الفرق موجودة فقط في التخصصات العلمية في كليتي الطب والهندسة، وكان  
التركيز أكثر على طلاب الفرق الأربعة الأولى.  
و- توزيع عينة الدراسة من حيث محل الميلاد:

#### جدول رقم (6)

#### توزيع عينة الدراسة حسب محل الميلاد

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ريف	25	12,5%
حضر	175	87,5%
الإجمالي	200	100%

يتضح من الجدول السابق توزيع العينة من حيث محل الميلاد، حيث جاءت نسبة المولودين في الحضر 87,5% مقابل 12,5% من المولودين في الريف، ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء أن جامعتي القاهرة وعين شمس موجودين بالحضر سواء في محافظة الجيزة أو محافظة القاهرة، أو يمكن القول أنهما داخل محيط القاهرة الكبرى، وبالتالي من الطبيعي أن يكون غالبية طلابها من سكان الحضر، وأصحاب الإلتقاء الميلادي الحضري، وليس الريفي، لكن هذا لا ينفي وجود نسبة من هؤلاء الطلاب من أصول ريفية.

#### سادساً: مناقشة نتائج الدراسة:

سعت الباحثة من خلال الدراسة الراهنة للتعرف على دور وسائل الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة، واعتمدت بشكل أساسي على إجراء دراسة ميدانية باستخدام المسح الاجتماعي بالعينة عبر الإستبيان، للتعرف على حجم تعرض طلاب الجامعة للإعلام الإلكتروني بشقيه (مواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع الصحف الإلكترونية) ثم التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً وتأثيراً في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، ثم التعرف على دور مواقع الصحف الإلكترونية الأكثر استخداماً وتأثيراً في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، ثم التعرف على دور

د. رباب جلال البصراطي  
مواقع الصحف الإلكترونية الأكثر استخداماً في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة،  
وأخيراً التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بمقارنةً بمدى تأثير الصحف  
الإلكترونية في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة.  
وفيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية على مستوى حجم تعرض الطلاب للإعلام الإلكتروني  
بشقيه جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (7)

#### متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
95%	190	نعم
-	-	لا
5%	10	إلى حد ما
100%	200	الإجمالي

تشير نتائج الدراسة الميدانية فيما يتعلق بمتابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الإلكتروني أن  
نسبة 95% من الطلاب يتابعون الإعلام الإلكتروني، يليها نسبة 5% تتابع إلى حد ما، وهو  
ما يعني أن كل مفردات العينة تتعامل مع وسائل الإعلام الإلكتروني بشقيه (مواقع التواصل  
الاجتماعي، ومواقع الصحف الإلكترونية)، وهو مؤشر هام على أهمية هذا النوع الجديد من  
وسائل الإعلام، والذي أصبح جزء من حياة المواطنين خاصة طلاب الجامعة.  
وفيما يتعلق بنوع الإعلام الإلكتروني المتابع من قبل أفراد العينة فقد جاءت النتائج على  
النحو التالي:

#### جدول رقم (8)

#### نوع الإعلام الإلكتروني المتابع من قبل أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
----------------	---------	-------

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة

5%	10	صحف إلكترونية
95%	190	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	200	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن 95% من عينة الدراسة تتعامل مع التواصل الاجتماعي، مقابل 5% فقط تتعامل مع مواقع الصحف الإلكترونية، وهو ما يعني أن حجم التعامل مع وسائل الإعلام الإلكتروني يختلف من حيث الوسيلة، فمواقع التواصل الاجتماعي تلقى متابعة، وتفاعل أكبر من قبل عينة الدراسة من مواقع الصحف الإلكترونية، وهو مؤشر يدل على أن هناك احتمالية أن تكون تأثير مواقع التواصل الاجتماعي سوف يكون أكبر من تأثير مواقع الصحف الإلكترونية، وفقاً لحجم المتابعة. وفيما يتعلق بنوعية الصحف الإلكترونية التي يفضلها جمهور البحث فقد جاءت على النحو التالي:

جدول رقم (9)

الصحف الإلكترونية التي يفضل أفراد العينة متابعتها

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
90%	180	مواقع الصحف المصرية
9%	18	مواقع الصحف العربية
1%	2	مواقع الصحف الأجنبية
100%	200	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن 90% من مفردات عينة البحث تفضل متابعة مواقع الصحف المصرية، يليها نسبة 9% تتابع مواقع الصحف العربية، ثم نسبة 1% تتابع مواقع الصحف الأجنبية، وهو ما يعني أن الطلاب يميلون إلى مواقع الصحف المصرية

د. رباب جلال البصراي  
 أكثر من الصحف العربية والأجنبية في الحصول المعلومات والتعرف على الأخبار، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء توافر هذه المواقع بسهولة من ناحية، ودون الحاجة لدفع مقابل للدخول والتصفح، وهو ما قد تتطلبه بعد مواقع الصحف الأجنبية، وهذا ما يعطى مؤشر بأن مواقع هذه الصحف المصرية يمكن أن تكون الأكثر تأثيراً في تشكيل طلاب الجامعة الذين يفضلونها عن المواقع الأخرى.  
 وبالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها جمهور البحث، فقد جاءت على النحو التالي:

#### جدول رقم (10)

مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة متابعتها

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
76%	152	فيس بوك
4%	8	تويتر
18%	36	يوتيوب
2%	4	إنستجرام
-	-	أخرى تذكر
100%	200	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن 76% من عينة البحث تفضل متابعة موقع الفيس بوك، يليها نسبة 18% تفضل متابعة موقع يوتيوب، ثم نسبة 4% تستخدم موقع تويتر، وأخيراً نسبة 2% تفضل متابعة موقع إنستجرام، وتشير هذه النتائج أن موقع فيس بوك يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً وتفضيلاً لدى طلاب الجامعة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **Arshad Ali & Hassan Sayed (2014)** وهو ما يؤكد أنه

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
الموقع الأكثر تأثيراً في تشكيل وعي الطلاب فيما يتعلق بالقضايا والموضوعات السياسية،  
حيث يعد هو الموقع الذي تستمد منه الطلاب معلوماتهم الأساسية.  
وفيما يخص إهتمام جمهور البحث بالأخبار والأحداث والقضايا السياسية، فقد جاءت  
النتائج على النحو التالي:

### جدول رقم (11)

مدى إهتمام عينة الدراسة بالأخبار والأحداث والقضايا السياسية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
16%	32	أهتم جداً
33%	66	أهتم
37%	74	أهتم إلى حد ما
14%	28	لا أهتم
100%	200	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 37% من عينة البحث تهتم إلى حد ما  
بالقضايا السياسية، يليها نسبة 33% تهتم بالقضايا السياسية، ثم نسبة 16% تهتم جداً  
بالقضايا السياسية، وأخيراً نسبة 14% لا تهتم بالقضايا السياسية، وتتفق هذه النتيجة مع  
دراسة Joseph Kahne & Ellen Middaugh & Danielle Allen (2014)، ودراسة  
محمد رضا حبيب (2013) حيث أن الغالبية العظمى داخل العينة تهتم بالأخبار والأحداث  
والقضايا السياسية، وهي نسبة عالية تفوق النسبة على المستوى القومي، فغالباً لا تمثل نسبة  
المشاركة السياسية أكثر من 35% على المستوى العام، وهو ما يعني أن طلاب الجامعة هم  
فئة من الفئات الأكثر وعياً سياسياً، نظراً لأنهم الأكثر إهتماماً بالقضايا العامة، حيث كان  
طلاب الجامعة في مصر تاريخياً مصدراً هاماً للمشاركة السياسية، فالجامعة ليست فقط  
مكان لتلقي التعليم، بل مكان لتشكل الوعي بصفة عامة، والوعي السياسي بصفة خاصة.

د. رباب جلال البصراطي  
وفيما يتعلق بالوسيلة التي يحصل من خلالها جمهور البحث على معلوماته السياسية،  
فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (12)

مكان حصول عينة الدراسة على المعلومات السياسية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
1,2%	2	من الإعلام التقليدي
98,8%	170	من الإعلام الإلكتروني
-	-	من مصادر أخرى
100%	172	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 98,8% من عينة البحث يحصلون على معلوماتهم السياسية عن طريق الإعلام الإلكتروني مقابل نسبة 1,2% يحصلون على معلوماتهم السياسية عن طريق الإعلام التقليدي، وهو ما يعني أن الغالبية العظمى من طلاب الجامعة أصبحوا يحصلون على معلوماتهم السياسية عن طريق الإعلام الإلكتروني وحده دون المصادر الأخرى، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة: **Michael Schudson** (2009)، وهو ما يمكن أن يجعلنا نؤكد أن هذا النوع من الإعلام سوف يكون هو الأكثر تشكيلاً للوعي السياسي لهؤلاء الطلاب باعتباره المصدر الأول للحصول على المعرفة، والتي تعد الجانب الأول لتشكيل الوعي.

وبالنسبة لنوع الإعلام الإلكتروني الذي يحصل من خلاله جمهور البحث على معلوماته السياسية، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (13)

نوع الإعلام الإلكتروني الذي تحصل منه عينة الدراسة على معلوماتها السياسية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
----------------	---------	-------

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة

5,9%	10	الصحف الإلكترونية
94,1%	160	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	170	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن 94,1% من عينة البحث يحصلون على معلوماتهم السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل نسبة 5,9% يحصلون على معلوماتهم السياسية من خلال الصحف الإلكترونية، وهو ما يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي هي المشكلة الأولى والأهم للوعي السياسي لطلاب الجامعة، ويتفق ذلك مع دراسة Susan M (1997)، وهي نتيجة طبيعية نظراً لأن هذه المواقع قد أصبحت من السهولة بمكان في التعامل معها، حيث أصبحت غالبية الطلاب يملكون أجهزة تليفون محمول، وأصبحت خدمة الإنترنت رخيصة ومتوفرة طوال الوقت، لذلك يميل الطلاب للحصول على معلوماتهم السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

وفيما يخص الصحف الإلكترونية التي يحصل من خلالها جمهور البحث على معلوماته السياسية فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (14)

رؤية أفراد العينة لأكثر الصحف الإلكترونية حصولاً على المعلومات السياسية من خلالها

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
70%	7	مواقع الصحف المصرية
20%	2	مواقع الصحف العربية
10%	1	مواقع الصحف الأجنبية
100%	10	الإجمالي

#### د. رباب جلال البصراي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 70% من جمهور البحث الذي يحصل على معلوماته السياسية من مواقع الصحف الإلكترونية يحصلون عليها من مواقع الصحف المصرية، يليها نسبة 20% يحصلون على معلوماتهم السياسية من مواقع الصحف العربية، ثم نسبة 10% يحصلون على معلوماتهم السياسية من مواقع الصحف الأجنبية، وهو ما يعني أن مواقع الصحف المصرية تلعب الدور الأكبر في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، لأنهم يحصلون على المعلومات والمعارف السياسية من خلالها، وهي المرحلة الأولى في عملية تشكيل الوعي السياسي .

وفيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي التي يحصل من خلالها جمهور البحث على معلوماته السياسية، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (15)

رؤية أفراد العينة لأكثر مواقع التواصل الاجتماعي حصولاً على المعلومات السياسية من خلالها

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
81,3%	130	فيس بوك
2,5%	4	تويتر
15%	24	يوتيوب
1,2%	2	إنستجرام
-	-	أخرى تذكر
100%	160	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 81% من عينة البحث، يحصلون على معلوماتهم السياسية من خلال موقع الفيس بوك، يليها نسبة 15% يحصلون على معلوماتهم السياسية من خلال موقع يوتيوب، ثم نسبة 2,5% يحصلون على معلوماتهم السياسية من

**دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة**

خلال موقع تويتر، وأخيراً نسبة 1,2% يحصلون على معلوماتهم السياسية من خلال موقع إنستجرام، وهو ما يعني أن الغالبية العظمى من طلاب الجامعة يحصلون على معلوماتهم السياسية، والتي تشكل المرحلة الأولى للوعي من خلال موقع فيسبوك، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة محمد بن علي بن محمد (2015)، وهو ما يعني أن عينة هذه الدراسة من الطلبة السعوديين يستمدون معلوماتهم من موقع تويتر على عكس الطلاب المصريين الذين يحصلون على معلوماتهم من موقع الفيس بوك، وهو ما يعني أن موقع تويتر هو الأكثر استخداماً في المملكة العربية السعودية في حين أن موقع الفيس بوك هو الأكثر استخداماً في جمهورية مصر العربية، في حين يتفق ذلك مع غالبية الدراسات التي تؤكد أن موقع الفيس بوك هو الموقع الأكثر شعبية وانتشاراً في مصر منذ قيام ثورة 25 يناير، وحتى الآن (36). وبالنسبة لثقة جمهور البحث في المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (16)

مدى ثقة أفراد العينة في المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
88,8%	142	أثق
8,7%	14	لا أثق
2,5%	4	إلى حد ما
100%	160	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 88,8% من عينة البحث يتقون في المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من واقع التواصل الاجتماعي، مقابل نسبة 8,7% لا يتقون في هذه المعلومات، وأخيراً نسبة 2,5% يتقون إلى حد ما، وتعتبر هذه النتائج عن ثقة طلاب الجامعة في المعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يعني

د. رباب جلال البصراي  
أن هذه المواقع بالفعل تقوم بتشكيل وعيهم السياسي، لأن الثقة تعنى الموقف الإيجابي من هذه المعلومات المستمدة، وهي المرحلة الثانية في تشكيل عملية الوعي السياسي.  
وفيما يخص ثقة جمهور البحث في المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من خلال مواقع الصحف الإلكترونية، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (17)

ثقة أفراد العينة في المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من مواقع الصحف الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
80%	8	أثق
-	-	لا أثق
20%	2	إلى حد ما
100%	10	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 80% من عينة البحث الذين يحصلون على معلوماتهم السياسية من خلال مواقع الصحف الإلكترونية يتقون في هذه المعلومات، يليها نسبة 20% يتقون إلى حد ما في هذه المعلومات، وهو ما يعني أن كل مفردات العينة تثق في المعلومات التي يحصلون عليها من مواقع الصحف الإلكترونية، وبذلك يمكننا القول أن هذه المواقع تلعب دوراً هاماً في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة الذين يتعاملون معها، ذلك لأن الثقة تعبر عن موقف إيجابي من مصدر المعلومات، وهي المرحلة الثانية في عملية تشكيل الوعي السياسي.

وفيما يتعلق بموقف جمهور البحث من المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من الإعلام الإلكتروني، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (18)

موقف أفراد العينة من المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من الإعلام الإلكتروني

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
سواء بالقبول أو الرفض

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
88,4%	152	نعم
8,1%	14	لا
3,5%	6	إلى حد ما
100%	172	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن 88,4% من عينة البحث يتخذون موقف من القضايا والأحداث السياسية بناء على المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الإلكتروني، مقابل 8,1% لا يتخذون موقف بناء على هذه المعلومات، وأخيراً نسبة 3,5% يتخذون موقف إلى حد ما، وهو يعني أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة تتخذ مواقف من القضايا السياسية بناء على المعلومات التي تحصل عليها من الإعلام الإلكتروني، وبذلك يمكننا القول أن هذا النوع من الإعلام يلعب دوراً في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، لأن الموقف هو أحد مراحل عملية تشكيل الوعي، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة Christopher Harpe (1996) وقد يرجع ذلك إلى إختلاف الجمهور الأمريكي عن الجمهور المصري في تلقي واستخدام الإعلام الإلكتروني بصفة عامة. وبالنسبة لسلوك الذي يتخذه جمهور البحث بالتفاعل والمشاركة السياسية بناء على المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من خلال الإعلام الإلكتروني، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (19)

إتباع أفراد العينة لسلوك محدد بالتفاعل والمشاركة السياسية بناء على المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من الإعلام الإلكتروني

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
----------------	---------	-------

%86	148	نعم
%7	12	لا
%7	12	إلى حد ما
%100	172	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 86% من عينة البحث تحدد سلوكياتها السياسية سواء بالتفاعل أو المشاركة بناء على المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الإلكتروني، يليها نسبة 7% يتحدد سلوكهم السياسي وفقاً للمعلومات التي يحصلون عليها من الإعلام الإلكتروني، وأخيراً نسبة 7% لا يتحدد سلوكهم السياسي وفقاً للمعلومات التي يحصلون عليها من الإعلام الإلكتروني، وهو ما يعني أن الغالبية العظمى من الطلاب يتحدد سلوكهم السياسي سواء بالتفاعل أو المشاركة بناء على المعلومات التي يحصلون عليها من الإعلام الإلكتروني، وبذلك يكون الإعلام الإلكتروني أحد أهم أدوات تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، لأن السلوك هو المرحلة الثالثة والأخيرة في عملية تشكيل الوعي.

وفيما يتعلق برؤية جمهور البحث لدور وسائل الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

#### جدول رقم (20)

رؤية أفراد العينة لدور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
%81	162	نعم
%10	20	لا
%9	18	إلى حد ما
%100	200	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن نسبة 81% من عينة البحث ترى أن الإعلام الإلكتروني يقوم بتشكيل الوعي السياسي، يليها نسبة 10% ترى أن هذا الإعلام لا يقوم بعملية تشكيل الوعي السياسي، وأخيراً نسبة 9% ترى الإعلام الإلكتروني يقوم إلى حد ما بتشكيل الوعي السياسي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة إبراهيم شريف عبد العزيز (2014)، حيث أن الغالبية العظمى من عينة البحث ترى أن الإعلام الإلكتروني يقوم بتشكيل الوعي السياسي، وهو ما يؤكد الإطار النظري للدراسة الراهنة، فيما أن الطلاب يعتمدون على وسائل الإعلام الإلكتروني في الحصول على معلوماتهم السياسية، فمن الطبيعي أن يشكل هذا النوع من وسائل الإعلامية ووعيهم السياسي، سواء على المستوى المعرفي أو الموقفي أو السلوكي.

وفيما يخص رؤية جمهور البحث لنوع الإعلام الإلكتروني الذي يلعب دوراً أكبر في تشكيل الوعي السياسي، فقد جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (21)

رؤية أفراد العينة لنوع الإعلام الإلكتروني الذي يلعب دوراً أكبر في تشكيل الوعي السياسي

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
10%	18	مواقع الصحف الإلكترونية
90%	162	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	180	الإجمالي

يتضح من معطيات الجدول السابق أن 90% من عينة البحث ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً أكبر في تشكيل الوعي السياسي لهم، مقابل 10% يرون أن مواقع الصحف الإلكترونية هي التي تلعب الدور الأكبر في تشكيل ووعيهم السياسي، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Madeline Storck (2009)، ودراسة لمياء العلمي وسام (2011)،

#### د. رباب جلال البصراطي

وبذلك يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الإعلامية الإلكترونية التي تلعب الدور الأكبر في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، وهو ما يتفق بالأساس مع الإطار النظري للدراسة الذي يركز على فكرة الإعتماد على وسائل الإعلام، حيث لعبت مواقع التواصل الاجتماعي الدور الأكبر في عملية تشكيل الوعي السياسي للطلاب، نظراً لإعتمادهم الأكبر على هذه الوسائل، فعن طريقها يتم الحصول على المعلومات ثم إتخاذ موقف منها ثم إتباع سلوك سياسي معين، وبذلك تتوافر كل جوانب الوعي عن طريق الإعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية شكلت وعي طلاب الجامعة.

#### الخاتمة:

لقد تبلورت مشكلة الدراسة في التعرف على دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة، وتمت معالجة الموضوع في ضوء نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، والتي تتلخص في أن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، فسوف يزداد هذا التأثير عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الإحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم إستقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، وهو ما ينطبق على المجتمع المصري في الفترة الأخيرة، حيث يسعى الشباب عامة، وطلاب الجامعة خاصة للتغيير، مما جعلهم أكثر وعياً سياسياً.

وأبرزت النتائج فيما يتعلق بالتساؤل الفرعي الأول الخاص بحجم تعرض طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بحجم تعرضهم لمواقع الصحف الإلكترونية أن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي أكبر بكثير، وهو ما يعني وفقاً لنظرية الإعتماد على وسائل أن حجم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي المعرفي والعاطفي والسلوكي سيكون أكبر، وبالتالي ستكون الأكثر تشكيلاً لوعيهم السياسي.

أما بالنسبة للتساؤل الفرعي الثاني الخاص بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، فقد جاءت النتائج لتؤكد التأثير الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للطلاب، وذلك عبر المكونات الثلاثة للوعي، حيث يحصل الطلاب على معارفهم ومعلوماتهم السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي،

**دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة**

ويؤكدون على ثقتهم في هذه المعلومات، والتي يتخذون وفقاً لها موقفاً إيجابياً معيناً، ثم يتبعون سلوكيات تفاعلية وتشاركية بناء على المعلومات والمواقف، وبذلك تتوافر مكونات الوعي الثلاثة لطلاب الجامعة أثناء تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارها أحد أهم مكونات الإعلام الإلكتروني، وهو ما يؤكد الإطار النظري للدراسة بأن الاعتماد على الوسيلة الإعلامية من حيث التميز والتكثيف يلعب دوراً كبيراً في التأثير، وبالتالي في تشكيل عملية الوعي السياسي.

وفيما يتعلق بالتساؤل الفرعي الثالث الخاص بدور مواقع الصحف الإلكترونية في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، فقد أكدت النتائج أن مواقع الصحف الإلكترونية تلعب دوراً هاماً في تشكيل الوعي السياسي للطلاب عن طريق مدّهم بالمعلومات السياسية كمرحلة أولى لتشكيل الوعي، ثم ثقتهم في المعلومات المستمدة من مواقع الصحف الإلكترونية، وإتخاذهم موقف إيجابي من هذه المعلومات، وهي المرحلة الثانية لعملية تشكيل الوعي، ثم إتيان السلوك السياسي التفاعلي والتشاركي، بناء على المعلومات والموقف، وهي المرحلة الثالثة لتشكيل الوعي، وبذلك يكون الإطار النظري صالحاً للتفسير، لأنه يؤكد على كثافة التعرض لوسائل الإعلام والاعتماد عليها يؤدي إلى إحداث تأثير معرفي وعاطفي وسلوكي، وبالتالي يؤدي إلى عملية تشكيل وعي سياسي عبر هذه الوسيلة الإعلامية.

وفيما يخص التساؤل الفرعي الرابع والأخير والخاص بنسبة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة مقارنة بتأثير مواقع الصحف الإلكترونية، فقد أكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تأثيراً من مواقع الصحف الإلكترونية في عملية تشكيل الوعي السياسي لطلاب الجامعة، وذلك لأنهم يتعرضون بشكل أكبر لهذه المواقع، وهو ما أكده الإطار النظري للدراسة، حيث تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام صالحة لتفسير هذه النتائج، فنظراً لإعتماد الطلاب على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر من مواقع الصحف الإلكترونية في الحصول على معلوماتهم السياسية، فقد جاءت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تأثيراً في تشكيل وعيهم السياسي من مواقع الصحف الإلكترونية.

**المراجع العربية والأجنبية:**

**Joseph Kahne & Ellen Middaugh & Danielle Allen, Youth, New Media, and the rise of participatory politics, Youth & Participatory politics Research Network, Working papers No.1,2014.**

**(2) Arshad Ali & Hassan Sayed, The Role of new media in political discussion and changing voting behavior of university students, International Research journal of social sciences, vol.3,2014.**

**(3) محمد رضا حبيب، دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التثقيف السياسي للشباب المصري-دراسة ميدانية، مجلة هيرميس، المجلد ٢، العدد ٤، جامعة القاهرة، مركز اللغات والترجمة المهنية، أكتوبر ٢٠١٣، ص 91-134.**

**(4) شريف أحمد سعيد، الإنترنت وإمكانية الديمقراطية الرقمية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2010.**

**(5) Michael Schudson, The new media in The 2008 U.S. presidential campaign: The New-York Times watches it's back, Javnost-The Public, Vol.16, No.1,2009,pp.73-86.**

**(6) هبة عبد الله صالح السيد، وخالد أحمد جلال: مراكز السلطة والقوى السياسية قبل وبعد الثورة المصرية-دراسة تحليلية لتعليقات بعض الصحف الإلكترونية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة المنيا، العدد 75، يوليو 2012، ص 197-245.**

**(7) Christopher Harper, Online newspapers: Going somewhere or going nowhere?, Newspaper research, Vol.17, No.3-4, Summer/fall 1996.**

**(8) Susan M. Mings (1997) uses and gratification of on line newspaper: an audience-centered study (expectancy values internet), phd thesis Rensselaer- Polytechnic Institute, the electronic journal of communication \ la revue electronic de communication (EJC/REC), 7(3).**

**(9) Wilson Lowrey Ph.D.a & Kyun Soo Kim Ph.D.b (2009) Online News Media and Advanced Learning: A Test of Cognitive Flexibility Theory, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53(4): 547-566**

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
(10) محمد شومان، الصحف الإلكترونية العربية- دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف، المجلة  
المصرية لبحوث الإعلام، العدد العشرين، القاهرة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة،  
2003.

(11) فاطمة نبيل محمد السروجي، الصحافة الإلكترونية، وترتيب أولويات قضايا الشباب  
الاجتماعية- دراسة تحليلي وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية البنات للآداب  
والعلوم والتربية، قسم الاجتماع 2014.

(12) محمد بن علي بن محمد ، إستخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل  
الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتها بوسائل الإعلام التقليدية: دراسة ميدانية  
على عدد من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض، مؤتمر وسائل  
التواصل الاجتماعي- التطبيقات والإشكالات المهنية- السعودية، الرياض، جامعة الإمام  
محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال 10-11 مارس 2015.

(13) إبراهيم شريف عبد العزيز: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعظيم المشاركة  
السياسية للشباب المصري بعد ثورة 25 يناير- دراسة ميدانية على عينة من الشباب  
المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الاجتماع،  
2014.

(14) Amandha Rohr Lopes, The impact of Social Media On Social  
Movements: The New Opportunity and Mobilizing Structure,  
Journal of Political Science Research, United States, Nebraska,  
Creighton University, 2014.

(15) Madeline Storck, The Role of Social Media in political  
Mobilisation: A Case Study of Ganuary 2011 Egypt Uprising,  
Degree of M.A, Scotland: University of ST Andrews, 2011.

(16) لمياء العلمي وسام، العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي، وأثرها في تحسين  
الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، جامعة النجاح الوطنية  
بنابلس، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم العلوم السياسية، 2011.

(17) إيناس أبو سيف، الوعي السياسي والانتخابات لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني، العدد الأول، 2001، ص 72.

(18) هويدا مصطفى، الإعلام والمشاركة السياسية: المقومات والإشكاليات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، إبريل 2000، 325.

(19) أنظر كل من :

دنيا حميد عبود القرشي ، الإعلام الإلكتروني:

<https://www.azzaman.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%88>

أنظر أيضاً: حسنين شفيق، الإعلام الجديد: الإعلام البديل تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، بغداد، دار فكر وفن، 2010، ص 53.

(20) أنظر كل من:

**Julia Heidemann, and (Others):" Online Social Networks : A Survey of a Global Phenomenon",Discussion Paper,(Augsburg:University of Augsburg,Research Center Finance & Information Management, Department of Information Systems,2012),pp.1-10.**

الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، مركز هردول لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2016.

(21) **Richard Davis: New Media and American Politics ,(Oxford: Oxford University Press,1998),p.9.**

عبير الرخباني، الإعلام الرقمي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 39.

**Sumeet Gupta and Hee-Woong Kim : "Virtual Community: 22( Concepts, Implications, and Future Research Directions ", on Information Proceedings of the Tenth Americas Conference Systems, (New York:Association for Information Systems ,August 2004),pp. 2679-2686.**

**) Banks,williamP.,ed.Ency Clopedia of Consciousness,Academic <sup>23</sup>( press,Elsevier INC,Oxford,UX,2009,P157.**

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة  
(24) نائلة محمد أبو هليل، ما مفهوم الوعي، مقال منشور في 25 يوليو

WWWdoo3.com2018

) Marx with Engels: The German ideology prometheus 25 (book,N,Y,1998,P37.

(26) أنظر كل من:

وان طلحو، أثر تخصص العلوم السياسية على الوعي السياسي لدى طالب جامعة  
ماردين، 2006، متاح على الرابط

<https://www.ccsd.ngo/ar/wpcontent/uploads/2021/03/%D8%A3%D8%AB%D8%B>

Kigongo , J , K , Federal Governance as ameaeans to Effective and Meaning ful peoples \_ political participation ” , Faculty of Arts , Makerere University , www . google . com , Net , 2001 , p . 2

(27) علي أسعد وطفة، التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي،  
بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر، الكويت ،  
المجلد 31، العدد الثالث، 2003، ص7.

(28) أنظر كل من:

أحمد إبراهيم الجبيد، مبادئ العلوم السياسية، طرابلس، ليبيا، 2000.  
عماد حمادة، الوعي والتحليل السياسي، بيروت، الطبعة الأولى، دار الهادي للنشر  
والطباعة، 2005.

(29) محمد عبد الله محمد الحورش، الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني -  
دارسة ميدانية ، دارسة حالة لأمانة العاصمة صنعاء، جامعة الشرق الوسط عمان -  
الأردن ، 2012، ص 26.

(30) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, Mass Communication Theory : Foundation, Ferment, and Future: Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism, 6<sup>th</sup> edition, 2011, PP 288-289.

(30) Ibid, P 289

(31) أنظر كل من :

**J. Klapper, The Effects Of Mass Communication, New- York, The Free Press, 1996, P124.**

حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الخامسة، 2004، ص.ص 320 - 321.

(32) M.L. Defleur & Ball Rokeach, Theories of Mass Communication, Longman, 4<sup>th</sup> ed, New-York, 1982.

(33) عصام أنيس عبد الحميد، مبادئ وتطبيقات في نظريات الإتصال، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، القاهرة 2005، ص ص 24-30.

(34) حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الخامسة، 2004.

(35) أنظر كل من:

Jay Black & Jennings Bryant, Introduction to Mass Communication, 4<sup>th</sup> Ed., Madison: Brown & Benchmark, 1995.

محمد الجوهري، وعبد الله الخريجي، طرق البحث الاجتماعي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1979، ص 60.

(36) أنظر:

محمد سيد أحمد، الإعلام وتجريف العقل الجمعي، أطلس للنشر، القاهرة ، 2014.

محمد سيد أحمد، الإعلام والمجتمع والسياسة، أطلس للنشر، القاهرة، 2016.

محمد سيد أحمد وآخرون، أكذوبة الربيع العربي، أطلس للنشر، القاهرة 2021.