

معالجة مقاطع الفيديوهات باليوتيوب للمضامين السياسية الساخرة وعلاقته بإدراك الشباب الجامعي للاواقع السياسي في مصر

أ.د. / عبد الهادي أحمد النجار

استاذ الصحافة بقسم الإعلام
كلية الآداب - جامعة المنصورة

أ.م. د / غادة موسى صقر

استاذ مساعد الصحافة بقسم الإعلام التربوي
كلية الآداب - جامعة المنصورة

د / شيماء الهادي محمود هلال

استاذ الصحافة بقسم الإعلام التربوي
كلية التربية - جامعة المنصورة

هنا جلال على عبد اللاه

المدرس المساعد بقسم الاعلام التربوي
كلية التربية النوعية - جامعه دمياط

المجلة العلمية لكلية التربية النوعية - جامعة دمياط

عدد (٧) - يونيو ٢٠٢٣

معالجة مقاطع الفيديوهات باليوتيوب للمضامين السياسية الساخرة

وعلاقته بإدراك الشباب الجامعي للواقع السياسي في مصر (*)

الملخص:

هدف البحث لمعرفة أكثر القضايا التي تناولتها مقاطع الفيديوهات بموقع اليوتيوب طبيعة الفيديوهات التي تعكس الواقع السياسي في مصر، وطبيعة التعليقات التي يعلق بها الشباب الجامعي علي المضامين السياسية الساخرة المطروحة بموقع اليوتيوب كما يهدف البحث لمعرفة طبيعة التقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات العارضة للمضامين السياسية الساخرة. واعتمدت الباحثة على منهج المسح : (المسح بالعينة) وذلك لرصد وتحليل المضامين السياسية الساخرة . وقد استخدمت الباحثة في اطار هذ المنهج (الأسلوب التحليلي) الذى يهدف الى تصوير وتحليل خصائص فئه أو مجموعته معينه يغلب عليه صفه التحديد او دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة. كما قامت الباحثة بتحليل المضامين السياسية الساخرة المقدمة في عينه من الفيديوهات المتخصصة بعرض القضايا السياسية بموقع اليوتيوب وتتناول المضامين الساخرة حول القضايا والاحداث السياسية، حيث يتم اختيار تلك العينة وترتيبها وفقا لحجم إقبال الشباب الجامعي عليها وذكرها وفقا لهذا الترتيب كما يتم اختيارها وفقا لتفاعلهم النشط معها، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في اختيار عينة عشوائية من مقاطع الفيديوهات المتناولة للمضامين السياسية الساخرة .

توصل البحث إلي مجموعة من النتائج أهمها :

(١) تبين وجود فروق دالة احصائياً بين فئات الموضوعات في مقاطع اليوتيوب بنوعها موضع الدراسة، حيث بلغت قيمة "كا" (٧٥,٦٠) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت السخرية من الأوضاع الجارية، وطرح الآراء لوجهات النظر التي تعكس الواقع السياسي بمصر الأعلى، يليهما الموضوعات السياسية، ثم الموضوعات الاجتماعية.

(٢) وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين التعليقات النصية Text Comment حول المضامين النصية الساخرة (بمقاطع الفيديو بنوعها) في اليوتيوب موضحة مدى انعكاس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا" (٧٦,٥٣) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت تعليقات نصية بكلمات تهكم، وتعليقات بروابط لفيديوهات مشابهة الأعلى، يليهما التعليقات بنكتة أو صورة سياسة ساخر .

(*) أ.د. / عبد الهادي أحمد النجار - استاذ الصحافة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

ا.م.د/ غادة موسى صقر استاذ مساعد الصحافة بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة دمياط
د/ شيماء الهادي محمود هلال : مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة دمياط
م.م./ هنا جلال على عبد اللاه - المدرس المساعد بقسم الاعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعته دمياط

٣) وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين عدد تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو بنوعيتها المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا" (٨٠,٠٢) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت التعليقات من ٥٠ إلى ١٠٠ الأعلى، يليهما التعليقات أقل من ٥٠، ثم التعليقات من ١٠٠ إلى ٢٥٠. ٤- وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين طبيعة تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو بنوعيتها المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا" (٤٨,٠٨) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت الآراء ووجهات نظر، ونقد الآراء الحكومية الأعلى، يليهما نقد الداخلية، ونقد الأوضاع الاقتصادية، ثم السب واستخدام ألفاظ غير لائقة والاستنكار.

الكلمات المفتاحية :

المضامين السياسية الساخرة - اليوتيوب - إدراك الواقع السياسي - الشباب الجامعي

المقدمة :

تعددت منصات التواصل الاجتماعي ولم تقتصر علي منصة واحدة فقط ، بل كثرت لتجعل الواقع الذي نعيشه أكثر افتراضية، حيث أصبح العالم قرية كونية افتراضية يطل من مشارفها الجميع ، ولعل أكثر فئات المجتمع تأثراً وتأثيراً بهذه المنصات الشباب بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص ، فهي المنصة التي يطل منها الشباب الجامعي علي الواقع السياسي والاجتماعي الذي يعيشه فتلك المنصات الاجتماعية وخاصة منصة اليوتيوب الذي يتسم بالحيوية وسعة الانتشار والشعبية العالية بمثابة الموقع الافتراضي القادر علي نقل الصور الحية بكل أنية دون كلل، من هنا اعتمد الشباب الجامعي علي اليوتيوب لنقل الصورة السياسية للأحداث السياسية الجارية من خلال طرحها كمضامين سياسية ساخرة لنقد الواقع وانعكاسه السياسي سواء كان ذلك بأيديهم أو بأيادي القائمين علي العمل لتلك المقاطع الساخرة لتوصيل الصورة العاكسة للأحداث السياسية لجعله أكثر إدراكاً لما تطرحه الساحة السياسية من أنشطة وأعمال سياسية سواء كانت أعمال سياسية إيجابية أو سلبية ومن هذا المنطلق انطلقت فكرة البحث الذي نحن بصددته حيث يتبلور عنوانه في الاتي "معالجة مقاطع الفيديوهات باليوتيوب للمضامين السياسية الساخرة وعلاقته بإدراك الشباب الجامعي للواقع السياسي في مصر " .

مشكلة البحث :

أصبحت المضامين السياسية الساخرة هي الأداة الشبه وحيدة للتعبير عن الآراء ووجهات النظر خاصة في الجانب السياسي خوفاً من القيود المفروضة أو خوفاً من إثارة الفوضى والبلبله، تعددت أيضاً السبل التي يمكن من خلالها طرح هذه المضامين ولعل كان السبيل القوي هو شبكات التواصل الاجتماعي لما لها من شعبية كبيرة، فوجد الشباب الجامعي المنفس القادر علي توصيل أفكارهم وإرائهم، كما وجد النافذة القادرة علي أن تعكس لهم الواقع السياسي الذي يعيشون به مما يساعدهم علي إدراك الواقع السياسي بشكل دقيق وقائم علي الحيوية والأنية من خلال نشر الحدث وتغطيته أثناء وقوعه وفي ضوء ذلك تتبلور مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي " كيف تعالج مقاطع الفيديوهات باليوتيوب المضامين السياسية الساخرة وعلاقتها بإدراك الشباب الجامعي للواقع السياسي في مصر " .

أهمية البحث :

تتجسد أهمية البحث في التالي :

(١) نتيجة الثورة التكنولوجية وما استحدثته من وسائل الاعلام الجديد (مثل الصحف والمدونات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في إعطاء مساحة للشباب لإبداء آرائهم وأفكارهم اتجاه القضايا السياسية .

٢) انتشار ظاهرة السخرية السياسية (من خلال عرض المضامين السياسية الساخرة) داخل المجتمعات العربية بشكل عام والمجتمع المصري بشكل خاص خاصة بعد حدوث الثورات العربية التي غيرت الكثير من القواعد والأنظمة السياسية بكثير من الدول العربية .

٣) رصد أهم الأنماط التي تقدم بها المضامين السياسية الساخرة في مواقع (اليوتيوب) التي يتابعها الشباب الجامعي بصورة منتظمة .

أهداف البحث :

- ١) أكثر القضايا التي تناولتها مقاطع الفيديوهات بموقع اليوتيوب .
- ٢) طبيعة الفيديوهات التي تعكس الواقع السياسي في مصر .
- ٣) طبيعة التعليقات التي يعلق بها الشباب الجامعي علي المضامين السياسية الساخرة المطروحة بموقع اليوتيوب .
- ٤) طبيعة التقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات العارضة للمضامين السياسية الساخرة .

تساؤلات الدراسة :

تتجسد تساؤلات البحث في التساؤلات التالية :

- ١) ما أكثر القضايا التي تناولتها مقاطع الفيديوهات بموقع اليوتيوب؟
- ٢) ما طبيعة الفيديوهات التي تعكس الواقع السياسي في مصر ؟
- ٣) ما طبيعة التعليقات التي يعلق بها الشباب الجامعي علي المضامين السياسية الساخرة المطروحة بموقع اليوتيوب ؟
- ٤) ما طبيعة التقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات العارضة للمضامين السياسية الساخرة ؟

الدراسات السابقة :

قامت الباحثة بالاطلاع على تلك الدراسات السابقة للاستفادة منها في تحديد جوانب الموضوع وتساؤلاته وكذلك تحديد المشكلة البحثية وقد تم تصنيف هذه الدراسات الى محورين أساسين وذلك لمراعاة الدقة العلمية وسهولة العرض وذلك على النحو التالي :

- المحور الأول : الدراسات السابقة التي تناولت المضامين السياسية الساخرة بشبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) وإدراك الواقع السياسي .
- المحور الثاني : الدراسات السابقة التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) .

المحور الأول: الدراسات السابقة التي تناولت المضامين السياسية الساخرة بمواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) وإدراك الواقع السياسي .

(١) دراسة (سمية حوراس ، ٢٠١٨) . بعنوان " جدلية دور مواقع التواصل الاجتماعي بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي داخل المجتمع العربي " تهدف الدراسة : إلي محاولة إبراز الجدل القائم في الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي بين نشر وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي من خلال تكريس ثقافة المشاركة التي تؤدي لتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات السياسية لتحقيق التنمية السياسية . اعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة وذلك لجمع كافة المعلومات والبيانات حول عينة الدراسة . توصلت الدراسة إلي النتائج الآتية : أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تساعد علي توعية الشباب سياسياً كانت (الفيس بوك - تويتر - واتساب - اليوتيوب) .
برز تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح في الحياة السياسية للدول العربية من خلال ما يعرف بأحداث" الربيع العربي " حيث ساهمت هذه المواقع في خلق وعي تراكمي يقتضي التغيير لأنظمة عربية هيمنت علي الحكم لعقود متتالية .

(٢) دراسة (رنا مصطفى محمود زين الدين ، ٢٠١٨) بعنوان " استخدامات الشباب الجامعي لقنوات اليوتيوب في مصر واتجاهاته نحوها " تهدف الدراسة : إلي بحث ظاهرة استخدام وإنشاء الشباب الجامعي المصري لقنوات إعلامية علي موقع اليوتيوب لها خصائص إعلامية ، وصناع محتوى يقدمون رسائل معينة ويناقشون موضوعات وقضايا رأي عام تهم فئة الشباب بشكل خاص والمجتمع بشكل عام ، ودراسة اتجاهات الشباب نحو هذه القنوات وما تقدمه من مضامين سياسية ومجتمعية مختلفة .

استخدمت الدراسة : علي عينة عمدية من الشباب الجامعي المستخدم لقنوات اليوتيوب في مصر وقوامها (٥٥٠) مبحوث موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث ، وتم استبعاد عدد (١٥٠) استمارة غير مكتملة ليكون العدد الفعلي للاستمارات (٤٠٠) مبحوث .

توصلت الدراسة إلي النتائج التالية :

١. إن الإعلام الإلكتروني هو أحد أشكال الإعلام الحديدي الذي يستخدم المواقع الإلكترونية الاجتماعية التواصلية التي تعتمد علي الأجهزة التكنولوجية المتطورة والمتصلة بالإنترنت لتقديم رسائل إعلامية قد تكون سياسية أو اجتماعية أو علمية لتحقيق هدف وتأثير معين .
٢. توسع القاعدة الجماهيرية للإعلام التقليدي بدرجة أكبر .

٣) دراسة (محمود حمدي عبد القوي ، ٢٠١٩) بعنوان " خطاب صراع الأفكار بين جماعات الاسلام السياسي والأزهر بشأن الحاكمية عبر موقع اليوتيوب وعلاقته بتوجيه تفاعلات الجمهور بشأنها : دراسة في أطار نظرية أفعال الكلام "

هدفت الدراسة إلي : رصد مدي توظيف أفعال الكلام في خطاب قوي الإسلام السياسي بشأن الحاكمية ،رصد مدي توظيف أفعال الكلام في خطاب الأزهر بشأن الحاكمية ،والأساليب الحجاجية التي استعانت بها الخطابات المدروسة في دعم وجهه نظرها بشأن قضية الحاكمية .

اعتمدت الدراسة علي : منهج المسح لرصد وتحليل خطاب قوي الإسلام السياسي وخطاب الأزهر حيث وظف الباحث المسح بشقيه الكمي والكيفي والمقارنة المنهجية .

توصلت الدراسة للنتائج الآتية :

١. خلصت الدراسة إلي أن الشروط التي وضعها "هابيرماس " بشأن نظرية أفعال التواصل لم تتحقق عبر الفضاء الإلكتروني لتداوليات الجمهور بشأن قضية "الحاكمية" إذ غابت عنها أخلاقيات التواصل ، وكثر السب والشتم بين المتحاورين وحدث انغلاق فكري .

٢. يستند خطاب قوي الإسلام السياسي علي قوة سلطة رجل الدين الرمزية لدي أتباعه وبالتالي التصديق بما يقوله وهو ما يجعل المتلقي هنا شبه سلبي إيماناً وتصديقاً بما يقوم به رجل الدين .

٤) دراسة (أيمن أحمد فرج إبراهيم ، ٢٠٢٠) بعنوان " الشائعات والوعي السياسي لدي الشباب مرتادي اليوتيوب " دراسة ميدانية في مدينة كفر الشيخ

هدفت الدراسة الي : التعرف على دور الشائعات التي تنتشر الوعي السياسي لدي الشباب المصري، والتعرف عمى أسباب انتشار الشائعات عبر اليوتيوب بينهم ، انطلاقاً من التساؤل الرئيسي ما عالقة الشائعات بالوعي السياسي لدي الشباب المصري مرتادي اليوتيوب، حيث تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت علي المسح الاجتماعي المصاحب للدراسات الوصفية.

اعتمدت الدراسة علي : اداة جمع البيانات من خلال الاستبيان ،الذي طبق علي عينة عشوائية بسيطة قوامها (٢٠٠) مفردة، تعتبر متمثلة تمثيل امثل لمجتمع الدراسة بمدينة كفر الشيخ واعتمدت علي بعض المعالجات الإحصائية التي تخدم تساؤلات الدراسة وقد توصلت الدراسة الي عدة نتائج منها أن الغالبية العظمى من أفراد العينة التي يصدقون كل ما يشاهدون من شائعات على اليوتيوب، ويرجع ذلك أن معظم هذه الفيديوهات الخاصة بالأخبار والأحداث والمواقف تكون مفبركة وموجهه لغرض معين، ايضاً توصلت الدراسة إلي أن أكثر من نصف حجم العينة بقليل يرون أن الشائعات عبر اليوتيوب أوضحت التعرض إلي اليوتيوب أدت إلى زيادة الوعي والتثقيف السياسي للشباب المصري لسهولة الاطلاع علي الحقائق وليس العكس ،حيث أقر ثلثي حجم العينة تقريباً أنهم يستطيعون اكتشاف الشائعات بكل أنواعها علي اليوتيوب وخاصة التي لها أغراض سياسية مباشرة أو غير مباشرة.

٥) دراسة (ريهام علي نوير ، ٢٠٢٠) بعنوان " استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة علي اليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية "

تهدف الدراسة إلي: التعرف علي مدي استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة علي موقع اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية ،ورصد وتحليل دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الشباب المصري علي موقع اليوتيوب وتحديد دوافع الاستخدام .

اعتمدت الدراسة علي : المنهج الوصفي التحليلي وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية وطبقت علي عينة عشوائية قوامها (٣٠٠) مفردة من طلاب بكلوريوس جامعة القاهرة .

وقد توصلت الدراسة الي عدة نتائج منها :

١ . أنه كلما زاد مستوي استخدام الشباب المصري لوقع اليوتيوب أزداد مستوي معرفتهم بالجماعات والمنظمات الإرهابية .

٢ . كلما زاد استخدام الشباب لموقع اليوتيوب كلما ازداد مستوي الإشباع التي يحققها الشباب المصري .

٣ . كلما زادت السخرية علي موقع اليوتيوب كلما تحطمت هيبة الإرهاب وتقليل الأثارة السلبية .

٦) دراسة (أية صلاح ، ٢٠٢٢) . بعنوان " تعرض الجمهور لمقاطع فيديو مجلس النواب على اليوتيوب وعلاقته بتشكيل المعرفة السياسية لديهم "

تهدف الدراسة إلى التعرف على : معرفة مدى تعرض الجمهور لموقع اليوتيوب في متابعة جلسات مجلس النواب وعلاقته بتشكيل الوعي السياسي لديهم . استخدمت الدراسة : منهج المسح الإعلامي بالاعتماد على أداة الاستبيان .

اعتمدت الدراسة على : عينة عمدية مكونة من (٢٥٠) مبحوث من متابعي مقاطع فيديو مجلس النواب على اليوتيوب .

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :-

١ . بينت نتائج الدراسة موقف العينة من مجموعة من العبارات التي توضح طبيعية التناول الإعلامي

للقضايا السياسية عبر مقاطع مجلس النواب على اليوتيوب وقد راوحت الاتجاهات بين (موافق ،

موافق لحد ما ، غير موافق)، وقد حازت العبارات الإيجابية على (موافق ، موافق لحد ما) حيث

جاءت عبارة تعتبر جلسات مجلس النواب على موقع اليوتيوب أهم مصادري في الحصول على

معلومات عن القضايا السياسية داخليا وخارجيا في الترتيب الأول وبصفة عامة .

٢ . يتضح من إجابات المبحوثين ارتفاع اتجاهاتهم الإيجابية .

٣ . بينت نتائج الدراسة مساهمة مقاطع فيديو مجلس النواب على اليوتيوب في زيادة معلومات العينة

السياسية للمبحوثين .

٤. كما بينت نتائج الدراسة أن أكثر أساليب التي تفضلها العينة عبر موقع اليوتيوب في أثناء مشاهدتهم لمقاطع مجلس النواب في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية المشاركات والتعليقات المفتوحة مع الجمهور في الترتيب الأول .

المحور الثاني : الدراسات السابقة التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب)

(١) دراسة (هناء حفناوي يوسف ، ٢٠١٨). بعنوان "ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب :دراسة تحليلية "

تهدف الدراسة إلي : رصد وتحليل وتفسير ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب ودعم وتشجيع نشر هذه الثقافة والمبادرات التطوعية ووضع توصيات تفيد في تنمية ثقافة العمل التطوعي من خلال وسائل الاعلام .

اعتمدت الدراسة علي : منهج المسح بالعينة بشقه التحليلي وتصميم أستمارة تحليل مضمون لتحليل عينة من الفيديوهات المتخصصة .

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج كان أهمها الآتي:

١. أسفرت الدراسة علي ارتفاع نسبة تواجد الشخصيات المتطوعين ضمن الشخصيات المحورية في فيديوهات موقع اليوتيوب عينة الدراسة حيث بلغت (٤٩,٣%) في حين بلغت مرحلة المراهقة نسبة (٣٦%) .

٢. أن الموضوعية التي احتوتها مواضيع ثقافة العمل التطوعي تصدرت الترتيب الأول بنسبة (٥٩,٣%) .

(٢) دراسة (عراك غانم محمد ، ٢٠٢٠) . بعنوان " السلوك العدواني في مواقع التواصل الاجتماعي " تهدف الدراسة إلي : معرفة السلوك العدواني ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ومصدر حصولهم علي المعلومات ومعرفة أكثر الموضوعات التي يظهر فيها العدوان .

اعتمدت الدراسة علي : منهج المسح بالعينة وطبقت علي عدد من طلبة الجامعة قوامها (٢٧٠) مفردة تم اختيارهم بطريقة متعددة المراحل من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من جامعة الفراهيدي وكليتي الاسراء ودجلة في مدينة بغداد .

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج كان أهمها الآتي:

١. أن أهم مصادر المبحوثين عن المعلومات عن السلوك العدواني هي تعليقات زوار المواقع وأهم الموضوعات التي يمكن أن يري فيها الطلبة السلوك العدواني هي الموضوعات السياسية والدينية .

٢. التجاهل أهم طريق للتخلص من السلوك العدواني .

(٣) دراسة (ريهام علي نوير ، ٢٠٢٠) بعنوان " استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة علي اليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية "

تهدف الدراسة إلي : التعرف علي مدي استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة علي موقع اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية ،ورصد وتحليل دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الشباب المصري علي موقع اليوتيوب وتحديد دوافع الاستخدام .

اعتمدت الدراسة علي : المنهج الوصفي التحليلي وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية وطبقت علي عينة عشوائية قوامها (٣٠٠) مفردة من طلاب بكلوريوس جامعة القاهرة .

توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج التالية :-

١. أنه كلما زاد مستوي استخدام الشباب المصري لوقع اليوتيوب أزداد مستوي معرفتهم بالجماعات والمنظمات الإرهابية .

٢. كلما ازداد استخدام الشباب لموقع اليوتيوب كلما ازداد مستوي الإشباع التي يحققها الشباب المصري .

٣. كلما زادت السخرية علي موقع اليوتيوب كلما تحطمت هيبة الإرهاب وتقليل الأثارة السلبية .

(٤) دراسة (مارينا إبراهيم مخائيل نخلة ، ٢٠٢١) بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي و إذاعات الإنترنت في سلوك تكامل الشخصية لدى ذوى الإعاقة "

تهدف الدراسة إلي : التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي وإذاعات الإنترنت في زيادة فاعلية ذوى الإعاقة في المجتمع المصري من خلال دعمهم اجتماعياً وشعورهم بتقدير أنفسهم الناتج عن تقبل المجتمع لهم .

اعتمدت الدراسة على : نوعها كرة ثلج (snow ball sampling) وقوامها (٤٠٠) مفردة من ذوى الإعاقة، وقد استندت هذه الدراسة على نظريتان وهما (التمكين الاجتماعي - تصنيف الذات) .

توصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها :-

١. أن نسبة (٩٧%) من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يتراوح بين دائماً وأحياناً.

٢. أن نسبة (٩٣%) من المبحوثين يتابعون أو يستمعون لإذاعات الإنترنت بشكل يتراوح بين دائماً وأحياناً.

٣. هم دوافع وأسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل (التسلية والترفيه ،زيادة الثقافة ،المعارف العامة).

٤. أن المبحوثين الذين يستفيدون من متابعتهم أو استماعهم لإذاعات الإنترنت (٨٣,٨%) وأن أهم التأثيرات التي قد تنتج جراء استخدام مواقه التواصل الاجتماعي أو الاستماع لإذاعات الإنترنت التي تمثلت في (مقاومة الشعور بالاغتراب ، التخلص من الشعور بالوحدة ، التعزيز من ثقتي بنفسي).

٥. هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الأشخاص ذوى الإعاقة لمواقع التواصل الاجتماعي وتغيير سلوكهم وتكامل الشخصية داخل المجتمع .

الإطار النظري للبحث

شبكات التواصل الاجتماعي :

تعريفها : هي عبارة عن مجموعة المواقع علي الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب ويتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي ، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك حيث يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع علي الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم والمعلومات التي يتعرضون لها من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعا في استعماله .
(سمية حوداسي ، ٢٠١٨)

تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي :-

Facebook	- الفيس بوك
Twitter	- تويتر
What's Up	- واتساب
Blogs	- المدونات
Wiki	- ويكي
My Space	- ماي سبيس
YouTube	- اليوتيوب

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

- **التفاعلية:** حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار ، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
- **اللاتزامنية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.
- **المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.
- **الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.
- **الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
- **اندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،... الخ.

- **الانتباه والتركيز:** نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً.
- **التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها . <https://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=5/1/2021> .
أولاً: اليوتيوب :

تعريفه: هو أحد أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر مجموعة من البرامج والأدوات علي شبكة الأنترنت ويستخدمها الجمهور لتبادل المحتوى والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر عبر وسيلة إعلام تعمل علي تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعات من الناس .

التعريفات الاجرائية لمصطلحات الدراسة:

- **المضامين الساخرة :** هي طريقة من طرق التعبير ، يستعمل فيها الشخص ألفاظاً تقلب المعنى إلى عكس ما يقصده المتكلم حقيقة. وهي النقد والنقد اللاذع بصورة الضحك والاستهزاء، وغرض الساخر هو النقد أولاً والإضحاك ثانياً، وهو تصوير وضع أو شخصية أو جهة أو طرف أو تيار تصويراً مضحكاً: إما بوضعه في صورة مضحكة بواسطة التشويه - الذي لا يصل إلى حد الإيلام - أو تكبير العيوب الأخلاقية والسلوكية أو العضوية أو الحركية أو العقلية أو ما فيه من عيوب ونواقص حين سلوكه مع المجتمع، وكل ذلك بطريقة خاصة غير مباشرة. وعندما توظف بنية عدوانية جدا باستعمال السب والشتم والمس بخلقه الشخص من حيث اللون أو العرق تسمى تهكماً <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- **تعريف المضامين السياسية الساخرة إجرائياً :** عبارة عن كل محتوى يقدم في فيديو أو تغريدة أو مقالات ورسوم كاريكاتيرية تحتوي في باطنها علي محتوى سياسياً معروضاً بطريقة كوميدية ساخرة تعكس كل ما يدور داخل المجتمع من أحداث سياسية جارية .
- **تعريف شبكات التواصل الاجتماعي :** هي عبارة عن مجموعة المواقع علي الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب ويتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي ، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك حيث يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع علي الملفات الشخصية ومعرفة أخبارهم والمعلومات التي يتعرضون لها من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعاً في استعماله.(سمية حوداسي، ٢٠١٨، ص ٩٠)
- **تعريف شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً:**
هي تلك الشبكات التي اتخذت من البيئة الافتراضية حقلاً خصباً لتطرح مواقعها الاجتماعية بما تتسم به من سهولة في الاستخدام وخصوصية وشمولية ليستخدماها الكثير من الناس ذات الاهتمامات المشتركة.

- **تعريف الإدراك :** يعتبر الإدراك هو معالجة الدماغ للمعلومات التي تأتي من الحواس، بحيث يقوم النظام العصبي المركزي المعقد على تحديد وتنظيم وتفسير المعلومات لفهم العالم المحيط بنا، وتتم هذه المعالجة خارج وعي الإنسان، وتعتبر هذه العملية الحسية فردية، لذلك يواجه العديد من الأشخاص نفس الموقف ولكنهم يدركونها بطريقة تختلف عن الآخر، وتساعد على رؤية العالم كمكان مستقر بالرغم من تغير المعلومات الحسية التي نتلقاها وتكون غير كاملة أحياناً.
- **الشباب الجامعي :** هم الذين اتموا فترة تعليمهم الثانوي والتحقوا بالكليات والمعاهد العليا ، وهم لا ينفصلون بأية حال من الاحوال عن عامة الشباب . (احلام الدمرداش ، ٢٠٠٠)
- **يعرف الشباب الجامعي اجرائياً على النحو الآتي :** هم الذين يلتحقون بالجامعات ويتراوح اعمارهم ما بين (١٧-٢٢) يتسمون بجموعه من الخصائص النفسية والجسمانية والعقلية التي تكاد أن يشتركون في بعضاً منها .

نوع الدراسة ومنهجها :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على فهم الظاهرة أو مجموعة من الظواهر والقاء مزيد من الضوء عليها بهدف تكوين وتحديد مشكلة معينة بدقة ووضع مجموعة معينة من التساؤلات والفروض حول هذه المشكلة المحددة بغرض اختبارها والتأكد من صحتها والتوصل الى نتائج ودلالات ذات اهمية تؤدي امكانية تعميمها . (سمير محمد حسين ، ٢٠٠٦ : ص ١٢٥)

وتعتمد الدراسة على منهج المسح : (المسح بالعينة) وذلك لرصد وتحليل المضامين السياسية الساخرة وقد استخدمت الباحثة في اطار هذ المنهج (الأسلوب التحليلي) الذي يهدف الى تصوير وتحليل خصائص فئة او مجموعته معينة يغلب عليه صفة التحديد او دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة ، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها . (محمد عيسى شحاتيت ، عبدالغفور ابراهيم احمد ، ٢٠١٣ : ص ٥٦)

مجتمع وعينه الدراسة :

أولاً مجتمع وعينه الدراسة التحليلية :

أ- **مجتمع الدراسة التحليلية :** يقصد به المضامين الساخرة المقدمة بشبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب)

ب - **عينه الدراسة التحليلية :** قامت الباحثة بتحليل المضامين السياسية الساخرة المقدمة في عينه من الفيديوهات المتخصصة بعرض القضايا السياسية بموقع اليوتيوب و تتناول المضامين الساخرة حول القضايا والاحداث السياسية، حيث يتم اختيار تلك العينة وترتيبها وفقاً لحجم اقبال الشباب الجامعي عليها وذكرها وفقاً لهذا الترتيب كما يتم اختيارها وفقاً لتفاعلهم النشط معها .

أدوات جمع البيانات :

استمارة تحليل المضمون :

استخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون في اطار المسح لتحليل ورصد المضامين السياسية الساخرة في كافة صورها علي موقعي (اليوتيوب) .

حدود الدراسة :

سوف تتمثل حدود الدراسة فيما يلي .

- الحدود الموضوعية :

سوف تقتصر الدراسة على معرفة مدي معالجة فيديوهات باليوتيوب للمضامين السياسية الساخرة وتأثيرها علي إدراك الواقع السياسي في مصر .

- الحدود الزمنية :

سوف يتمثل الحد الزمني لهذه الدراسة في الفترة الزمنية التي سوف يتم استغراقها في تحليل ورصد الأنماط التي تقدم بها المضامين السياسية الساخرة بشبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) .

متغيرات الدراسة :

- المتغير المستقل (المضامين السياسية الساخرة بمقاطع الفيديوهات باليوتيوب)

- المتغير التابع (إدراك الواقع السياسي)

- المتغيرات الوسيطة (المتغيرات الديموغرافية مثل النوع- السن-المستوى الاقتصادي والاجتماعي-نوع الجامعة)

المعالجة الإحصائية للدراسة :

استخدمت الباحث في هذه الدراسة الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 22) في إجراء التحليلات الإحصائية والأساليب المستخدمة في الدراسة وهي:

(١) أسلوب التكرارات البسيطة والنسب المئوية .

(٢) اختبار كاي^٢ لجداول الاقتران (contingency - tables chi square test) لدراسة الدلالة الإحصائية

بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal) .

(٣) معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة

الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة والنسبة (interval or ratio) ، كما يري بعض الباحثين

أن معامل ارتباط بيرسون لا يمكن الحكم علي شدة العلاقة بواسطته بأنها ضعيفة إذا بلغت معامل

ارتباطه أقل من (٠,٤٠) أو أقل من (٠,٣٠) وأيضا لا يمكن الحكم بواسطته فإن العلاقات قوية إذا

بلغت قيمة معامل ارتباطه (٠,٨٠) فأكثر ولكن اعتبر شدة العلاقة حسب ظروف الدراسة وطبيعة

الظواهر التي تدرسها الباحثة وهذا ما قامت الباحثة باستخدامه ، حيث اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا

كان معامل الارتباط أقل من (٠,٢٠) ومتوسط إذا كان ما بين (٠,٢٠:٠,٦٠) ، و مرتفعة إذا كانت

أكثر من (٠,٦٠) .

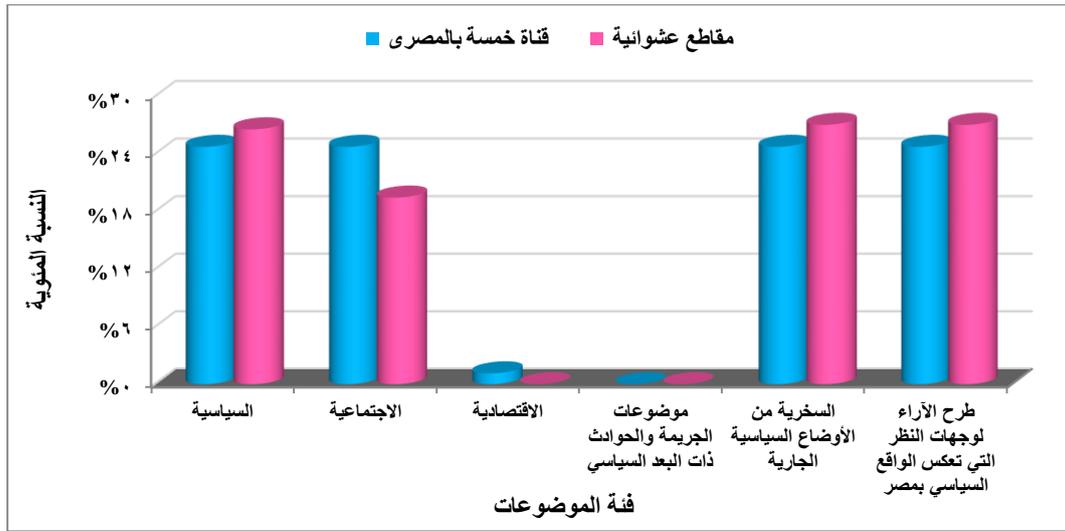
- (٤) اختبارات (ت) للعينات المستقلة (independent – samples- t-test)
- (٥) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة .
- (٦) تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) المعروف باسم (An ova) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية الأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة .
- (٧) معامل ألفا كرونباخ (alpha Cronbach) لتحليل ثبات المقاييس (Reliability Analysis) بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقاييس وبعضها .

نتائج البحث :

(١) فئات المضمون

جدول (١): التوزيع النسبي لفئات الموضوعات بمقاطع اليوتيوب موضع الدراسة.

رقم	مستوى الدلالة	٢٤	مقاطع اليوتيوب						فئة الموضوعات	
			المجموع		مقاطع عشوائية		قناة خمسة بالمصري			
			%	ك	%	ك	%	ك		
٣	٠,٠٠١	٧٥,٦٠	٢٦,٠٠	٧٨	٢٦,٥٤	٥٦	٢٤,٧٢	٢٢	السياسية	
٤			٢١,٠٠	٦٣	١٩,٤٣	٤١	٢٤,٧٢	٢٢	الاجتماعية	
٥			٠,٣٣	١	٠,٠٠	٠	١,١٢	١	الاقتصادية	
-			-	-	-	-	-	-	-	موضوعات الجريمة والحوادث ذات البعد السياسي
١			٢٦,٣٣	٧٩	٢٧,٠١	٥٧	٢٤,٧٢	٢٢	السخرية من الأوضاع السياسية الجارية	
١ مكرر			٢٦,٣٣	٧٩	٢٧,٠١	٥٧	٢٤,٧٢	٢٢	طرح الآراء لوجهات النظر التي تعكس الواقع السياسي بمصر	
			١٠٠%	٣٠٠	١٠٠%	٢١١	١٠٠%	٨٩	المجموع	



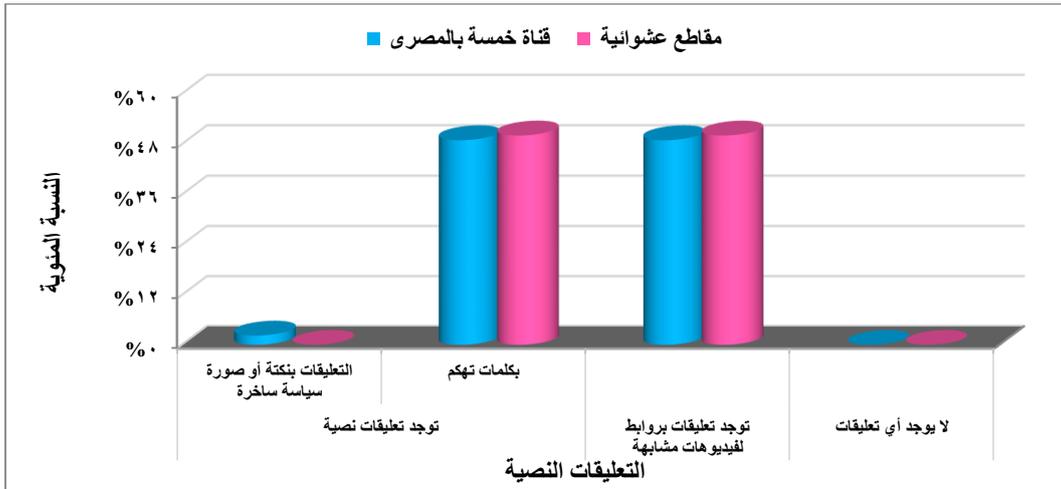
شكل (١): التوزيع النسبي لفئات الموضوعات بمقاطع اليوتيوب موضع الدراسة.

يوضح الجدول (١) والشكل البياني (١) التوزيع النسبي لفئات الموضوعات بمقاطع اليوتيوب موضع الدراسة والتي جاءت على النحو التالي:

- قناة خمسة بالمصرى: جاءت كل من الموضوعات السياسية والاجتماعية، السخرية من الأوضاع الجارية، وطرح الآراء لوجهات النظر التي تعكس الواقع السياسي بمصر في المرتبة الأولى بنسبة (٢٤,٧٢%) لكل منها، يليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة (١,١٢%).
 - مقاطع عشوائية: جاءت كل من السخرية من الأوضاع الجارية، وطرح الآراء لوجهات النظر التي تعكس الواقع السياسي بمصر في المرتبة الأولى بنسبة (٢٧,٠١%) لكل منهما، يليها الموضوعات السياسية بنسبة (٢٦,٥٤%)، ثم الموضوعات الإجتماعية بنسبة (٢١,٠%).
- وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين فئات الموضوعات في مقاطع اليوتيوب بنوعها موضع الدراسة، حيث بلغت قيمة "كا"^٢ (٧٥,٦٠) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت السخرية من الأوضاع الجارية، وطرح الآراء لوجهات النظر التي تعكس الواقع السياسي بمصر الأعلى، يليهما الموضوعات السياسية، ثم الموضوعات الاجتماعية.

جدول (٢): التوزيع النسبي للتعليقات النصية Text Comment حول المضامين النصية الساخرة (بمقاطع الفيديو) في اليوتيوب موضحة مدى انعكاس الواقع السياسي في مصر .

التعليقات النصية	مقاطع اليوتيوب							
	مستوى الدلالة	٢كا	المجموع		مقاطع عشوائية		قناة خمسة بالمصرى	
			%	ك	%	ك	%	ك
توجد تعليقات نصية	٣	٧٦,٥٣	٠,٦٣	١	-	-	٢,٢٢	١
	١		%٤٩,٦٩	٧٩	% ٥٠	٥٧	٤٨,٨٩	٢٢
	١ مكرر		%٤٩,٦٩	٧٩	% ٥٠	٥٧	٤٨,٨٩	٢٢
	-		-	-	-	-	-	-
المجموع			%١٠٠	١٥٩	١٠٠	١١٤	١٠٠	٤٥



شكل (٢): التوزيع النسبي للتعليقات النصية Text Comment حول المضامين النصية الساخرة (بمقاطع الفيديو) في اليوتيوب موضحة مدى انعكاس الواقع السياسي في مصر .

يوضح الجدول (٢) والشكل البياني (٢) التوزيع النسبي للتعليقات النصية Text Comment حول المضامين النصية الساخرة (بمقاطع الفيديو) في اليوتيوب موضحة مدى انعكاس الواقع السياسي في مصر والتي جاءت على النحو التالي:

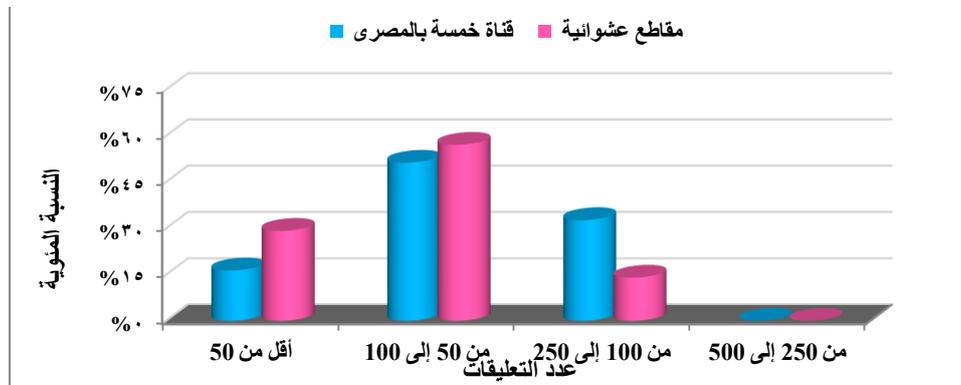
- قناة خمسة بالمصرى: جاءت كل من تعليقات نصية بكلمات تهكم، وتعليقات بروابط لفيديوهات مشابهة فى المرتبة الأولى بنسبة (٤٨,٨٩%) لكل منهما، يليها التعليقات بنكتة أو صورة ساخرة بنسبة (٢,٢٢%).

- مقاطع عشوائية: جاءت كل من توجد تعليقات نصية بكلمات تهكم، وتعليقات بروابط لفيديوهات مشابهة في المرتبة الأولى بنسبة (٤٩,٦٩%) لكل منهما.

وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين التعليقات النصية Text Comment حول المضامين النصية الساخرة (بمقاطع الفيديو بنوعها) في اليوتيوب موضحة مدى انعكاس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٧٦,٥٣) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت تعليقات نصية بكلمات تهكم، وتعليقات بروابط لفيديوهات مشابهة الأعلى، يليهما التعليقات بنكتة أو صورة سياسة ساخر

جدول (٣): التوزيع النسبي لعدد تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

الترتيب	مستوى الدلالة	كا	المجموع		مقاطع اليوتيوب				عدد التعليقات
			ك	%	مقاطع عشوائية		قناة خمسة بالمصري		
					ك	%	ك	%	
٢	٠,٠٠١	٨٠,٠٢	٣٢	%٢٤,٨١	٢٥	%٢٩,٠٧	٧	%١٦,٢٨	أقل من ٥٠
١			٧١	%٥٥,٠٤	٤٩	%٥٦,٩٨	٢٢	%٥١,١٦	من ٥٠ إلى ١٠٠
٣			٢٦	%٢٠,١٦	١٢	%١٣,٩٥	١٤	%٣٢,٥٦	من ١٠٠ إلى ٢٥٠
-			-	-	-	-	-	-	من ٢٥٠ إلى ٥٠٠
			١٢٩	%١٠٠	٨٦	%١٠٠	٤٣	%١٠٠	المجموع



شكل (٣): التوزيع النسبي لعدد تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

يوضح الجدول (٣) والشكل البياني (٣) التوزيع النسبي لعدد تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر والتي جاءت على النحو التالي:

- قناة خمسة بالمصري: جاءت التعليقات من ٥٠ إلى ١٠٠ في المرتبة الأولى بنسبة (٥١,١٦%)، يليها التعليقات من ١٠٠ إلى ٢٥٠ في المرتبة الثانية بنسبة (٣٢,٥٦%)، ثم التعليقات أقل من ٥٠ في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦,٢٨%).

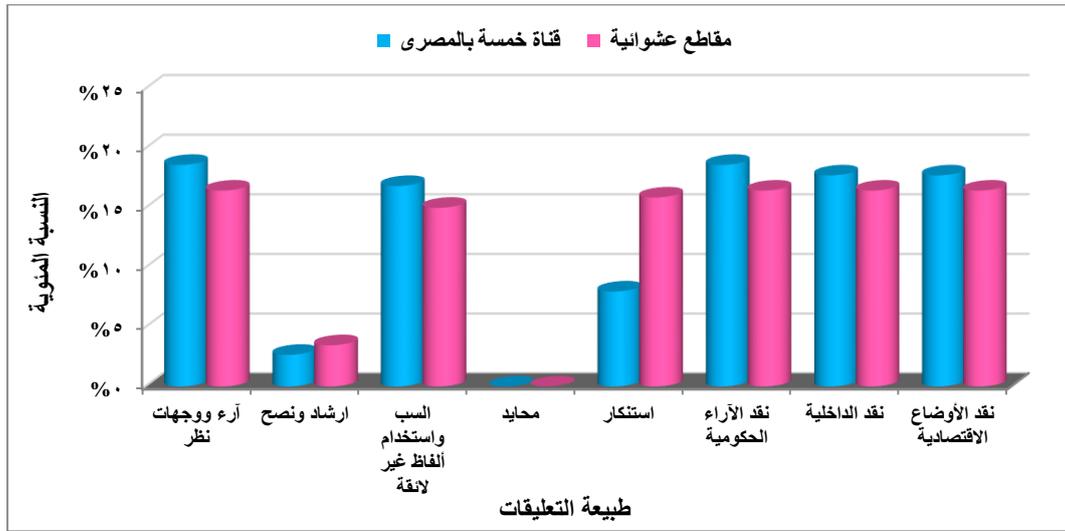
- مقاطع عشوائية: جاءت التعليقات من ٥٠ إلى ١٠٠ في المرتبة الأولى بنسبة (٥٦,٩٨%)، يليها التعليقات أقل من ٥٠ في المرتبة الثانية بنسبة (٢٩,٠٧%)، ثم التعليقات من ١٠٠ إلى ٢٥٠ في المرتبة الثانية بنسبة (١٣,٩٥%).

وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين عدد تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو بنوعها المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا" (٨٠,٠٢) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت التعليقات من ٥٠ إلى ١٠٠ الأعلى، يليهما التعليقات أقل من ٥٠، ثم التعليق من ١٠٠ إلى ٢٥٠.

جدول (٤): التوزيع النسبي لطبيعة تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو المتناولة للمضامين

السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

الترتيب	مستوى الدلالة	كا	مقاطع اليوتيوب						طبيعة التعليقات
			المجموع		مقاطع عشوائية		قناة خمسة بالمصري		
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠,٠٠١	٤٨,٠٨	%١٦,٩٦	٧٨	%١٦,٤٣	٥٧	%١٨,٥٨	٢١	آراء ووجهات نظر
٧			%٣,٢٦	١٥	%٣,٤٦	١٢	%٢,٦٥	٣	ارشاد ونصح
٥			%١٥,٤٣	٧١	%١٤,٩٩	٥٢	%١٦,٨١	١٩	السب واستخدام ألفاظ غير لائقة
-			-	-	-	-	-	-	محايد
٦			%١٣,٩١	٦٤	%١٥,٨٥	٥٥	%٧,٩٦	٩	استنكار
١ مكرر			%١٦,٩٦	٧٨	%١٦,٤٣	٥٧	%١٨,٥٨	٢١	نقد الآراء الحكومية
٣			%١٦,٧٤	٧٧	%١٦,٤٣	٥٧	%١٧,٧٠	٢٠	نقد الداخلية
٣ مكرر			%١٦,٧٤	٧٧	%١٦,٤٣	٥٧	%١٧,٧٠	٢٠	نقد الأوضاع الاقتصادية
					%١٠٠	٤٦٠	%١٠٠	٣٤٧	%١٠٠



شكل (٤): التوزيع النسبي لطبيعة تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

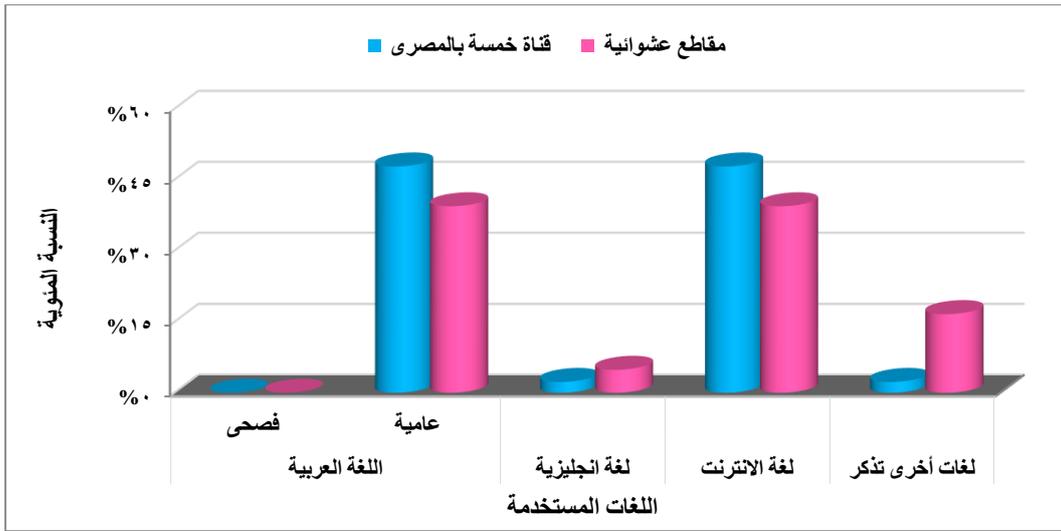
يوضح الجدول (٤) والشكل البياني (٤) التوزيع النسبي لطبيعة تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر والتي جاءت على النحو التالي:

- قناة خمسة بالمصرى: جاءت كل من الآراء ووجهات نظر، ونقد الآراء الحكومية في المرتبة الأولى بنسبة (١٨,٥٨%) لكل منهما، يليها كل من نقد الداخلية، ونقد الأوضاع الاقتصادية في المرتبة الثانية بنسبة (١٧,٧٠%) لكل منهما، ثم السب واستخدام ألفاظ غير لائقة في المرتبة الثالثة بنسبة (١٦,٨١%).
- مقاطع عشوائية: جاءت كل من الآراء ووجهات نظر، نقد الآراء الحكومية، نقد الداخلية، ونقد الأوضاع الاقتصادية في المرتبة الأولى بنسبة (١٦,٤٣%) لكل منها، يليها الاستنكار في المرتبة الثانية بنسبة (٩٦,٤٩%)، ثم السب واستخدام ألفاظ غير لائقة في المرتبة الثالثة بنسبة (١٥,٨٥%)، يليها السب واستخدام ألفاظ غير لائقة بنسبة (١٤,٩٩%).

وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين طبيعة تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو بنوعها المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا" (٤٨,٠٨) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت الآراء ووجهات نظر، ونقد الآراء الحكومية الأعلى، يليها نقد الداخلية، ونقد الأوضاع الاقتصادية، ثم السب واستخدام ألفاظ غير لائقة والاستنكار.

جدول (٥): التوزيع النسبي للغات المستخدمة في تعليقات الشباب الجامعي.

الترتيب	مستوى الدلالة	٢٤	المجموع		مقاطع اليوتيوب				اللغة المستخدمة	
					مقاطع عشوائية		قناة خمسة بالمصرى			
			%	ك	%	ك	%	ك		
-	٠,٠٠١	٨٣,١١	-	-	-	-	-	-	فصحى	اللغة العربية
١			٤١,٢٧	٧٨	٣٩,٣١	٥٧	٤٧,٧٣	٢١	عامية	
٣			٤,٢٣	٨	٤,٨٣	٧	٢,٢٧	١	لغة انجليزية	
١ مكرر			٤١,٢٧	٧٨	٣٩,٣١	٥٧	٤٧,٧٣	٢١	لغة الانترنت	
٢			١٣,٢٣	٢٥	١٦,٥٥	٢٤	٢,٢٧	١	لغات أخرى تذكر	
			%١٠٠	١٨٩	%١٠٠	١٤٥	%١٠٠	٤٤	المجموع	



شكل (٥): التوزيع النسبي للغات المستخدمة في تعليقات الشباب الجامعي.

يوضح الجدول (٥) والشكل البياني (٥) التوزيع النسبي للغات المستخدمة في تعليقات الشباب

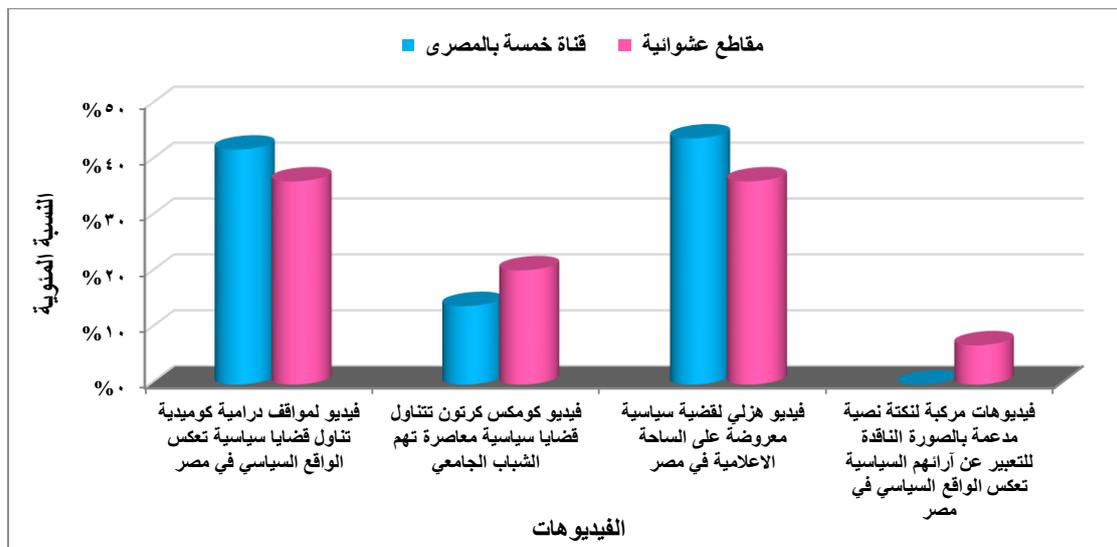
الجامعي والتي جاءت على النحو التالي:

- قناة خمسة بالمصرى: جاءت كل من اللغة العربية العامية، ولغة الانترنت فى الأكثر استخداماً بنسبة (٤٧,٧٣%) لكل منهما.
- مقاطع عشوائية: جاءت كل من اللغة العربية العامية، ولغة الانترنت فى الأكثر استخداماً بنسبة (٣٩,٣١%) لكل منهما، يليهما لغات أخرى بنسبة (١٦,٥٥%).

وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين اللغات المستخدمة في تعليقات الشباب الجامعي، حيث بلغت قيمة "كا" (٨٣,١١) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت كل من اللغة العربية العامية، ولغة الانترنت الأكثر استخداماً.

جدول (٦): التوزيع النسبي للفيديوهات ذات مضامين سياسية ساخرة بموقع اليوتيوب
تعكس الواقع السياسي في مصر.

الترتيب	مستوى الدلالة	كا	المجموع		مقاطع اليوتيوب				الفيديوهات
			%	ك	مقاطع عشوائية		قناة خمسة بالمصرى		
					%	ك	%	ك	
٢	٠,٠٠١	٦٢,٨٩	٣٧,٦٨	٧٨	٣٦,٣١	٥٧	٤٢,٠٠	٢١	فيديو لمواقف درامية كوميدية تناول قضايا سياسية تعكس الواقع السياسي في مصر
٣			١٨,٨٤	٣٩	٢٠,٣٨	٣٢	١٤,٠٠	٧	فيديو كومكس كرتون تتناول قضايا سياسية معاصرة تهتم الشباب الجامعي
١			٣٨,١٦	٧٩	٣٦,٣١	٥٧	٤٤,٠٠	٢٢	فيديو هزلي لقضية سياسية معروضة على الساحة الاعلامية في مصر
٤			٥,٣١	١١	٧,٠١	١١	-	-	فيديوهات مركبة لنكتة نصية مدعمة بالصورة الناقدة للتعبير عن آرائهم السياسية تعكس الواقع السياسي في مصر
			١٠٠%	٢٠٧	١٠٠%	١٥٧	١٠٠%	٥٠	المجموع

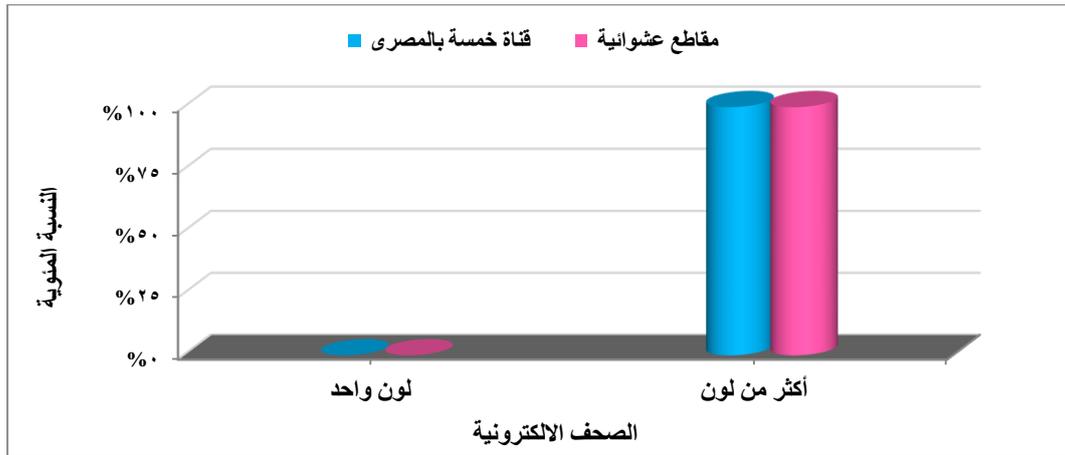


شكل (٦): التوزيع النسبي للفيديوهات ذات مضامين سياسية ساخرة بموقع اليوتيوب تعكس الواقع السياسي في مصر.

- يوضح الجدول (٦) والشكل البياني (٦) التوزيع النسبي للفيديوهات ذات مضامين سياسية ساخرة بموقع اليوتيوب تعكس الواقع السياسي في مصر والتي جاءت على النحو التالي:
- قناة خمسة بالمصرى: جاء فيديو هزلي لقضية سياسية معروضة على الساحة الاعلامية في مصر الأعلى بنسبة (٤٤%)، يليه فيديو لمواقف درامية كوميدية تتناول قضايا سياسية تعكس الواقع السياسي في مصر فى المرتبة الثانية بنسبة (٤٢%)، ثم فيديو كومكس كرتون تتناول قضايا سياسية معاصرة تهم الشباب الجامعي فى المرتبة الثالثة بنسبة (١٤%).
 - مقاطع عشوائية: جاء كل من فيديو لمواقف درامية كوميدية تتناول قضايا سياسية تعكس الواقع السياسي في مصر، و فيديو هزلي لقضية سياسية معروضة على الساحة الاعلامية في مصر الأعلى بنسبة (٣٦,٣١%) لكل منهما، يليهما فيديو كومكس كرتون تتناول قضايا سياسية معاصرة تهم الشباب الجامعي فى المرتبة الثانية بنسبة (٢٠,٣٨%)، ثم فيديوهات مركبة لنكتة نصية مدعمة بالصورة الناقدة للتعبير عن آرائهم السياسية تعكس الواقع السياسي في مصر فى المرتبة الثالثة بنسبة (٧,٠١%).
- وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين الفيديوهات بنوعيتها ذات مضامين سياسية ساخرة بموقع اليوتيوب تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا" (٦٢,٨٩) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاء فيديو هزلي لقضية سياسية معروضة على الساحة الاعلامية في مصر الأعلى، يليه فيديو لمواقف درامية كوميدية تتناول قضايا سياسية تعكس الواقع السياسي في مصر، ثم فيديو كومكس كرتون تتناول قضايا سياسية معاصرة تهم الشباب الجامعي.

جدول (٧): التوزيع النسبي للألوان المستخدمة في مقاطع اليوتيوب.

المجموع	مقاطع اليوتيوب				الألوان	
	مقاطع عشوائية		قناة خمسة بالمصرى			
%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	-	-	-	-	لون واحد
%١٠٠	٧٩	%١٠٠	٥٧	%١٠٠	٢٢	أكثر من لون

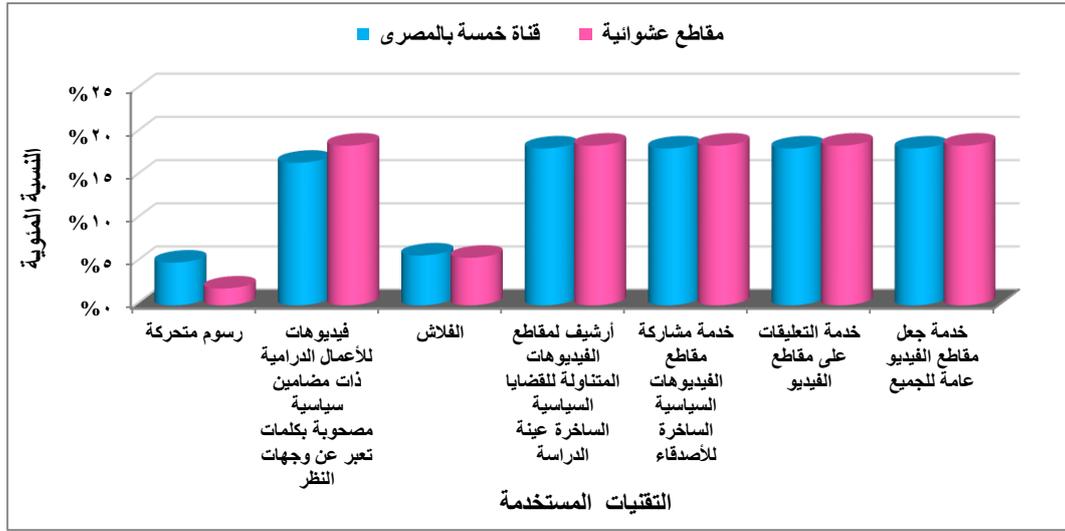


شكل (٧): التوزيع النسبي للألوان المستخدمة في مقاطع اليوتيوب.

يوضح الجدول (٧) والشكل البياني (٧) التوزيع النسبي للألوان المستخدمة في مقاطع اليوتيوب موضع الدراسة ، حيث تبين استخدام أكثر من لون في مقاطع اليوتيوب (قناة خمسة بالمصرى - مقاطع عشوائية) بنسبة (١٠٠%) لكل منهما.

جدول (٨): التوزيع النسبي للتقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات العارضة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

رقم	مستوى الدلالة	٢ ك	المجموع = (العدد الكلى = ٧٩)		مقاطع اليوتيوب				التقنيات المستخدمة
					مقاطع عشوائية (العدد = ٥٧)		قناة خمسة بالمصرى (العدد = ٢٢)		
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧			٢,٨٠	١٢	١,٩٥	٦	٤,٩٦	٦	رسوم متحركة
٥			١٧,٩٥	٧٧	١٨,٥١	٥٧	١٦,٥٣	٢٠	فيديوهات للأعمال الدرامية ذات مضامين سياسية مصحوبة بكلمات تعبر عن وجهات النظر
٦			٥,٥٩	٢٤	٥,٥٢	١٧	٥,٧٩	٧	الفلش
١	٠,٠٠١	٨٦,٨٣	١٨,٤١	٧٩	١٨,٥١	٥٧	١٨,١٨	٢٢	أرشيف لمقاطع الفيديوهات المتناولة للقضايا السياسية الساخرة عينة الدراسة
١ مكرر			١٨,٤١	٧٩	١٨,٥١	٥٧	١٨,١٨	٢٢	خدمة مشاركة مقاطع الفيديوهات السياسية الساخرة للأصدقاء
١ مكرر			١٨,٤١	٧٩	١٨,٥١	٥٧	١٨,١٨	٢٢	خدمة التعليقات على مقاطع الفيديو
١ مكرر			١٨,٤١	٧٩	١٨,٥١	٥٧	١٨,١٨	٢٢	خدمة جعل مقاطع الفيديو عامة للجميع
			١٠٠ %	٤٢٩	١٠٠ %	٣٠٨	١٠٠ %	١٢١	المجموع



شكل (٨): التوزيع النسبي للتقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات العارضة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

- يوضح الجدول (٨) والشكل البياني (٨) التوزيع النسبي للتقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات العارضة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر والتي جاءت على النحو التالي:
- قناة خمسة بالمصرى: جاء كل من أرشيف لمقاطع الفيديوهات المتناولة للقضايا السياسية الساخرة عينة الدراسة، خدمة مشاركة مقاطع الفيديوهات السياسية الساخرة للأصدقاء، خدمة التعليقات على مقاطع الفيديو، وخدمة جعل مقاطع الفيديو عامة للجميع الأعلى بنسبة (١٨,١٨%) لكل منها، يليها فيديوهات للأعمال الدرامية ذات مضامين سياسية مصحوبة بكلمات تعبر عن وجهات النظر (١٦,٥٣%).
 - مقاطع عشوائية: جاء فيديوهات للأعمال الدرامية ذات مضامين سياسية مصحوبة بكلمات تعبر عن وجهات النظر، أرشيف لمقاطع الفيديوهات المتناولة للقضايا السياسية الساخرة عينة الدراسة، خدمة مشاركة مقاطع الفيديوهات السياسية الساخرة للأصدقاء، خدمة التعليقات على مقاطع الفيديو، وخدمة جعل مقاطع الفيديو عامة للجميع الأعلى بنسبة (١٨,٥١%) لكل منها.
- وتبين وجود فروق دالة احصائياً بين التقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات بنوعها العارضة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٨٦,٨٣) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاء كل من أرشيف لمقاطع الفيديوهات المتناولة للقضايا السياسية الساخرة عينة الدراسة، خدمة مشاركة مقاطع الفيديوهات السياسية الساخرة للأصدقاء، خدمة التعليقات على مقاطع الفيديو، وخدمة جعل مقاطع الفيديو عامة للجميع الأعلى، يليها فيديوهات للأعمال الدرامية ذات مضامين سياسية مصحوبة بكلمات تعبر عن وجهات النظر.

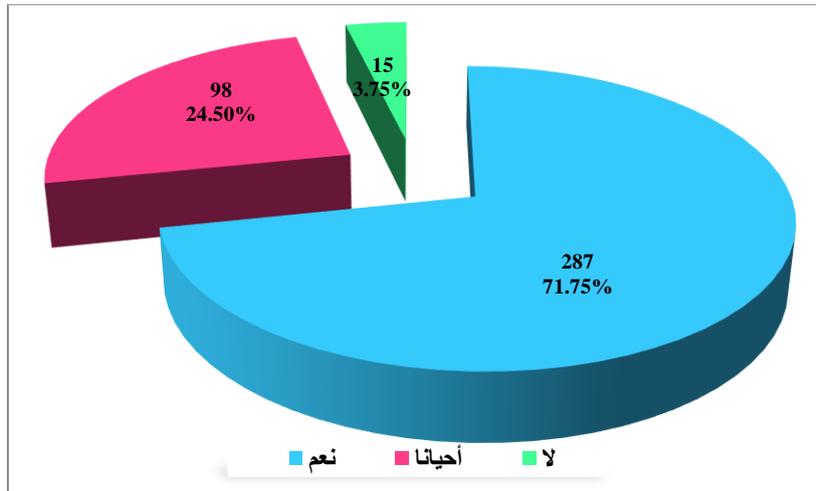
نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: معدل استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي

١. هل أنت من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها؟

جدول (٩): التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها.

الترتيب	اتجاه الآراء	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الاستجابة
الأول	نعم	٢,٦٨	٧١,٧٥%	٢٨٧	نعم
الثاني			٢٤,٥٠%	٩٨	أحياناً
الثالث			٣,٧٥%	١٥	لا
			١٠٠%	٤٠٠	المجموع



شكل (٩): يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها

من الجدول (٩) والشكل البياني (٩) يتبين:

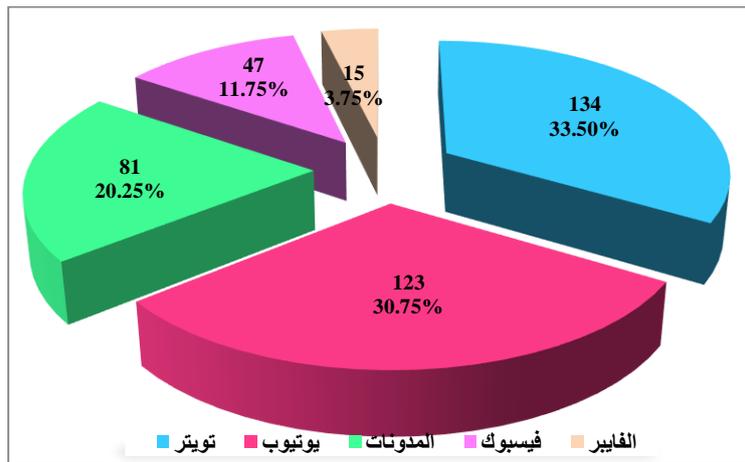
- ١- أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة وجاء في المرتبة الأولى أن النسبة الأكبر (٧١,٧٥%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها لمتابعة الأحداث الجارية، وبلغ المتوسط الحسابي للاستجابات (٢,٦٨)، ووقعت الاستجابات في مستوى "نعم"، وإن دل ذلك دل علي إنه لايمكن التخلي عنها أو البعد عن التعامل معها لو لم يكن بصفة يومية وهذا نظراً لتلبية الكثير من الأحتياجات وإرضاء الكثير من الدوافع ولعل أهمها :
 - مجارة الأحداث السياسية الجارية .

- الاستزادة بالمعلومات عن الأخبار والقضايا السياسية المعاصرة
- شبكات التواصل الاجتماعي أداة عاكسة للقضايا الاجتماعية والسياسية مما يساعد عينة الدراسة (الشباب الجامعي) علي إدراك الواقع السياسي.
- ٢- في حين جاء في المرتبة الثانية أن (أحياناً) مايتعرض عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة (٢٤,٥%).
- ٣- ثم جاء في المرتبة الثالثة (لا) وهي القلة للذين لايتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة(٣,٧٥).

٢. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل الدخول عليها باستمرار؟

جدول (١٠): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلون الدخول عليها باستمرار.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	المواقع المفضلة
الأول	٣٣,٥٠%	١٣٤	تويتر
الثاني	٣٠,٧٥%	١٢٣	يوتيوب
الثالث	٢٠,٢٥%	٨١	المدونات
الرابع	١١,٧٥%	٤٧	فيسبوك
الخامس	٣,٧٥%	١٥	الفايبر
	١٠٠%	٤٠٠	المجموع



شكل (١٠): يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حول أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلون الدخول عليها باستمرار.

من الجدول (١٠) والشكل البياني (١٠) يتبين التالي:

- يوجد فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة الدراسة (الشباب الجامعي) في المواقع الأكثر تفضيلاً لديهم حيث جاء في المرتبة الأولى أن موقع تويتر بنسبة (٣٣,٥٠%).
 - يليه في المرتبة الثانية موقع يوتيوب بنسبة (٣٠,٧٥%).
 - ثم وجاء موقع فايبر أقل موقع تفضيلاً بنسبة (٣,٧٥%).
- تري الباحثة أن تفضيل عينة الدراسة لتلك الشبكات نابع من خصائص كل وسيلة تميزها عن غيرها مما جعلها لها الأولوية بين باقي الشبكات حيث أن اليوتيوب له خصائص مثيرة وهو انه وسيلة تقدم المضامين معروضة مدعمة بصوت وصورة وحركة مدعمة أيضاً بإمكانية الإعجاب والتعليق والمشاركة لمقاطع الفيديو، كما أن تويتر شبكة ومنصة اجتماعية لها مميزاتها فهو ساحة لعرض كافة الآراء اتجاه القضايا السياسية علي وجه الخصوص.

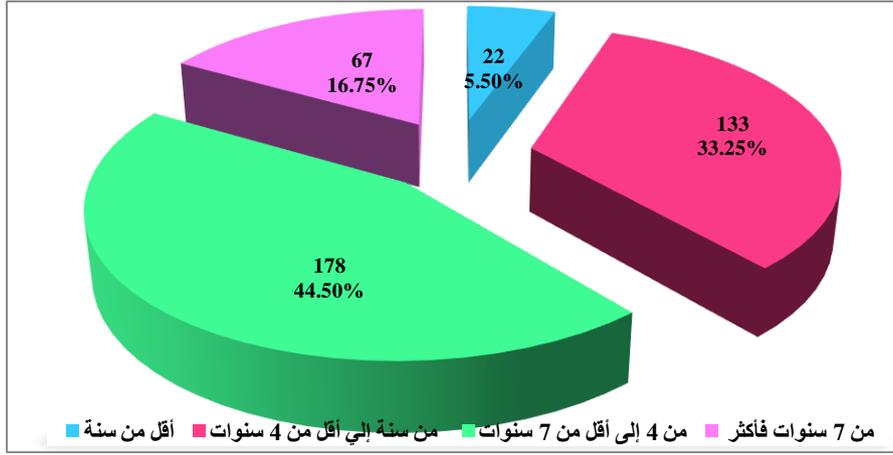
اتفقت هذه الدراسة مع دراسة ريم الجابري (٢٠١٧) في أن تويتر يعد من أكثر المواقع استخداماً من جانب الشباب الجامعي وذلك بنسبة (٤٥,٩٠%). (ريم الجابري ، ٢٠١٧: ص ١٧٨)

كما تري الباحثة إن هذه الدراسة اختلفت مع دراسة كلاً من (عبد السلام عبد الحميد ، ٢٠٢١ : ص ٩٠) الذي يعد فيها الفيسبوك هو أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً من قبل الشباب الجامعي ، كما اختلفت مع دراسة (رنا مصطفى محمود زين الدين ، ٢٠١٨ : ص ٨٠) حيث جاء اليوتيوب في المرتبة الأولى في حين جاء تويتر في المرتبة الأولى في الدراسة التي نحن بصدددها.

٣. منذ كم سنة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب)؟

جدول (١١): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول سنوات استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب).

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	سنوات الاستخدام
الرابع	٥,٥٠%	٢٢	أقل من سنة
الثاني	٣٣,٢٥%	١٣٣	من سنة إلي أقل من ٤ سنوات
الأول	٤٤,٥٠%	١٧٨	من ٤ إلى أقل من ٧ سنوات
الثالث	١٦,٧٥%	٦٧	من ٧ سنوات فأكثر
	١٠٠%	٤٠٠	المجموع



شكل (١١): يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حول سنوات استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب).

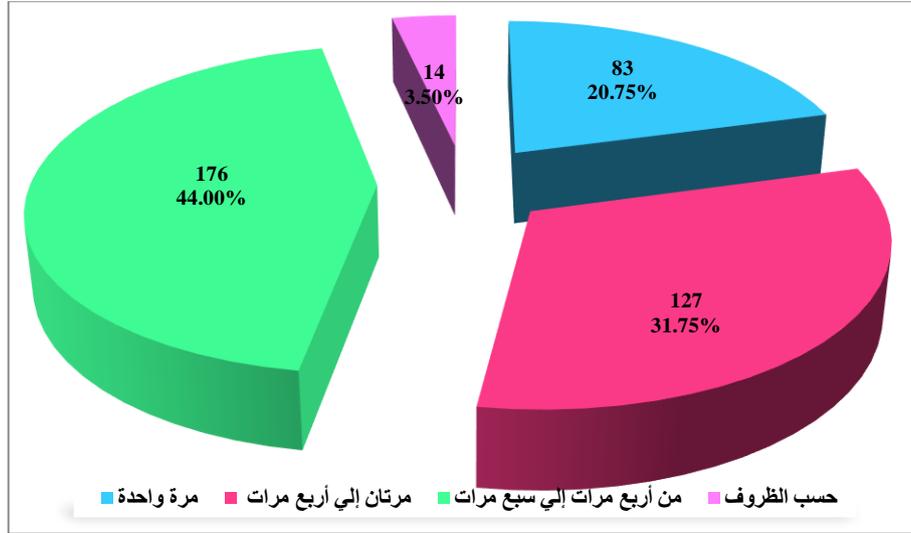
من الجدول (١١) والشكل البياني (١١) يتبين التالي:

- هناك فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة الدراسة أن نسبة (٤٤,٥٠%) من أفراد عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) من ٤ إلى أقل من ٧ سنوات محققة بذلك المرتبة الأولى.
- وأفاد نسبة (٣٣,٢٥%) أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) من سنة إلى أقل من ٤ سنوات محققة بذلك المرتبة الثانية.
- ثم جاء في المرتبة الثالثة أن نسبة (١٦,٧٥%) أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) من ٧ سنوات فأكثر.
- ثم جاء في المرتبة الرابعة أن نسبة (٥,٥٠%) أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) أقل من سنة.

٤. كم مرة تتعرض لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) في الأسبوع ؟

جدول (١٢): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول عدد مرات التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) في الأسبوع.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	عدد المرات
الثالث	٢٠,٧٥%	٨٣	مرة واحدة
الثاني	٣١,٧٥%	١٢٧	مرتان إلى أربع مرات
الأول	٤٤,٠٠%	١٧٦	من أربع مرات إلى سبع مرات
الرابع	٣,٥٠%	١٤	حسب الظروف
	١٠٠%	٤٠٠	المجموع



شكل (١٢): يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حول عدد مرات التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) في الأسبوع.

من الجدول (١٢) والشكل البياني (١٢) يتبين التالي:

- هناك فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (الشباب الجامعي) حيث أن نسبة (٤٤%) من أفراد عينة الدراسة يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) في الأسبوع من أربع مرات إلى سبع مرات محققة بذلك المرتبة الأولى.
- وأفاد نسبة (٣١,٧٥%) أنهم يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) في الأسبوع من مرتان إلى أربع مرات محققة بذلك المرتبة الثانية.
- وأن نسبة (٢٠,٧٥%) أنهم يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) في الأسبوع مرة واحدة محققة بذلك المرتبة الثالثة.
- وأن نسبة (٣,٥٠%) أنهم يتعرضون لشبكات التواصل الاجتماعي (تويتر - يوتيوب) حسب الظروف محققة بذلك المرتبة الرابعة.

تري الباحثة أن كلما زاد تعرض عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي كلما أتاح لهم ذلك الأطلاع

أكثر علي كافة المضامين السياسية الساخرة المتناولة لأهم القضايا والعاكسة للواقع السياسي في مصر.

أتقت هذه الدراسة مع دراسة (نورهان محمد أحمد، ٢٠١٨: ص ٥٧) في أن الشباب الجامعي

يقضون أكثر أوقاتهم علي شبكات التواصل الاجتماعي للحصول علي المعلومات السياسية وذلك بنسبة

(٦٢%)، كما أختلفت هذه الدراسة التي نحن بصددنا مع ذات الدراسة في حيث ان الشباب الجامعي في

دراسة نورهان يعتمدون علي الفيسبوك في حين ان الدراسة التي نحن بصددھا تعتمد علي يوتيوب وتيتر كوسيلة اجتماعية للحصول علي المعلومات السياسية.

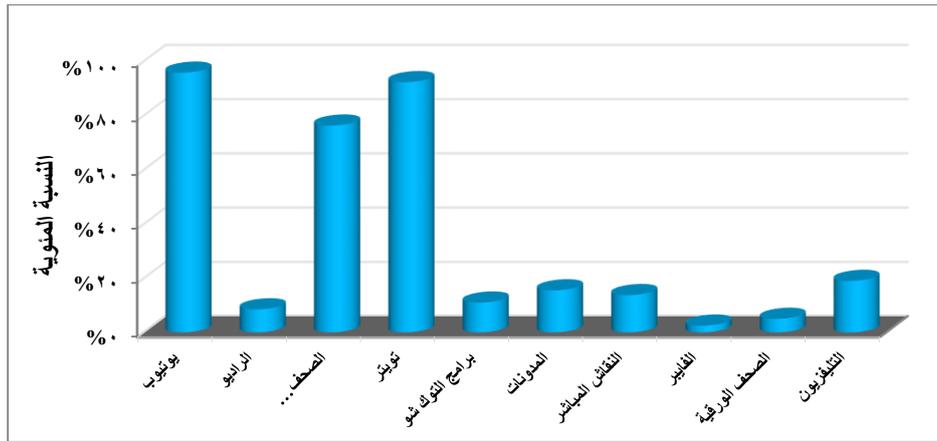
ثانياً: مدى تغطية شبكات التواصل الاجتماعي للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

٥. ما طرق حصولك علي المعلومات السياسية التي تعكس الواقع السياسي في مصر؟

جدول (١٤): التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول طرق حصولك علي

المعلومات السياسية التي تعكس الواقع السياسي في مصر.

الترتيب	النسبة المئوية (عينة الدراسة = ٤٠٠)	النسبة المئوية (من مجموع التكرارات)	التكرارات	طرق الحصول علي المعلومات السياسية
الأول	%٩٥,٧٥	%٢٨,٢٠	٣٨٣	يوتيوب
الثامن	%٨,٥٠	%٢,٥٠	٣٤	الراديو
الثالث	%٧٦,٢٥	%٢٢,٤٦	٣٠٥	الصحف الالكترونية
الثاني	%٩٢,٢٥	%٢٧,١٧	٣٦٩	تويتر
السابع	%١١,٠٠	%٣,٢٤	٤٤	برامج التوك شو
الخامس	%١٥,٥٠	%٤,٥٧	٦٢	المدونات
السادس	%١٣,٧٥	%٤,٠٥	٥٥	النقاش المباشر
العاشر	%٢,٥٠	%٠,٧٤	١٠	الفايبر
التاسع	%٥,٠٠	%١,٤٧	٢٠	الصحف الورقية
الرابع	%١٩,٠٠	%٥,٦٠	٧٦	التلفزيون
	%٣٣٩,٥٠	%١٠٠	١٣٥٨	المجموع



شكل (١٤): يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حول طرق حصولك علي المعلومات

السياسية التي تعكس الواقع السياسي في مصر .

من الجدول (١٤) والشكل البياني (١٤) يتبين التالي:

- يوجد فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة الدراسة (الشباب الجامعي) أن نسبة (٩٥,٧٥%) يستخدمون اليوتيوب كأفضل طرق للحصول علي المعلومات السياسية التي تعكس الواقع السياسي في مصر .

- يليه تويتر في المرتبة الثانية بنسبة (٩٢,٢٥%).

- ثم في المرتبة الثالثة جاءت الصحف الالكترونية بنسبة (٧٦,٢٥%).

ثم جاءت باقي الوسائل الأخرى للحصول علي المعلومات السياسية التي تعكس الواقع السياسي في مصر . تري الباحثة أن هذه الدراسة اتفقت مع (سمية حوراسي، ٢٠١٨، ٢١٣) في الاعتماد علي شبكات التواصل الاجتماعي للحصول علي المعلومات السياسية حول الاحداث السياسية الجارية بنسبة (٧٠%) لموقعي تويتر ويوتيوب .

في حين أختلفت مع دراسة (نورهان محمد أحمد، ٢٠١٨، ٦٦) حيث ان دراسة نورهان تعتمد عينة الدراسة في حصولها علي المعلومات السياسية علي الفيسبوك.

النتائج العامة للبحث

(١) تبين وجود فروق دالة احصائياً بين فئات الموضوعات في مقاطع اليوتيوب بنوعها موضع الدراسة، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٧٥,٦٠) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت السخرية من الأوضاع الجارية، وطرح الآراء لوجهات النظر التي تعكس الواقع السياسي بمصر الأعلى، يليهما الموضوعات السياسية، ثم الموضوعات الاجتماعية.

- (٢) كما تبين وجود فروق دالة احصائياً بين التعليقات النصية Text Comment حول المضامين النصية الساخرة (بمقاطع الفيديو بنوعها) في اليوتيوب موضحة مدى انعكاس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٧٦,٥٣) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت تعليقات نصية بكلمات تهكم، وتعليقات بروابط لفيديوهات مشابهة الأعلى، يليهما التعليقات بنكتة أو صورة سياسة ساخر
- (٣) كما توصل البحث لوجود فروق دالة احصائياً بين عدد تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو بنوعها المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٨٠,٠٢) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت التعليقات من ٥٠ إلى ١٠٠ الأعلى، يليهما التعليقات أقل من ٥٠، ثم التعليقات من ١٠٠ إلى ٢٥٠.
- (٤) وتوصل لوجود فروق دالة احصائياً بين طبيعة تعليقات الشباب الجامعي حول مقاطع الفيديو بنوعها المتناولة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٤٨,٠٨) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت الآراء ووجهات نظر، ونقد الآراء الحكومية الأعلى، يليهما نقد الداخلية، ونقد الأوضاع الاقتصادية، ثم السب واستخدام ألفاظ غير لائقة والاستتكار.
- (٥) كما تبين وجود فروق دالة احصائياً بين اللغات المستخدمة في تعليقات الشباب الجامعي، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٨٣,١١) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاءت كل من اللغة العربية العامية، ولغة الانترنت الأكثر استخداماً.
- (٦) وايضاً تبين وجود فروق دالة احصائياً بين الفيديوهات بنوعها ذات مضامين سياسية ساخرة بموقع اليوتيوب تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٦٢,٨٩) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاء فيديو هزلي لقضية سياسية معروضة على الساحة الاعلامية في مصر الأعلى، يليه فيديو لمواقف درامية كوميدية تناول قضايا سياسية تعكس الواقع السياسي في مصر، ثم فيديو كومكس كرتون تتناول قضايا سياسية معاصرة تهم الشباب الجامعي.
- (٧) كما أتضح وجود فروق دالة احصائياً بين التقنيات المستخدمة بمقاطع الفيديوهات بنوعها العارضة للمضامين السياسية الساخرة التي تعكس الواقع السياسي في مصر، حيث بلغت قيمة "كا^٢" (٨٦,٨٣) ومستوى الدلالة (٠,٠٠١)، وجاء كل من أرشيف لمقاطع الفيديوهات المتناولة للقضايا السياسية الساخرة عينة الدراسة، خدمة مشاركة مقاطع الفيديوهات السياسية الساخرة للأصدقاء، خدمة التعليقات على مقاطع الفيديو، وخدمة جعل مقاطع الفيديو عامة للجميع الأعلى، يليها فيديوهات للأعمال الدرامية ذات مضامين سياسية مصحوبة بكلمات تعبر عن وجهات النظر.
- (٨) حيث تبين استخدام أكثر من لون في مقاطع اليوتيوب (قناة خمسة بالمصري - مقاطع عشوائية) بنسبة (١٠٠%) لكل منهما.

توصيات البحث :

- (١) ضرورة الاهتمام بعمل دورات توعية للشباب الجامعي توعيتهم من مخاطر التيارات السياسية المستغلة لعقليات هؤلاء الشباب .
- (٢) إجراء دراسات تجريبية تخدم المجال السياسي القائم من أجل دعمه اتجاه أي انحرافات مستغلة لتقنيات وشبكات التواصل الاجتماعي الحديثة .
- (٣) ضرورة عمل دورات تدريبية للشباب الجامعي تعلمهم كيفية التعامل مع موقع اليوتيوب وتحقيق الأرباح الفكرية وليست الأرباح المادية فقط .
- (٤) ضرورة إطلاق العنان للكوادر الشبابية الإيجابية داخل المجتمع ودعمهم بشكل إيجابي لمساعدتهم لنقل الواقع السياسي بشكل سليم .
- (٥) عمل برامج توعية سياسية للشباب الجامعي لتساعدتهم في إدراك الواقع السياسي القائم في مصر بشكل سليم دون انجراف وراء التيارات الإرهابية .

المراجع

- (١) أحلام الدمرداش . " تنمية اتجاهات الشباب نحو العمل في المشروعات الانتاجية الصغيرة " رساله ماجستير غير منشورة ، جامعة حلوان : كلية الخدمة الاجتماعية ، ٢٠٠٠ .
- (٢) أية صلاح : " تعرض الجمهور لمقاطع فيديو مجلس النواب على اليوتيوب وعلاقته بتشكيل المعرفة السياسية لديهم " ، رساله دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، ٢٠٢٢ .
- (٣) أيمن أحمد فرج إبراهيم : " الشائعات والوعي السياسي لدي الشباب مرتادي اليوتيوب " دراسة ميدانية في مدينة كفر الشيخ " ، جامعة بنها : كلية الآداب ، ٢٠٢٠ .
- (٤) حازم حميد ابو حميد : " معالجة فن الكاريكاتير في الصحافة الفلسطينية للعدوان الإسرائيلي في غزة ٢٠١٤ " . رساله ماجستير غير منشورة ، الجامعة الاسلامية بغزة : كلية الآداب ، ٢٠١٥ .
- (٥) ريهام علي نوير . " استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة علي اليوتيوب وعلاقته باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية " رساله دكتوراه منشورة ، مجلة البحوث الإعلامية : جامعة الأزهر ، العدد ٥٤ ، ٢٠٢٠ .
- (٦) سمية حوداسي : " جدالية دور مواقع التواصل الاجتماعي : بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي " رساله دكتوراه منشورة ، الجزائر : جامعة باتنة : مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية ، مركز جيل البحث العلمي ، العدد-١٧ ، ٢٠١٨ .

- (٧) سمية حوراس : "جدلية دور مواقع التواصل الاجتماعي بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي داخل المجتمع العربي " ، رسالة ماجستير منشورة ، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية - العدد ٣٢ ، ٢٠١٨ .
- (٨) سمير محمد حسين . "تطبيقات مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام " ط٢ ، القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٦ .
- (٩) عراك غانم محمد : " السلوك العدواني في مواقع التواصل الاجتماعي " ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة بغداد : كلية الفارابي ، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية - العدد: ١٥ ، ٢٠٢٠ .
- (١٠) مارينا إبراهيم مخائيل نخلة : " دور مواقع التواصل الاجتماعي و إذاعات الإنترنت في سلوك تكامل الشخصية لدى ذوى الإعاقة " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠٢١ .
- (١١) محمد عيسى شحاتيت ، عبدالغفور ابراهيم احمد . "أساليب البحث العلمي " ، ط١ ، عمان : دار امنه للنشر والتوزيع ، ٢٠١٣ .
- (١٢) محمود حمدي عبد القوي : " خطاب صراع الأفكار بين جماعات الاسلام السياسي والأزهر بشأن الحاكمة عبر موقع اليوتيوب وعلاقته بتوجيه تفاعلات الجمهور بشأنها : دراسة في إطار نظرية أفعال الكلام " ، رسالة دكتوراه منشورة ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق ، العدد ٥٠ ، ٢٠١٩ .
- (١٣) هناء حفناوي يوسف : " ثقافة العمل التطوعي التي يتضمنها موقع اليوتيوب : دراسة تحليلية " ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام قسم الإذاعة ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون ، العدد ١٣ ، ٢٠١٨ .
- مواقع الإنترنت**

14) <https://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=5/1/2021>

15) <https://ar.wikipedia.org/wiki>

Abstract:

The aim of the research is to find out the most issues dealt with by the videos on YouTube, the nature of the videos that reflect the political reality in Egypt, and the nature of the comments that university youth comment on the satirical political contents presented on the YouTube site .The researcher relied on the survey method: (sample survey) in order to monitor and analyze the satirical political contents. Within the framework of this approach, the researcher used the (analytical method), which aims to depict and analyze the characteristics of a specific category or group that is predominantly defined, or to study the current facts related to the nature of the phenomenon .The researcher also analyzed the satirical political contents presented in a sample of videos specialized in presenting political issues on YouTube, and dealing with satirical contents about political issues and events, where that sample is selected and arranged according to the volume of university youth turnout for it and mentioned it according to this arrangement, as it is chosen according to their active interaction with it. The sample of the analytical study was to choose a random sample of video clips dealing with satirical political content.

The research reached a set of results, the most important of which are:-

- 1) It was found that there were statistically significant differences between the categories of subjects in the two types of YouTube clips under study, where the value of "Ka2" was (75.60) and the level of significance was (0.001). Political issues, then social issues .
- 2) It was found that there were statistically significant differences between the text comments about the satirical text contents (both video clips) on YouTube, indicating the extent of the reflection of the political reality in Egypt, as the value of "Ka2" was (76.53) and the level of significance was (0.001). Text comments came with words Sarcasm, and comments with links to similar videos above, followed by comments with a joke or an image of satirical politics. It was found that there were statistically significant differences between the number of university youth's comments about the two types of video clips dealing with satirical political contents that reflect the political reality in Egypt, where the value of "Ka2" was (80.02) and the significance level was (0.001), and the comments came from 50 to 100 the highest. Followed by comments less than 50, and then comments from 100 to 250.
- 3) It was found that there were statistically significant differences between the nature of the university youth's comments about the two types of video clips dealing with satirical political contents that reflect the political reality in Egypt, where the value of "Ka2" was (48.08) and the level of significance was(0.001).
- 4) Key words: Satirical political content – YouTube - Perception of political reality - University youth