مجلة
الدراسات السياسية والاقتصادية
Journal of Political and Economic Studies
Faculty of Politics and Economics
Suez University

مجلة علمية محكمة
(نصف سنوية)
تصدر عن
كلية السياسة والاقتصاد
جامعة السويس

تأسست المجلة عام 2021

print Issn :2805-3028

ONLINE ISSN :2805-3036

https://psej.journals.ekb.eg/

السنة (٤)

العدد (١)

الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها
وليست مسئولية كلية السياسة و الاقتصاد جامعة السويس

الترقيم الدولى الموحد للطباعة :3028-2805
الترقيم الدولى الموحد الإلكترونى :3036-2805

مجلة الدراسات السياسية والاقتصادية
Journal of Political and Economic Studies

مجلة علمية متخصصة في الشئون السياسية والاقتصادية

مجلة معتمدة من بنك المعرفة المصري

موقع المجلة على بنك المعرفة المصري
https://psej.journals.ekb.eg

تنشر الأعداد تباعًا على موقع دار المنظومة.

العدد (١) - السنة (٤)

تصدر نصف سنويًا

تأسست المجلة عام 2021

مدير التحرير
ا.د/ أحمد سعيد البكل

رئيس التحرير
ا.د/ أحمد محمود جلال

رئيس مجلس الا دارة
ا.د/ نيبال عز الدين عبد البارى

إنعكاسات مشاهدة الجمهور للقضايا السياسية على تشكيل توجهات الرأي العام

د.عبدالله بن صالح الدوسري

ملخص

أدى التحول التكنولوجي إلى استهلاك الأخبار وتفاعل الجمهور معها، وأثر بشكل مباشر على تكوين وفهم الآراء السياسية ، حيث يقوم المحررون والصحفيون بتقديم الأخبار والتحليلات، ويستقبل الجمهور هذه المعلومات بشكل سلبي دون وجود فرص كبيرة للتفاعل أو النقاش. ورغم محدودية التفاعل، كانت هذه الوسائل قادرة على تشكيل الرأي العام وتوجيهه نحو قضايا محددة من خلال التأكيد على موضوعات معينة وتقديمها بطرق معينة ، وتعتمد الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات ، وترتيب الأولويات ، وتنتمى هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف تحليل الظاهرة بهدف الحصول علي معلومات دقيقة وكافية ، وتفسير، وتحليل البيانات ، واستخلاص الدلالات ، والنتائج ، وعلي منهج المسح الإعلامي بهدف الحصول علي وصف للظاهرة موضوع الدراسة وتحليل بياناتها ، من خلال مسح الشباب من عينة الدراسة الميدانية، وتوصلت إلى كلما زاد معدل استخدام المنصات الإعلامية كلما قل معدل الثقة في المعلومات التي توفرها، كما توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين العوامل المؤثرة علي فاعلية دور المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى السياسى ، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين العوامل المؤثرة علي فاعلية دور المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى السياسى (الثقافة ، الحقوق والمسئوليات ، المشاركة السياسية ، الانتماء الوطني)

الكلمات المفتاحية :

القضايا السياسية – الرأي العام – الجمهور المصري

Abstract

The technological transformation has led to the consumption of news and the audience's interaction with it and has directly affected the formation and understanding of political opinions, as editors and journalists provide news and analysis, and the audience receives this information passively without much opportunity for interaction or discussion. Despite the limited interaction, these means were able to shape public opinion and direct it towards specific issues by emphasizing certain topics and presenting them in certain ways. The study is based on the theory of uses and gratifications, and prioritization. This study belongs to descriptive studies that aim to analyze the phenomenon with the aim of obtaining accurate and sufficient information, interpreting and analyzing data, extracting implications and results, and on the media survey method with the aim of obtaining a description of the phenomenon that is the subject of the study and analyzing its data, by surveying youth from the field study sample. It was concluded that the higher the rate of use of media platforms, the lower the rate of confidence in the information they provide. There is also a statistically significant correlation between the factors affecting the effectiveness of the role of media platforms and enhancing political awareness. There is a statistically significant correlation between the factors affecting the effectiveness of the role of media platforms and enhancing political awareness (culture, rights and responsibilities, political participation, national affiliation)

Keywords:
Political issues - public opinion - Egyptian public

مقدمة

تلعب وسائل الإعلام الإخباري دورًا محوريًا في تشكيل الثقافة السياسية للأفراد، حيث تُعتبر المصدر الأساسي للمعلومات حول القضايا السياسية والأحداث العالمية. مع تطور التكنولوجيا وانتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الوصول إلى الأخبار أسهل وأسرع من أي وقت مضى. هذا التحول التكنولوجي أدى إلى تغيير جذري في كيفية استهلاك الأخبار وتفاعل الجمهور معها، وأثر بشكل مباشر على تكوين وفهم الآراء السياسية.

في السابق، كانت الوسائل الإعلامية التقليدية مثل الصحف، والإذاعة، والتلفزيون هي القنوات الرئيسية التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعلومات السياسية. كانت هذه الوسائل تعتمد على نموذج البث أحادي الاتجاه، حيث يقوم المحررون والصحفيون بتقديم الأخبار والتحليلات، ويستقبل الجمهور هذه المعلومات بشكل سلبي دون وجود فرص كبيرة للتفاعل أو النقاش. ورغم محدودية التفاعل، كانت هذه الوسائل قادرة على تشكيل الرأي العام وتوجيهه نحو قضايا محددة من خلال التأكيد على موضوعات معينة وتقديمها بطرق معينة.

ومع تقدم التكنولوجيا وظهور الإنترنت، حدثت طفرة هائلة في كيفية استهلاك الأخبار وتداول المعلومات السياسية. بات الجمهور اليوم قادرًا على الوصول إلى الأخبار الفورية من مصادر متعددة ومتنوعة، بدءًا من المواقع الإخبارية الرسمية إلى منصات التواصل الاجتماعي. هذا في العصر الرقمي، أصبح الإعلام الإخباري قادرًا على الوصول إلى جمهور عالمي على مدار الساعة. لم يعد الجمهور مقتصرًا على الأخبار المحلية أو الوطنية، بل أصبح بإمكانهم متابعة الأحداث السياسية في مختلف أنحاء العالم بشكل لحظي. هذا الانتشار الواسع لوسائل الإعلام أتاح فرصًا أكبر للجمهور لفهم السياسات العالمية والإقليمية والمحلية. ومع ذلك، فإنه يثير مخاوف حول مدى تأثير هذا الكم الهائل من المعلومات على قدرة الأفراد على استيعاب وتحليل الأحداث السياسية بشكل صحيح

إحدى القضايا الرئيسية التي تواجهها وسائل الإعلام الحديثة هي مدى دقة وموضوعية الأخبار التي يتم تداولها عبر الإنترنت، خاصة في ظل انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة. بينما توفر المنصات الرقمية مصادر متنوعة للمعلومات، فإنها قد تسهم أيضًا في

تضليل الجمهور وتشكيل تصورات خاطئة حول الأحداث السياسية. على سبيل المثال، تساهم الخوارزميات التي تعتمدها منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز "فقاعات الترشيح" (Filter Bubbles) التي تجعل الأفراد يتعرضون فقط للمعلومات التي تتماشى مع آرائهم المسبقة، مما يعزز الانقسام السياسي ويقلل من إمكانية النقاش المفتوح والمتنوع حول القضايا الهامة بالإضافة إلى ذلك، فإن استهلاك الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي يختلف عن استهلاك الأخبار عبر الوسائل التقليدية من حيث السرعة والمحتوى. يتميز الإعلام الرقمي بسرعة نشر الأخبار وتداولها، مما يجعل الأفراد يتعرضون للأخبار بشكل فوري ومتواصل. ورغم أن هذا التدفق المستمر للمعلومات يوفر الفرصة للبقاء على اطلاع دائم، إلا أنه قد يؤدي أيضًا إلى حالة من التشويش الزائد أو الإشباع الإعلامي، حيث يجد الأفراد صعوبة في تحليل المعلومات بشكل عميق واتخاذ قرارات مبنية على معرفة وافية في المقابل، يظل للإعلام التقليدي دوره المهم في تشكيل الرأي العام، خصوصًا في الدول التي ما زالت تعتمد على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر رئيسي للأخبار. تتميز وسائل الإعلام التقليدية بمستوى معين من الضبط التحريري والمعايير المهنية التي تضمن في الغالب تقديم معلومات دقيقة وموثوقة. ومع ذلك، تواجه هذه الوسائل تحديات كبيرة في مواكبة التطور الرقمي وجذب الجمهور الأصغر سنًا الذي يميل بشكل متزايد إلى استهلاك الأخبار عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي ، من ناحية أخرى، يمكن القول إن الوسائل الإعلامية الرقمية قدمت فرصًا كبيرة لتعزيز التفاعل السياسي والمشاركة الديمقراطية. فالجمهور اليوم لم يعد مجرد مستهلك سلبي للمعلومات، بل أصبح مشاركًا نشطًا في النقاشات العامة حول السياسة والقضايا الاجتماعية. توفر وسائل التواصل الاجتماعي، على وجه الخصوص، مساحة للجمهور للتعبير عن آرائهم والتفاعل مع السياسيين وصناع القرار بشكل مباشر، مما يعزز من الشعور بالمشاركة والانخراط في العملية السياسية.إلا أن هذه المشاركة السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد تكون سلاحًا ذا حدين. فبينما تعزز هذه المنصات من قدرة الأفراد على المشاركة والتعبير عن آرائهم، فإنها قد تسهم أيضًا في انتشار الاستقطاب السياسي. حيث إن الأفراد يميلون إلى التفاعل مع المحتوى الذي يتوافق مع معتقداتهم المسبقة، مما يؤدي إلى تشكل "غرف الصدى" (Echo Chambers) التي تعزز من

الانقسامات السياسية وتقلل من فرص الحوار المفتوح بين الأطراف المختلفة.تُظهر الأبحاث أن العلاقة بين استهلاك الأخبار عبر الوسائل الإعلامية الرقمية وتكوين الثقافة السياسية معقدة ومتعددة الأبعاد. فعلى الرغم من أن وسائل الإعلام الحديثة تسهم في زيادة الوعي بالقضايا السياسية، إلا أنها قد تؤدي في بعض الأحيان إلى تعزيز التصورات المغلوطة أو تضليل الجمهور. يعتمد تأثير وسائل الإعلام الإخباري على مجموعة من العوامل، بما في ذلك نوع الوسيلة الإعلامية، ومصدر المعلومات، ومدى تفاعل الجمهور مع المحتوى.في النهاية، يمكن القول إن وسائل الإعلام الإخباري تلعب دورًا أساسيًا في تشكيل الثقافة السياسية، لكن تأثيرها يعتمد بشكل كبير على كيفية استهلاك الجمهور للمعلومات وتفاعله معها. يتطلب فهم هذا التأثير تحليلًا دقيقًا للعوامل التي تؤثر على استهلاك الأخبار، بما في ذلك الفروق بين الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة، وأهمية التحقق من المعلومات والتفاعل الواعي مع الأخبار. من خلال ذلك، يمكن تحقيق توازن بين الفائدة الكبيرة التي توفرها وسائل الإعلام الحديثة في تعزيز المعرفة السياسية والمشاركة الديمقراطية، وبين التحديات التي تفرضها في مجال ضبط المعلومات وتفادي تضليل الجمهور.

المشكلة البحثية :

في ظل التحولات الهائلة التي شهدها مجال الإعلام الإخباري، أصبح من الواضح أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يعد أمرًا لا يمكن تجاهله. سواء كانت هذه الوسائل تقليدية مثل التلفزيون والصحف أو حديثة مثل الإنترنت والشبكات الاجتماعية، فإن التفاعل اليومي مع الأخبار يؤثر بشكل كبير على فهم الأفراد للواقع السياسي، وطريقة تفاعلهم مع الأحداث والقضايا العامة. لكن رغم هذا التأثير الواضح، فإن العلاقة بين استهلاك الأخبار وتكوين الثقافة السياسية ليست بسيطة أو مباشرة، بل تتسم بالتعقيد وتختلف من شخص لآخر بناءً على مجموعة من العوامل، مثل نوعية الوسيلة الإعلامية، مصدر الأخبار، ومدى تعرض الفرد لهذه المعلومات ، والمشكلة الرئيسية تتمثل في التباين الواضح في تأثير وسائل الإعلام الإخباري على الثقافة السياسية للأفراد. على الرغم من أن التعرض للأخبار بشكل مستمر يُعتقد بأنه يؤدي إلى زيادة وعي الجمهور بالقضايا السياسية وتشجيعهم على المشاركة في

الحياة العامة، إلا أن الواقع يكشف عن جوانب أخرى من هذا التأثير. فقد يؤدي التدفق الإعلامي الكثيف والمتنوع إلى تشويش الجمهور بدلاً من توضيح الأمور، خاصة إذا كانت هذه الأخبار غير دقيقة أو متحيزة ، من بين التحديات التي تواجه الجمهور في عصر المعلومات الحالي هو الكم الهائل من الأخبار والمعلومات التي تصل إليهم من مصادر متعددة. في الماضي، كان الأفراد يعتمدون بشكل رئيسي على وسائل الإعلام التقليدية التي تمتلك أنظمة تحريرية تضمن مستوى معينًا من الدقة والتحقق من الأخبار. أما اليوم، مع انتشار وسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، أصبح من السهل على أي شخص نشر الأخبار دون الحاجة إلى المرور بمراحل التحقق والتدقيق التي كانت موجودة في الإعلام التقليدي. هذا الأمر زاد من احتمالية انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، والتي قد تسهم في تضليل الجمهور وتشويه إدراكهم للواقع السياسي واحدة من أبرز الإشكاليات التي تتناولها هذه الورقة هي: هل يؤدي التعرض المتكرر للأخبار السياسية إلى زيادة الوعي السياسي لدى الجمهور؟ أم أن هذا التعرض قد يؤدي في بعض الأحيان إلى نتائج عكسية؟ فبعض الدراسات تشير إلى أن التعرض المفرط للأخبار، خصوصًا من مصادر غير موثوقة أو منحازة، قد يؤدي إلى تشويه الصورة العامة للأحداث السياسية، وتكوين تصورات مغلوطة قد تؤثر على آراء الأفراد وتوجهاتهم السياسية.علاوة على ذلك، لا يمكن إغفال دور التأطير الإعلامي (Framing) وكيفية تقديم الأخبار وتفسيرها للجمهور. فوسائل الإعلام لا تكتفي بنقل الأحداث كما هي، بل تقوم بإعادة صياغتها وتقديمها ضمن سياقات معينة تؤثر على كيفية فهم الجمهور لهذه الأخبار. على سبيل المثال، قد يتم التركيز على جوانب معينة من قضية سياسية وتجاهل جوانب أخرى، ما يؤدي إلى تشكيل تصور معين لدى الجمهور حول هذه القضية. هذا التأطير قد يسهم في توجيه الرأي العام بطرق محددة، وبالتالي يؤثر على الثقافة السياسية للأفراد.إضافة إلى ذلك، تلعب وسائل الإعلام الرقمية، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي، دورًا متزايدًا في تشكيل آراء الأفراد السياسية. هذه المنصات تسمح للجمهور ليس فقط بتلقي الأخبار، بل أيضًا بالتفاعل معها من خلال التعليقات والمشاركة. ورغم أن هذا التفاعل يعزز من إمكانية النقاش السياسي ويزيد من فرص المشاركة، إلا أنه قد يؤدي أيضًا إلى تعزيز الانقسامات السياسية. فخوارزميات هذه المنصات

تميل إلى عرض المحتوى الذي يتماشى مع تفضيلات الأفراد، مما يخلق "فقاعات ترشيح" (Filter Bubbles) تجعل الأفراد يتعرضون فقط للمعلومات التي تؤكد آراءهم المسبقة، وتقلل من إمكانية تعرضهم لآراء مختلفة.بناءً على هذه المعطيات، تتناول الورقة البحثية عدة أسئلة جوهرية: كيف يمكن لوسائل الإعلام الإخباري أن تسهم في تشكيل الثقافة السياسية بطرق إيجابية؟ وما هي العوامل التي تؤدي إلى تضليل الجمهور وتشويه إدراكهم للأحداث السياسية؟ وأخيرًا، كيف يمكن تحسين دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي والمشاركة الفعالة في الحياة العامة؟

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذا البحث في ظل الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام الإخباري كقناة رئيسة لتفاعل الجمهور مع القضايا السياسية. مع التدفق الهائل للمعلومات والأخبار، أصبح تأثير الإعلام على تكوين الثقافة السياسية والمشاركة الفعلية في الحياة العامة أمرًا محوريًا. يبحث هذا البحث في كيفية تأثير هذه الوسائل على وعي الأفراد بالقضايا السياسية وتوجيه مواقفهم. بالإضافة إلى ذلك، يسلط الضوء على الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في تعزيز الديمقراطية وزيادة المشاركة السياسية البناءة من خلال تحسين جودة المحتوى الإعلامي وتشجيع التفاعل الواعي بين الجمهور والسياسة.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تركز على تحليل وفهم تأثير الإعلام الإخباري على تكوين الثقافة السياسية والمشاركة الفعلية للأفراد في الشأن السياسي. يمكن توضيح هذه الأهداف كالتالي:

١-**تحليل تأثير الإعلام الإخباري على تكوين الثقافة السياسية:** من خلال دراسة كيفية تأثير استهلاك الأخبار، سواء عبر التلفزيون، الصحف، أو الإنترنت، على مستوى الوعي السياسي لدى الأفراد. سيتم التركيز على دور الإعلام في تحسين فهم الجمهور للقضايا السياسية المعقدة مثل الانتخابات، التشريعات، والعلاقات الدولية، بالإضافة إلى تحليل كيفية تشكيل وجهات نظرهم بشأن الأحداث السياسية الجارية.

٢- **تحديد الفروق في تأثير وسائل الإعلام المختلفة:** وذلك بمقارنة تأثير وسائل الإعلام التقليدية (التليفزيون والصحف) مع الوسائل الرقمية الحديثة (مواقع الأخبار ومنصات التواصل الاجتماعي). سيسعى البحث إلى تحديد ما إذا كانت الوسائل الرقمية، التي تتيح التفاعل الفوري وتداول المعلومات بشكل أسرع، أكثر تأثيرًا في تكوين الثقافة السياسية مقارنة بالوسائل التقليدية. كما سيتم تحليل دور كل وسيلة في جذب الفئات العمرية المختلفة.

٣. **تحليل العلاقة بين التعرض للإعلام والمشاركة السياسية الفعلية:** يهتم البحث بدراسة مدى تأثير التعرض للإعلام الإخباري على انخراط الأفراد في الأنشطة السياسية، مثل التصويت في الانتخابات، حضور المظاهرات، أو المشاركة في النقاشات السياسية. سيتم تقييم ما إذا كان الإعلام يشجع الأفراد على المشاركة بشكل فعّال أو إذا كان يؤدي إلى العزوف السياسي بسبب التغطية الإعلامية السلبية أو المتحيزة.

٤. **تقديم توصيات لتعزيز دور الإعلام:** يهدف البحث إلى تقديم مقترحات لتحسين دور الإعلام في تشكيل ثقافة سياسية بناءة. سيتناول هذا الهدف استراتيجيات مثل تحسين جودة المحتوى الإعلامي، وتوجيه الإعلام نحو تعزيز الفهم العميق للقضايا السياسية، وتشجيع الحوار البناء والمشاركة الديمقراطية الفعّالة.من خلال تحقيق هذه الأهداف، تسعى الدراسة إلى تقديم فهم شامل لدور الإعلام الإخباري في المجتمعات الحديثة واقتراح حلول لتحسين تأثيره الإيجابي.

فروض الدراسة:

١-توجد علاقة دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الاعلامية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) لأبعاد المواطنة

٢-توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الإعلامية والثقة في المعلومات التي توفرها حول قضايا الوعى السياسي

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام المنصات الاعلامية وتعزيز الوعى السياسى

٤-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في الوعى السياسى.

٥–توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الإعلامية وممارسة الشباب لأبعاد الوعى السياسى

٦–توجد علاقة دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الإعلامية وتشاركية المعلومات الخاصة بقضايا السياسية وفقا للفئات العمرية

الدراسات السابقة :

١–دراسة كريمة كمال (٢٠٢٣) بعنوان " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء "[١]والتي هدفت إلى التعرف علي دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري الجامعي وينبثق من هذا تحديد مدي إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم الانتماء والولاء لدي الشباب الجامعي ، ورصد دوافع إستخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي ، والكشف عن أهم قضايا المواطنة التي تهتم شبكات التواصل الاجتماعي بطرحها علي الشباب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى لم تنجح صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بإقناع الشباب من المبحوثين بالمشاركة السياسية في صنع القرار السياسي ، فقد بلغت نسبة رفض الشباب ٧٥.٥ % فقط على تلك العبارة. من إجمالي الشباب عينة الدراسة .

٢–دراسة هالة منصور (٢٠٢٣) بعنوان " دور الاعلام في تنمية الوعي السياسي "[٢]
اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بالاضافة الى الاستعانة بإستمارات الاستبيان وجاءت أهم نتائج الدراسة ان الحتمية المعلوماتية هي أحد أهم وسائل التغير المجتمعى والسياسى وتوافر المعلومات بأستخدام وستئل التواصل الاجتماعى لسرعتها وسهولة تبدل المعلومات هي اهم العوامل المؤثرة على تكوين الوعى السياسى .

١كريمة كمال توفيق ، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ،المجلد٨١، العدد الثالث ، أكتوبر،٢٠٢٢.

٢ هالة منصور ، دور الإعلام في تنمية الوعي السياسي ،حوليات آداب عيد شمس ، المجلد ٥١ ،أكتوبر -ديسمبر ٢٠٢٣ .

٣- دراسة راللا أحمد عبد الوهاب (٢٠٢١)[٣] والتي هدفت إلي التعرف علي الدور الذى تقوم به شبكات التواصل في دعم قيم المواطنة كأحد مؤشرات الوعي السياسي لدي الرأي العام، ومدى تأثير هذه الشبكات علي الرأي العام ، وأوضحت النتائج وجود علاقة عكسية دالة إحصائيا بين معدل استخدام شبكات التواصل والثقة في المعلومات مما يعنى كلما زاد معدل استخدامها قل معدل الثقة في المعلومات ، وتتيح شبكات التواصل التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي من خلالها.

٤-دراسة حسين خطيب (٢٠٢٠)[٤] والتي استهدفت التعرف على دور الجامعة ممثلة في أعضاء هيئة التدريس فيها في ترسيخ وتعزيز قيم الانتماء والمواطنة لدى طلبتها ، إلى اتفاق الخبراء على أهميه دور الجامعة في تفسير وتعزيز قيم الانتماء والمواطنة لدي طلبتها، وأن التغيرات الثقافية المعاصرة يمكن ان تصنع العديد من السلبيات في ممارسه الطلبة الجامعيين ذات الصلة بالانتماء والمواطنة، كما أن الشباب الجامعي هو الأكثر عرضة للتغيرات السلبية في الانتماء والمواطنة ،

٥- دراسة خديجة حرمه (٢٠٢٠)[٥] بعنوان " دور الاعلام البرلماني في تكريس العمل السياسي استهدفت الدراسة تستهدف تحليل جانب هام من جوانب العلاقة بين الإعلام والعمل البرلماني، التعرف على الإعلام البرلماني وإبراز دوره في التعريف بالمؤسسات النيابية وأهم نشاطها، وتوصلت إلى أن الإعلام البرلماني يعد جزء من الآليات التي تسعى إلى الحوار التشريعي وإصلاح النظام السياسي، حيث يعزز من مكانة المؤسسة التشريعية وترقية أدائها،فيلعب دورا فعال في مجال التثقيف البرلماني وتبسيط مفاهيمه العامة للمواطنين،

---

[٣] راللا أحمد عبد الوهاب (٢٠٢١) ، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قيم المواطنة والانتماء لدى الرأي العام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد٥٧ ج٣ ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام

[٥] حسين خطيب، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهه نظر الشباب الجامعي العماني ، رسالة ماجستير ،(الاردن ، جامعه الشرق الاوسط ، كليه الإعلام ،قسم الإعلام) .

[٦] خديجة حرمه ، دور الاعلام البرلماني في تكريس العمل السياسي ،رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الافريقية ، كلية العلوم الإنسانية ،٢٠٢٠.

٧ -رباب عبد الرحمن هاشم (٢٠٢٠)، إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، الجزء الأول ، العدد١٩

٨-حسام علي، الثقافة السياسية وأثرها على المشاركة السياسة ، مجلة كليات التربية ، العدد١٧، الجزء الأول ، مارس ٢٠٢٠

بالإضافة إلى إبراز دور البرلمان في الرقابة والتشريع ومحاربة الفساد. أن الإعلام البرلماني بوسائله يحفر مكانه على خارطة الإعلام حيث يسعى إلى دعم المشاركة السياسية والرفع من اهتمام المواطنين بالعمل السياسي، وتعزيز توثيق العلاقة القائمة بينهما على أساس الحوار الهادف والفكر البناء.

٦–دراسة رباب عبد الرحمن هاشم (٢٠٢٠)[٦] والتي استهدفت التعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني، حيث تبحث هذه الدراسة إدراك تأثر الشخص الثالث في بيئة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الكشف عن إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي على الانتماء الوطني لدى الذات والآخرين

٧–دراسة حسام على الحاج (٢٠١٩)[٧] بعنوان " الثقافة السياسية وأثرها على المشاركة السياسية في المجتمع الليبي "هدف هذه الدراسة إلى تتبع التحول السياسي الديمقراطي في ليبيا من نموذج الدول الوطنية الشمولية التي يحكم فيها الفرد إلى نموذج التعددية الحزبية يكشف بروز التوترات والصدامات الثقافية والسياسية ، وهذا ما جعل من بقاء مسألة الثقافة السياسية عالقة بمسألة استمرارية النقسامات على مستوى علاقات القوى السياسية وباستمرارية تباين وجهات النظر الإيديولوجية خلال هذه الفترة ، وتوصلت هذه الدراسة إلى التوظيف الديمقراطي لمفهوم الثقافة السياسية يتطلب بيئة اجتماعية اقتصادية ملائمة مرتبطة بوجود ممارسات ديمقراطية على مستوى مؤسسات التنشئة الأسرية والتعليمية والحزبية، كما يتطلب قدرا ثقافيا وسياسيا يساعد هو الآخر على تعميق السلوك الديمقراطي الصحيح، ولن يتحقق ذلك إل إذا كانت الثقافة السياسية بمعزل عن جميع الإيديولوجيات، كما يتطلب البحث عن ثقافة ديمقراطية تبعث من دون شك قواسم مشتركة قادرة على إحداث تحولت جذرية في مفاهيم الإصلاح والتغيير والتنمية والتحديث تماشيا مع الروابط القتصادية والجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع الليبي

٨- دراسة محسن جابر (٢٠١٩)[٨] بعنوان " الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي استهدفت الدراسة الأهمية التي تمثلها الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي بشكل عام، وعلاقة الثقافة السياسية بما يعرف بإشكاليات النظام السياسي أو ما يعرف في أدبيات العلوم السياسية بأزمات التنمية السياسية باعتبارها عاملا مهمًا في تحديد طبيعة وأداء النظام السياسي، وتوصلت إلى أن الثقافة السياسية تعتبر عا ملا رئيسيًا في تحديد طبيعة العلاقة بين المجتمع والنظام السياسي الى الحد الذي اعتبرت فيه مكونًا مهمًا من مكونات النظام السياسي، كما توصلت إلى أن الثقافة السياسية هي جوهر عملية التنمية السياسية، فالموضوعات التي تعالجها التنمية السياسية كالشرعية والهوية والمشاركة السياسية وغيرها، ترتبط بمضمون وعناصر الثقافة السياسية.

٩- رباب جلال البصراتي (٢٠١٨)[٩] بعنوان " دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة اعتمدت الباحثة في جمع المادة الميدانية على إستمارة إستبيان، وهى 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،وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هى 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.

---

[٨] محسن جابر ، الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي ، الجامعة الأسمرية ، كلية الاقتصاد والتجارة ، ٢٠١٩

[٩] رباب جلال، فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة دراسة مسحية على نشطاء التواصل الاجتماعي من طلاب الجامعات. بيروت: دار النهضة العربية .مجلة الاتصال والتنمية

١٠- دراسة عبد الرحمن بابا (٢٠١٨)[١٠] بعنوان " دور الاعلام في توجيه الحدث السياسي" تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام في توجيه الأحداث السياسية من خلال البحث عن دور قناة الجزيرة في الحراك العربي بوجه عام ، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد قناة الجزيرة القطرة على الميديا الجديدة في الانتفاضة التونسية وغيرها من الانتفاضات العربية حيث تنقل المعلومة عن طريق الوسائط الجديدة ، كما جاءت المصادر غير الرسمية الأكثر حضوراً في المواد الإعلامية عينة الدراسة .

الاطار النظري :

-نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory) هذه النظرية تشير إلى أن الجمهور يتفاعل مع وسائل الإعلام بنشاط ويختار المحتوى الإعلامي الذي يتناسب مع احتياجاته ورغباته. تسلط النظرية الضوء على الفكرة القائلة بأن الجمهور ليس متلقٍ سلبي للمحتوى الإعلامي، بل يختار بوعي الوسائل التي تشبع حاجاته الخاصة سواء كانت نفسية، معرفية، أو اجتماعية.

-أنواع الإشباعات التي يقدمها الإعلام:

١. الإشباعات المعرفية: يسعى الجمهور للحصول على معلومات موثوقة حول الأحداث الجارية. هذا النوع من الإشباعات يشمل مشاهدة الأخبار أو قراءة الصحف لمعرفة المستجدات السياسية أو الاقتصادية.

٢. الإشباعات الترفيهية: يتجه الجمهور إلى الإعلام للترفيه والابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية. في هذه الحالة، يتم اللجوء إلى البرامج الترفيهية أو المنصات الرقمية مثل YouTube أو Netflix.

٣. الإشباعات الاجتماعية: يستخدم الجمهور وسائل الإعلام، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، للتفاعل مع الآخرين والتواصل معهم. هذا النوع من الإشباعات يعزز الشعور بالانتماء الاجتماعي

[١٠] عبد الرحمن بابا ، أثر الثورة الرقمية والاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة، من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي، الجزائر: مجلة دفاتر السياسة والقانون ، ص ٧٣٥ .

تطبيقات نظرية الاستخدامات والإشباعات في الإعلام الرقمي: مع تطور الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، أصبح الجمهور أكثر قدرة على تخصيص تجربته الإعلامية بما يناسب احتياجاته الفردية. على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين تحديد نوع الأخبار التي يريدون متابعتها عبر خوارزميات مخصصة على وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، حيث يتم توفير المحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم

التحليل النقدي لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

بينما تبرز هذه النظرية الجمهور كعنصر نشط في عملية الاستهلاك الإعلامي، يتجاهل البعض الجوانب السلبية لهذا التفاعل. قد يؤدي التركيز المفرط على إشباع الرغبات الفردية إلى تأثيرات سلبية، مثل تعزيز الفقاعة الإعلامية حيث يتلقى الجمهور فقط المحتوى الذي يعزز معتقداتهم الحالية دون التعرض لوجهات نظر متباينة.

٢. نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-setting Theory)

ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تخبر الناس بما يجب أن يفكروا فيه، لكنها تحدد لهم ما يجب أن يكون على رأس أولوياتهم. بمعنى آخر، تحدد وسائل الإعلام القضايا التي يجب أن تكون محل الاهتمام العام. عندما تركز وسائل الإعلام على قضية معينة، يصبح الجمهور أكثر اهتمامًا بهذه القضية ويعتبرها أكثر أهمية.

دور وسائل الإعلام في تحديد جدول الأعمال السياسي:

وسائل الإعلام تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل النقاشات السياسية من خلال تسليط الضوء على قضايا معينة. على سبيل المثال، خلال الانتخابات، قد تركز وسائل الإعلام على قضايا مثل الهجرة أو الأمن القومي بناءً على توجهاتها أو أجنداتها السياسية، مما يؤثر على اهتمامات الناخبين.

- أزمة المناخ: عندما تركز وسائل الإعلام بشكل كبير على أخبار التغير المناخي، فإن الجمهور يبدأ في وضع هذه القضية على رأس أولوياتهم. هذا التأثير يمكن أن يؤدي إلى تغيير في سلوكيات الأفراد وحتى في السياسات الحكومية.
- السياسات الاقتصادية: إذا ركز الإعلام على قضية مثل رفع الضرائب أو العجز في الميزانية، فإن هذه القضايا تصبح مثار حديث بين الجمهور وتؤثر على قراراتهم الانتخابية.

تحليل نقدي لنظرية جدول الأعمال:

تُظهر بعض الأبحاث أن وسائل الإعلام قد تفتقد أحيانًا إلى الموضوعية في تحديد جدول الأعمال. ففي بعض الحالات، قد تركز وسائل الإعلام على قضايا ترفيهية أو مثيرة بدلاً من القضايا السياسية الهامة، مما يشتت انتباه الجمهور عن القضايا الأكثر تأثيرًا على حياتهم اليومية.

نوع الدراسة : تنتمى هذا الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف تحليل الظاهرة بهدف الحصول علي معلومات دقيقة وكافية ، وتفسير، وتحليل البيانات ،واستخلاص الدلالات ،والنتائج .

منهج الدراسة :اعتمدت الدراسة علي منهج المسح الإعلامي بهدف الحصول علي وصف للظاهرة موضوع الدراسة وتحليل بياناتها ، من خلال مسح الشباب من عينة الدراسة الميدانية

مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة المكاني: يمثل مجتمع الدراسة الميدانية الشباب من جامعى مرحلتي (البكاريوليوس – الدراسات العليا) وقد تم اختيار مجتمع الشباب المنوطين بتغيير الوعي في المستقبل وبالتنمية الاقتصادية والاجتماعية فهم قاطرة التنمية واستهدافهم بالدراسة يشكل أهمية كبري لتغيير الوعي والثقافة السياسية وتطور قيم الانتماء الذي لا يأتي إلا بمعرفة الحقوق والواجبات السياسية .

مجتمع الدراسة الزماني: تم توزيع استمارة الاستبيان علي الطلاب خلال أشهر (أغسطس – سبتمبر – أكتوبر ٢٠٢٤)

عينة الدراسة : تم تطبيق الاستمارة علي عينة عشوائية طبقية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب الجامعى المنوط بتغيير الوعي في المستقبل ، والمنوطين بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والمتعرضين لشبكات التواصل الاجتماعي والمهتمين بقضايا المواطنة والانتماء.

أدوات جمع البيانات تستخدم الدراسة الاستبيان لجمع البيانات من الشباب عينة الدراسة

.أساليب الصدق والثبات :

-اختبار صدق التحليل وصحته:تم استخدام طريقة صدق المحكمين أو البناء (Construct Validity) للتحقق من صدق الاستمارة، حيث تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من ذوى الاختصاص فى المجال الإعلامي والسياسى ، وتم إجراء ما يلزم من تعديلات وخرجت استمارة الاستبيان في صورتها النهائية(*).

-**ثبات التحليل:** تم تطبيق إستمارة الاستبيان علي ٤٠مفردة من الشباب بنسبة ١٠% (pre-test) من العينة البالغ عددها ٤٠٠مفردة من الشباب لاختبار الاستمارة ، وكانت قيمة معامل الثبات ٨٥% طبقاً لمعامل هلوستي.

الأساليب الإحصائية المستخدمة : استخدمت الدراسة العديد من الأساليب والطرق الإحصائية لمعالجة البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج ا باستخدام برنامج "SPSS" إصدار (٢٣)

(أ) النسب المئوية والتكرارات.

(ب) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .

(ج) تحليل التباين One Way Anova

(د) معامل ارتباط بيرسون

المفاهيم الإجرائية للدراسة

المنصات الاعلامية هي مجموعة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح التواصل الاجتماعي لمستخدميها وتؤثر على القيم للشباب الجامعي ، وأبرز تلك الشبكات هي YouTube) ، Twitter،(Facebook, Instagramالتعريف النظري: شبكات إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقًا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة والمعلومات المتاحة، علمًا أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف من موقع إلى آخر

الثقافة السياسية : هي مجموعة من القيم والمعتقدات والمعارف التي يحملها الأفراد حول النظام السياسي، والتي تؤثر بشكل مباشر على سلوكهم السياسي وتوجهاتهم. تتشكل هذه

الثقافة من خلال مجموعة من العوامل بما في ذلك البيئة الاجتماعية، والتعليم، والوسائل الإعلامية.

أبعاد الثقافة السياسية:

–القيم الديمقراطية: تشمل مدى التزام الأفراد بالقيم الديمقراطية مثل الحرية، المساواة، واحترام حقوق الإنسان.

– الثقة في المؤسسات: تشير إلى مدى ثقة الأفراد في المؤسسات الحكومية مثل البرلمان، القضاء، أو الشرطة.

–المشاركة السياسية: تتعلق بمدى رغبة الأفراد في المشاركة في الحياة السياسية من خلال التصويت أو الانضمام إلى الأحزاب السياسية.

تأثير الإعلام في تشكيل الثقافة السياسية

–تقديم المعلومات السياسية

تلعب وسائل الإعلام دورًا محوريًا في تزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة لفهم النظام السياسي. هذه المعلومات تشكل الأساس الذي يعتمد عليه الأفراد لتكوين آرائهم السياسية

تاسعاً : منهجية قياس أبعاد المواطنة

١–مقياس اتجاهات الشباب نحوالوعى السياسى والمشاركة السياسية (مجال الانتماء – المجال الإعلامي – المجال المعرفي والثقافي – المجال الديني والاجتماعي) وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلي حد كبير ثلاث درجات – إلي حد ما درجتان –غير موافق درجة واحدة) علي النحو التالي :

١–١الانتماء: أشعر بالارتباط العاطفي بوطني وأحرص علي آداء واجباتي بالتزام وبكل اخلاص حرصا علي نجاح بلدي.

١–٢المجال الإعلامي : تساعد الأعمال الدرامية الوطنية علي نقل وتوثيق الأحداث التاريخية التي تجسد التضحية والفخر والبطولة ، مما يساهم في زيادة ثقتي بالقيادة السياسية.

١-٣المجال المعرفي والثقافي : تعلمنا من مقررات القضايا السياسية وعلاقة الفرد بوطنه، احرص علي متابعة الأحداث الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ، ساعدتني المنصات الإعلامية علي تعديل سلوكي لكى أكون شريك في صنع القرار .

٢-مقياس الاتجاهات الوجدانية والمعرفية والسلوكية نحو الوهى السياسى والمشاركة السياسية وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلي حد كبير ثلاث درجات – إلي حد ما درجتان –غير موافق درجة واحدة) بينما تراوحت درجات مقياس الاتجاه نحو حلول الأزمات الاقتصادية (٨ – ٢٤) درجة.

٢-١ التأثيرات الوجدانية من خلال العبارات : أشعر بالانتماء للنظام الحكومي وأجهزة الدولة كونها ترعي أمن الوطن ، لدى الشغف دوماً بمطالعة الصفحات التي تتحدث عن بلدي وتاريخها ، أؤمن بأهمية الوحدة الوطنية بين كافة المصريين.

٢-٢التأثيرات المعرفية من خلال العبارات : أحرص علي متابعة مواعيد ونتائج الانتخابات ، أطالع البرامج الخاصة بالمرشحين للاختيار بينهم ، أعرف أعداد الأحزاب السياسية ، أسعى للتعرف علي برامج الأحزاب السياسية ، أعرف أسماء المرشحين (فردي وقوائم) .

٢-٣ التأثيرات السلوكية من خلال العبارات : ألتزم بالقوانين وأعرف حقوقي وواجباتي جيداً ، احترم الرأي والرأى الآخر ، ذهبت للإدلاء بصوتي في الانتخابات ، أشارك في صنع القرار بالطرق المدنية التي تقرها أنظمة الدولة في وطني .

مقياس الثقة فيما ينشر علي المنصات الاعلامية من معلومات حول المشاركة السياسية

الثقة : أثق تماماً في كل ما ينشر علي الصفحات الرسمية عبر المنصات الاعلامية بشأن الانتخابات الرئاسية ، أثق دون تردد في المعلومات التي ينشرها الأهل والأصدقاء والمعارف حول الانتخابات ، أري المنصات الاعلامية تحظي بمصداقية عالية وثقة لعدم وجود أجندات بإداراتها ، أثق في المعلومات التي يؤيدها الجميع دون بحث عن مدي صحتها لثقتي بمن ايدها .

عدم الثقة : لا اثق فيما ينشر المنصات الاعلامية حول الانتخابات لوجود مصالح شخصية أو تربح حول هذا المنشور ، لا أثق في الفيديوهات، أو المقاطع المسجلة ،أو المصورة، أو الصور، أو الأرقام التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول الانتخابات ، لا أثق في

المعلومات مجهولة المصدر ، لا أثق الا في المعلومات الصادرة عن جهات رسمية معلومة ومعلنة.

مقياس تشاركية المعلومات عبر المنصات الإعلامية

متابعة: تابعت الصفحات الرئيسة الخاصة بالمرشحين ، تابعت المنشورات التي تتحدث عن الناخبين.

تعليق: قمت بعمل mention ذكر لأصدقائي علي بعض المنشورات التي تسخر من الناخبين والمرشحين ، قمت بالتعليق علي الصفحات التي تسخر من فكرة الانتخابات في مصر.

مشاركة : أشارك كافة المعلومات من أخبار وفيديوهات وصور ومقاطع مسجلة تتعلق بالقضايا السياسية والانتخابات عبر المنصات الاعلامية دون التأكد من صحتها ، امتنع عن مشاركة أي معلومات مضللة أو غير صحيحة تتعلق بالوطن او بالانتخابات حتى لا يحدث فوضي او تعميم للمعلومة، لا أشارك أي معلومات حول الأحداث السياسية والانتخابات دون التأكد من صحتها وصحة مصادرها وخلوها من المعلومات المضللة ، أشارك الكوميكس المنشور حول المرشحين بهدف السخرية والفكاهة.

٣-مقياس الاتجاهات الوجدانية والمعرفية والسلوكية نحو الوهى السياسى والمشاركة علي المنصات الاعلامية وذلك باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق إلي حد كبير ثلاث درجات – إلي حد ما درجتان –غير موافق درجة واحدة) بينما تراوحت درجات مقياس بعد التأثيرات الوجدانية من (٥ –١٥)، ودرجات مقياس بعد التأثيرات المعرفية من (٤ –١٢) ، ومقياس بعد التأثيرات السلوكية من (٣– ٩) .

٣–١ التأثيرات الوجدانية من خلال العبارات : زاد تأثري بالقضايا السياسية بعد مطالعة الصفحات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، بعد متابعتي للمنصات الاهلامية غيرت اتجاهاتي نحو بعض القضايا السياسية.

٣-٢التأثيرات المعرفية من خلال العبارات : ساعدتني المنصات الاعلامية علي فهم وإدراك ما يدور حولي من أحداث سياسية ، زادت المنصات الاعلامية من معرفتي بقضايا المواطنة والانتماء ، دعوات المقاطعة تقوم بها الجماعات التي تستهدف زعزعة استقرار المجتمع ، لابد أن تقوم صفحات شبكات التواصل بتحسين صورة الوطن أمام الدول الأخرى ، لابد ألا تقوم صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بالحديث في سلبيات المجتمع لما له من تأثيرات سلبية نحو الانتماء للوطن ، أيدت بعض المنصات الاعلامية فكرة حصول المرشحين السياسيين علي مكاسب سياسية وليس من أجل مصلحة الوطن ، الثورات والاحتجاجات زعزعت قيم المواطنة ولانتماء لدي الشباب المصري.

٣-٣ التأثيرات السلوكية من خلال العبارات : شجعتني المنصات الاعلامية نحو المشاركة السياسية والانضمام إلي الأحزاب السياسية ، شجعتني صفحات شبكات التواصل الاجتماعي علي الذهاب والادلاء بصوتي في الانتخابات ، شجعتني صفحات شبكات التواصل الاجتماعي علي عدم تأييد المرشحين السياسيين في الانتخابات ، ساعدتني الصفحات الساخرة علي شبكات التواصل الاجتماعي علي التخلص من هموم وضغوط القضايا السياسية

النتائج ومناقشتها :

خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١) خصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

	الفئة	التكرار (ك)	النسبة المئوية %
النوع	ذكر	٢٤٨	%٦٢
	أنثى	١٥٢	%٣٨
العمر	من١٨: ٢١	٣٠٨	%٧٧
	من ٢٢ :٢٥	٥٨	%١٤.٥

	٢٦فأكثر	٣٤	%٨.٥
مستوى التعليم	طالب جامعي	٣٦٦	%٩١.٥
	دراسات عليا	٣٤	%٨.٥

تشير بيانات الجدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة من الشباب حيث جاءت نسبة الذكور حوالى ٦٢% من إجمالي شباب الجامعة من عينة الدراسة ، بينما قدرت نسبة الاناث بنحو ٣٨% ، كما جاءت الفئة العمرية من ١٨إلي٢١ هي الأكبر في تطبيق الاستمارة بحوالى ٧٧% من إجمالي الشباب عيتة الدراسة ، يليها الفئة العمرية من ٢٢إلي ٢٥بنحو ١٤.٥% من إجمالي العينة ، بينما الشباب من ٢٦ فأكثر يحوالى ٨.٥% من إجمالي الشباب عينة الدراسة ، كماقدرت فئة مستوى التعليم من الشباب طلاب الجامعة بنحو٩١.٥% من إجمالي العينة ، بينما جاء طلاب الدراسات العليا بنسبة ٨.٥% من إجمالي العينة .

جدول رقم (٢) تقييم درجة إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتغطية السياسية

التقييم / شبكات التواصل	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
Facebook	238	%59.5	202	%50.5	60	%15	2.94	%98.16
Youtube, م	١٧١	%٤٢.٨	١٢٣	%٣٠.٧	١٠٦	%٢٦.٥	٢.١٦	%٧٢.٠٨

مواقع اخبارية	264	%66	121	%30.3	15	%3.7	2.62	%87.4
برامج تليفيزيونيه	٢٢٨	%٥٧	٩٩	%٢٤.٨	٧٣	%١٨.٢	٢.٣٨	%٧٩.٥٨
Xمنصة	١٥١	%٣٧.٨	١٢٤	%٣١	١٢٥	%٣١.٢	٢.٠٦	%٦٨.٨٣
ن أكبر من ٤٠٠ حيث يمكن اختيار أكثر من بديل								

توضح بيانات الجدول رقم (٢) درجة تقييم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة ، حيث جاء موقع Facebook في الصدارة بنسبة 98.16%، يليه مباشرة تطبيقات مشاركة الفيديو Youtube بنسبة قدرت بنحو 87.4% ، يليها لبمواقع الاخبارية، بحوالي بنسبة ٧٩.٥٨%، بينما احتلت البرامج التلفزيونية المركز الرابع بنسبة بلغت حوالى ٧٢.٠٨%ومنها وأخيراً منصة (X) بنحو ٦٨.٨٣%

جدول رقم (٣) الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي

زمن الاستخدام اليومي	ك	%
من ساعة لأقل من ثلاث ساعات	٨٤	%٢١
من ثلاث ساعات لأقل من خمس ساعات	٩٩	%٢٤.٧
ست ساعات فأكثر	٢١٧	%٥٤.٣
الاجمالي	٤٠٠	%١٠٠

يتضح من بيانات الجدول رقم (٣) الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي فجاءت المدة من خمس ساعت فأكثر في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٣%من إجمالي عينة الشباب من المبحوثين ، يليه المدة من ثلاث ساعات لأقل من خمس ساعات بنسبة ٢٤.٧% ، وأخيراً المدة من ساعة لأقل من ثلاث ساعات بنسبة ٢١% من إجمالي عينة الدراسة .

جدول رقم (٤)

موقف الشباب عينة الدراسة من العبارات

التي تعكس مدي إسهام المنصات الاعلامية في تعزيز المشاركة السياسية

الموقف / العبارة	موافق	إلي حد ما	غير موافق	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
زادا لوعى بالقضايا السياسية	٣٢٤	٥٦	٢٠	2.76	%92.00
أشعر بالرغبة في المشاركة السياسية	371	29	–	2.9275	%97.58
لدى الشغف دوماً بمطالعة الاخبار السياسية	٣٢١	٥٩	٢٠	2.7525	%91.75
أحرص علي متابعة مواعيد ونتائج الانتخابات	٣١٢	٦٠	٢٨	2.71	%90.33
أطالع البرامج الخاصة بالمرشحين للاختيار بينهم	٣٤٢	٢١	٣٧	2.7625	%92.08
أعرف أعداد الأحزاب السياسية	٢٤٠	١٢٦	٣٤	2.515	%83.83

أسعى للتعرف علي برامج الأحزاب السياسية	٢٦٥	١١٤	٢١	2.61	%87.00
أعرف أسماء المرشحين (فردي وقوائم) .	٢٩١	٤٠	٦٩	2.555	%85.17
ألتزم بالقوانين وأعرف حقوقي وواجباتي جيداً	٢٤٤	٣٦	٢٠	2.06	%68.67
احترم الرأي والرأى الآخر	٣٣٦	٦٤	–	2.84	%94.67
ذهبت للإدلاء بصوتي في الانتخابات	365	35	–	2.9125	%97.08
أشارك في صنع القرار بالطرق المدنية التي تقرها أنظمة الدولة في وطني .	٣١٥	٣٠	٥٥	2.65	%88.33
ن أكبر من ٤٠٠ حيث يمكن اختيار أكثر من بديل					

تشير البيانات بالجدول رقم (٤) لتوضح موقف شباب الجامعة من مجموعة من العبارات التي تعكس مدي إسهام المنصات الاعلامية في تعزيز الثقافة السياسية من خلال قياس العبارات الدالة على المشاركة في العملية الانتخابية كأحد مقاييس الوعى السياسى ،فجاءت عبارة الرغبة في المشاركة السياسية في الترتيب الأول بنسبة فدرت بنحو 97.58% من إجمالي الشباب عينة الدراسة ، يليها الذهاب للإدلاء بصوتي في الانتخابات بنسبة بلغت حوالى 97.08% ، ثم احترم الرأي والرأى الآخر بنسبة حوالى 94.67% ، يليها زاد تأثري بالقضايا السياسية بنسبة ٩٢% من إجمالي عينة الدراسة ، ثم لدى الشغف دوماً بمطالعة

الصفحات التي تتحدث عن بلدي وتاريخها بنسبة بلغن حوالى 91.75% من إجمالي عينة الشباب ، ثم أحرص علي متابعة مواعيد ونتائج الانتخابات بنسبة نحو 90.33% ، يليها أشارك في صنع القرار بالطرق المدنية التي تقرها أنظمة الدولة في وطني بنسبة حوالى 88.33%من إجمالي عينة الدراسة ، ثم أسعى للتعرف علي برامج الأحزاب السياسية بنسبة ٨٧% ، ثم أعرف أسماء المرشحين (فردي وقوائم) بنسبة ٨٥.١٧% ، ثم أعرف أعداد الأحزاب السياسية بنسبة 83.83% ، وأخيراً ألتزم بالقوانين وأعرف حقوقي وواجباتي السياسية بنسبة حوالى 68.67% من إجمالي عينة الدراسة

جدول رقم (٥)

أهم قيم وأبعاد الوعى السياسى التي يحرص الشباب

على متابعتها على المنصات الاعلامية

قيم المواطنة	ك	%
الانتماء	٣٨١	٩٥.٢%
المشاركة السياسية	٣٠٢	٧٥.٥%
الثقافة	٢٨٧	٧١.٧%
الحقوق والمسئوليات	٢٣٨	٥٩.٥%
ن أكبر من ٤٠٠ حيث يمكن اختيار أكثر من بديل		

جاءت نتائج الجدول رقم (٥) لتوضح قيم وأبعادالوعى السياسى التي يحرص الشباب علي متابعتها علي المنصات الاعلاميةفجاء الانتماء في مقدمتها بنسبة ٩٥.٢% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة ، يليها المشاركة السياسية بنسبة ٧٥.٥% من إجمالي العينة ، ثم الثقافة ٧١.٧% من إجمالي العينة ، وأخيراً الحقوق والمسئوليات بنسبة ٥٩.٥%من إجمالي عينة الشباب.

جدول رقم(٦)

يوضح أسباب لجوء الشباب إلى المنصات الاعلامية

الاسباب	ك	%
توافر عنصر السرعة	١٣٥	%٣٣.٨
سهولة البحث عن المحتو ى	٦٦	%١٦.٥
جودة المحتوى الإخباري المقدم	٣٤	%٨.٥
توافر عنصر الإيجاز	٦٢	%١٥.٥
تنوع أشكال عرض المحتو ى	٦٧	%١٦.٧
المصداقية	٢٤	%٦
غياب الشفافية والثقة بالنسبة إلى الشبكات التقليدية	١٢	%٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جاءت بيانات الجدول رقم (٦) لتوضح أسباب لجوء الشباب إلي شبكات التواصل الاجتماعي فجاء في مقدمة الأسباب توافر عنصر السرعة بنسبة ٣٣.٨% من إجمالي الشباب عينة الدراسة ، وتقاربت نسب تنوع أشكال العرض للمحتوى ، وسهولة البحث عن المحتوى بنسب ١٦.٧% ، ١٦.٥% من إجمالي الشباب عينة الدراسة ، ثم توافر الإيجاز بنسبة ١٥.٥% ، وجودة المحتوى بنسبة ٨.٥% ، والمصداقية بنسبة ٦%، وأخيار غياب الثقة والشفافية بنسبة ٣% من إجمالي عينة الدراسة

جدول رقم(٧)

يوضح اتجاهات الشباب نحو دور المنصات الإعلامية للوعى السياسى والمشاركة السياسية

اتجاهات الشباب في الوعى السياسى	أوافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
زادت شبكات	ك	%	ك	%	ك	%		
التواصل الاجتماعي من معرفتي بقضايا السياسية	١٥٣	38.25	١٣٧	34.25	١١٠	27.5	2.11	**70.3 %**
ساعدتني علي إدراك وفهم ما يدور حولي من أحداث سياسية.	١٦٣	40.75	١٥٢	38	٨٥	21.25	2.20	**73.2 %**

بعد متابعتي لصفحات لمنصات الإعلامية قمت بتغيير اتجاهاتي نحو بعض القضايا السياسية	١٣٠	32.5	١٦٥	41.25	١٠٥	26.25	2.06	**68.8%**
شجعتني علي الادلاء بصوتي في الانتخابات	١١٠	27.5	١٤٠	35	١٥٠	37.5	1.90	**63.3%**
شجعتني علي المشاركة السياسية والانضمام لأحزاب	٨١	20.25	١٣٠	32.5	١٨٩	47.25	1.73	**%57.7**
شجعتني علي المشاركة في اتخاذ	١٣٦	34	١٦٤	41	١٠٠	25	2.09	**69.7%**

القرار								

يوضح الجدول رقم (٧) فيما يتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم قضايا الوعى والمشاركة السياسية من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة، فقد حازت عبارة لابد أن تقوم المنصات الاعلامية بتحسين صورة الوطن أمام الدول المختلفة على أعلى وزن نسبي بلغ ٨٦.١٧ %؛ مما يعني أعلي نسبة موافقة من الشباب أفراد العينة على تلك العبارة؛ وهو ما يعني أن الشباب الجامعي يري أنه لابد أن تقوم صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بدعم الوطن والترويج له وتحسين صورته أمام الدول المختلفة ، حيث بلغت نسبة موافقة الشباب نسبة 67.75% من الشباب المبحوثين ، أما عبارة شجعتني علي المشاركة السياسية والانضمام لأحزاب ، فقد حازت على أقل وزن نسبي بلغ٥٧.٧ %؛ مما يعني أقل موافقة من أفراد عينة الدراسة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تشجع علي المشاركة السياسية والانضمام للأحزاب حيث بلغت نسبة موافقة الشباب ٢٠.٢٥% من إجمالي الشباب عينة الدراسة.

نتائج تحليل الفروض:

الفرض الأول : توجد علاقة دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الاعلامية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) لأبعاد المواطنة

ولاختبار قوة واتجاه العلاقة الارتباطية بين معدل استخدام المنصات الإعلامية وبين إدراك التأثيرات (المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية) الخاصة بأبعاد الوعى السياسى لدى الشباب من المبحوثين ، تمت الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون Coefficient Person Correlation كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم(٨)

العلاقة الارتباطية بين معدل اعتماد المنصات الإعلامية

وإدراك التأثيرات(المعرفية/ الوجدانية/ السلوكية) لأبعاد الوعى السياسى

التأثيرات	معدل الاستخدام	
	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
التأثيرات المعرفية	0.196	0.000
التأثيرات الوجدانية	0.070	0.159
التأثيرات السلوكية	0.34	0.46
ن=400		

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد شباب الجامعة على المنصات الإعلامية والتأثيرات المعرفية المتعلقة بالمواطنة؛ وذلك لأن قيمة معامل بيرسون= 196.0، والقيمة دالة عند مستوى معنوية= 000.0، وهو ما يعني أن المنصات الاعلامية أثرت على وعي ومعارف الشباب، وهو ما يدل مدى تأثرها على الشباب عينة الدراسة من جانب تعريفهم ببرامج الأحزاب السياسية وأسماء بعض المرشحين كما يتضح أيضًا عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين معدل استخدام شبكات استخدام المنصات الإعلامية والتأثيرات الوجدانية والسلوكية؛ وهو ما يعني أنها لم تؤثر على عواطفهم أو زيادة شغفهم أو اتباعهم لسلوكيات معينة مثل المشاركة السياسية؛ أي أنها لم تحفزهم على صناعة القرار بالطرق المدنية، أو الذهاب إلى الانتخابات للإدلاء بأصواتهم في الانتخابات، أو إبطال أصواتهم في حالة عدم الاقتناع بأي من المرشحين.

الفرض الثاني : توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الإعلامية والثقة في المعلومات التي توفرها حول قضايا الوعى السياسي

ولاختبار قوة واتجاه العلاقة الارتباطية بين معدل اعتماد الشباب على **المنصات الإعلامية** وبين ثقتهم فى المعلومات التى توفرها شبكات التواصل الاجتماعي عن قضايا المواطنة تمت الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم(٩)

العلاقة الارتباطية بين معدل اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات التي توفرها المنصات الإعلامية

الثقة	معدل استخدام	
	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
الثقة في المعلومات	- 0.188	0.000
ن=400		

يتضح من الجدول (٩) وجود علاقة عكسية دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد الشباب على **المنصات الإعلامية** والثقة في المعلومات التي توفرها حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون=-188.0، والقيمة دالة عند مستوى معنوية=000.0، مما يعني أنه كلما زاد معدل استخدام **المنصات الإعلامية** كلما قل معدل الثقة في المعلومات التي توفرها ؛ وهي نتيجة طبيعية نتيجة زيادة انتشار المعلومات المغلوطة والزائفة والشائعات والتي انتشرت عبر شبكات التواصل الاجتماعي وزادت حدتها وتزيد أوقات الانتخابات والأحداث السياسية المهمة.

لفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة استخدام المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى الساسي

جدول رقم (١٠)

معنوية العلاقة الارتباطية بين درجة استخدام درجة استخدام المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى السياسي

متغيرات الارتباط		الثقافة	الحقوق والمسئوليات	المشاركة السياسية	الانتماء
Facebook	معامل بيرسون	.370**	.309**	.252**	.220**
	مستوى المعنوية	.000	.000	.000	.000
مشاركة الفيديو Youtube	معامل بيرسون	.333**	.287**	.222**	.219**
	مستوى المعنوية	.000	.000	.000	.000
مواقع اخبارية	معامل بيرسون	.225**	.184**	.204**	.144**
	مستوى المعنوية	.000	.000	.000	.004
برامج تليفيزيونية	معامل بيرسون	.282**	.275**	.244**	.204**
	مستوى المعنوية	.000	.000	.000	.000
Xمنصة	معامل بيرسون	.259**	.227**	.175**	.156**
	مستوى المعنوية	.000	.000	.000	.002

يتضح من بيانات الجدول رقم (٩) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة المنصات الإعلامية وتعزيز الثقافة السياسية (الثقافة، الحقوق

والمسئوليات،المشاركة السياسية، الانتماء الوطني)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون لـ Facebook. 370 وبمعنوية. 000 لبُعد الثقافة، وبمعامل ارتباط بيرسون.309 وبمعنوية .000 لبُعد الحقوق والمسئوليات، بينما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.252 وبمعنوية .000 لبُعد المشاركة السياسية، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.220 وبمعنوية .000 لبُعد الانتماء الوطني ، بينما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون لتطبيقات مشاركة الفيدو يوتيوب .222. وبمعنوية. 000 لبُعد الثقافة، وبمعامل ارتباط بيرسون.287 وبمعنوية .000 لبُعد الحقوق والمسئوليات، بينما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.222 وبمعنوية .000 لبُعد المشاركةا لسياسية، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.219 وبمعنوية .000 لبُعد الانتماء الوطني، بينما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون المواقع الاخبارية 225 وبمعنوية. 000 لبُعد الثقافة، وبمعامل ارتباط بيرسون184 وبمعنوية .000 لبُعد الحقوق والمسئوليات، بينما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون٢٠٤ وبمعنوية 000 لبُعد المشاركة السياسية، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون١٤٤وبمعنوية .000 لبُعد الانتماء الوطني. وجاءت علاقة الارتباط بين كل من البرامج التليفزيونة ومنصة (X)والابعاد الثقافة والحقوق والمسئوليات والمشاركة السياسية والانتماء الوطنى معنوية احصائيا

وبذلك تكون قد ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة استخدام المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى السياسي عند مستوى معنوية ٠.٠١

<u>الفرض الرابع</u>: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع استخدام المنصات الاعلامية وتعزيز الوعى السياسى

جدول رقم (١١)

معنوية العلاقة الارتباطية بين دوافع المنصات الاعلانية والوعى السياسى

	الثقافة	الحقوق والمسئوليات	المشاركة المجتمعية	الانتماء الوطني
معامل بيرسون	.370**	.245**	.267**	.207**
مستوى المعنوية	.000	.000	.000	.000

يتضح من الجدول رقم (١١) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين دوافع استخدام المنصات الاعلامية وتعزيز قيم المواطنة (الثقافة، الحقوق والمسئوليات ،المشاركة السياسية، الانتماء الوطني)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.370 وبمعنوية .000 لبُعد الثقافة، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.245وبمعنوية .000 لبُعد الحقوق والمسئوليات، بينما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.267 وبمعنوية .000 لبُعد المشاركة السياسية، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.207 وبمعنوية .000 لبُعد الانتماء الوطني.

وبذلك ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة

<u>الفرض الخامس</u> : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين العوامل المؤثرة علي فاعلية دور المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى السياسى

جدول (١٢)

معنوية العلاقة الارتباطية بين العوامل المؤثرة علي فاعلية دور المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى السياسى

	الثقافة	الحقوق والمسئوليات	المشاركة السياسية	الانتماء الوطني

معامل بيرسون	.406**	.383**	.398**	.330**
مستوى المعنوية	.000	.000	.000	.000

يتضح من الجدول السابق أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين العوامل المؤثرة **علي فاعلية دور المنصات الإعلامية** وتعزيز الوعى السياسى (الثقافة، الحقوق والمسئوليات، المشاركة السياسية، الانتماء الوطني)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.406 وبمعنوية .000 لبُعد الثقافة، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.383 وبمعنوية .000 لبُعد الحقوق والمسئوليات، بينما بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.398 وبمعنوية .000 لبُعد المشاركة السياسية، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون.330 وبمعنوية .000 لبُعد الانتماء الوطني.

وبذلك ثبتت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين العوامل المؤثرة علي فاعلية دور المنصات الإعلامية وتعزيز الوعى السياسى

<u>الفرض السادس</u> : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في الوعى السياسى.

يقيس الفرض السادس الفروق الإحصائية بين الشباب عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في تعزيز تاوعى السياسى (الثقافة، الحقوق والمسئوليات، المشاركة السياسية، الانتماء الوطني) .

وبحسب الخصائص الديموغرافية فقد أظهرت النتائج أن **نوع المبحوث (ذكر – أنثي)**، غير مؤثر إحصائيًا في كل قيم المواطنة حيث إن مستوى المعنوية أكثر من 05.0، وأنهم على السواء يتأثرون بالدور الفعال لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعى السياسى

أما فيما يتعلق بعمر المبحوثين فقد أظهرت النتائج أن **الفئة العمرية** من ١٨: ٢١ عامًا دالة إحصائيًا في بُعد الحقوق والمسئوليات عند متوسط 57.13، بينما

عند متوسط 4.13 للفئة العمرية ٢٢: ٢٥، بينما باقي قيم المواطنة لم تتأثر بالفئة العمرية وهم (بُعد الثقافة، بُعد المشاركة السياسية، بُعد الانتماء الوطني) .

فيما يتعلق بمستوى **التعليم** أيضًا لم تكن له دلاله إحصائية إلا في بُعد الثقافة فقط ولدي فئة الدراسات العليا عند متوسط 3.14.

وبذلك ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية في تعزيز الوعى السياسى.

الفرض السابع : توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الإعلامية وممارسة الشباب لأبعاد الوعى السياسى

ولاختبار قوة واتجاه العلاقة الارتباطية بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الاعلاميةوبين قيامهم بممارسة الحياة السياسية تمت الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم(١٣)

العلاقة الارتباطية بين معدل اعتماد الشباب

على شبكات التواصل الاجتماعي وممارستهم لأبعاد المواطنة

ممارسة المواطنة	معدل استخدام	
	معامل ارتباط بيرسون ن	مستوى المعنوية
ممارسة الحياة السياسية	0.196	0.001
ن=400		

توجد علاقة دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الاعلامية وممارسة الحياة السياسية لأن معامل بيرسون=196.0، والقيمة دالة عند مستوى معنوية =001.0، وهو ما يعني أنه كلما زاد معدل استخدام المنصات

الاعلامية، كلما زادت ممارسة الحياة السياسية والتي تتضمن المشاركة السياسية والإحساس بالهوية والشعور بالانتماء، حيث إن هذه الشبكات تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي من خلالها.

الفرض الثامن : توجد علاقة دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد الشباب علا المنصات الاعلامية وتشاركية المعلومات السياسية

ولاختبار قوة واتجاه العلاقة الارتباطية تمت الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم(١٤)

العلاقة الارتباطية بين معدل اعتماد الشباب

المنصات الاعلامية وتشاركية المعلومات القضايا السياسية

ممارسة المواطنة	معدل استخدام	
	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
تشاركية المعلومات	0.193	0.000
ن=400		

الفرض التاسع : توجد علاقة دالة إحصائيًا بين معدل اعتماد الشباب على المنصات الإعلامية وتشاركية المعلومات الخاصة بقضايا السياسية وفقا للفئات العمرية

حيث إن المنصات الاعلامية تتيح تفاعلية ومشاركة من جانب الشباب كما أن الشباب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يسعون إلى التفاعل مع غيرهم من مستخدمى تلك المنصات ولبيان مصدر الفروق ذات الدلالة

الإحصائية بالنسبة إلى بُعد الانتماء وفقًا لمتغير العمر تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Anova كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (١٥)

يوضح تحليل التباين One Way Anova للمقارنة بين المبحوثين من الشباب بالنسبة لبُعد الانتماء وفقًا لمتغير العمر.

	العمر	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية		قيمة (ف)	مستوى المعنوية
					بين المجموعات	داخل المجموعات		
الانتماء	١٨-٢١	٣٠٨	10.3038	1.67450	16.927	996.037	3.373	0.035
	٢٢-٢٥	٥٨	10.2222	1.616065				
	٢٦فأكثر	٣٤	10.7356	1.41799				
	الإجمالي	٤٠٠	10.3500	1.59338				

يتضح من بيانات الجدول رقم ١٥ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائيًا بين ذوي الأعمار المختلفة لأن قيمة ف= 373.3، والقيمة دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية = 035.0، وذلك لصالح الفئة العمرية الأكبر عمرًا من فئات الدراسة، وهو ما يعني وعي ونضج الفئة العمرية الأكبر عمرًا من أفراد العينة (أكثر من٢٥) تجاه الانتماء للوطن .

جدول رقم(١٦)

تحليل التباين One Way Anova

للمقارنة بين الشباب في متغير الثقة في المعلومات التي توفرها المنصات الاعلامية

وفقًا لمتغير العمر

	العمر	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية		قيمة (ف)	مستوى المعنوية
					بين المجموعات	داخل المجموعات		
الثقة في المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي	١٨-٢١	٣٠٨	10.8101	1.11087	13.484	393.194	6.807	0.001
	٢٢-٢٥	٥٨	10.3376	1.01137				
	٢٦فأكثر	٣٤	10.3908	0.82626				
	الإجمالى	400	10.4425	1.00958				

يتضح من الجدول رقم (١٦) أنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين ذوي الأعمار المختلفة؛ وذلك لأن قيمة ف= 807.6، والقيمة دالة عند مستوى معنوية= 001.0، وهو ما يعني أن الفئة العمرية من(١٨: ٢١) وهي الفئة الأقل عمرًا من بين الفئات الخاصة بمجتمع الدراسة أكثر ثقة في المعلومات التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يعني أنه كلما قل العمر زاد تصديق الفرد لما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أنه كلما زاد العمر زاد وعي الجمهور وعدم تصديقه لكل ما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي.

توصيات الدراسة:

-في ضوء نتائج الدراسة ،يمكن للباحث الخروج بالتوصيات التالية :

– ضرورة قيام مؤسسات الدولة بإنشاء صفحات رسمية تشجع على الثقافة السياسية وتحث على المشاركة السياسية

–العمل على تعزيز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث قدرتها على الحشد والتعبئة في الإنتاج والتنمية، والتقليل من السلبيات وتجنب المخاطر .

–ضرورة تركيز وسائل الإعلام التقليدي والجديد على النماذج الإيجابية في المجتمع الوعى السياسى للشباب

–رفع درجة الوعي لدى الشباب، بما يحفزه على ممارسة حقوقه السياسية والاجتماعية

–ضرورة القيام بحملات إعلامية توعوية حول خطورة بعض صفحات شبكات التواصل الاجتماعي التي تقوم بانتقاد الوطن والرموز السياسية.

–ضرورة اهتمام وزارتي التربية والتعليم العالي على وضع مناهج دراسية تتناول الثقافة السياسة والوعى السياسى

–ضرورة تركيز الأحزاب السياسية على دعم الثقافة السياسية والحث على المشاركة السياسية من خلال المنصات الإعلامية الموثقة

–تحسين جودة المحتوى أهمية تحسين جودة المحتوى: تعتبر جودة المحتوى الإعلامي أمرًا حيويًا في تشكيل الثقافة السياسية لدى الجمهور. فعندما يتم تقديم تقارير موضوعية ومتوازنة، يمكن للجمهور أن يتخذ قرارات مستنيرة بشأن القضايا السياسية. يُساعد المحتوى عالي الجودة في تقليل المفاهيم المغلوطة ويعزز الفهم الشامل للقضايا المعقدة.

–تقديم وجهات نظر متعددة: يجب على وسائل الإعلام تقديم مجموعة متنوعة من الآراء حول القضايا السياسية. هذا لا يساعد فقط في توسيع نطاق الفهم، ولكن أيضًا يُعزز التفكير النقدي لدى الجمهور

–تعزيز الذكاء الاصطناعي: يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل المحتوى وتحديد الأخبار الزائفة قبل انتشارها. هذا يتطلب استثمارًا في التكنولوجيا وتطوير خوارزميات دقيقة

المراجع والمصادر

١–كريمة كمال توفيق ، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء
لدى الشباب الجامعي دراسة ميدانية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ،المجلد٨١، العدد الثالث ، أكتوبر،٢٠٢٢.

٢–هالة منصور ، دور الإعلام في تنمية الوعي السياسي ،حوليات آداب عيد شمس ، المجلد ٥١ ،أكتوبر –ديسمبر ٢٠٢٣.

٣– راللا أحمد عبد الوهاب ، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قيم المواطنة والانتماء لدى الرأي العام ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد٥٧ ج٣ ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام،٢٠٢١.

٤–حسين خطيب، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهه نظر الشباب الجامعي العماني ، رسالة ماجستير ،(الاردن ، جامعه الشرق الاوسط ، كليه الإعلام ،قسم الإعلام)،٢٠٢١

٥–خديجة حرمه ، دور الاعلام البرلماني في تكريس العمل السياسي ،رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الافريقية ، كلية العلوم الإنسانية ،٢٠٢٠.

٦– رباب عبد الرحمن هاشم ، إدراك الشباب الجامعي لمخاطر مواقع التواصل الاجتماعي علي الانتماء الوطني ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، الجزء الأول ، العدد١٩، ٢٠٢٠

٧–حسام علي، الثقافة السياسية وأثرها على المشاركة السياسة ، مجلة كليات التربية ، العدد١٧، الجزء الأول ، مارس ٢٠٢٠

٨– محسن جابر ، الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي ، الجامعة الأسمرية ، كلية الاقتصاد والتجارة ، ٢٠١٩، ص٢٨٤.

٩-رباب جلال، فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة دراسة مسحية على نشطاء التواصل الاجتماعي من طلاب الجامعات. بيروت: دار النهضة العربية .مجلة الاتصال والتنمية،٢٠١٩،ص٢٥١.

١٠-عبد الرحمن بابا ، أثر الثورة الرقمية والاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة، من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي، الجزائر: مجلة دفاتر السياسة والقانون ٢٠١٨، ص 735 .

١١-إيمان مرعي ، الاتجاهات الحديثة في تشكيل الرأي العام ،مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية ،٢٠٢٤،عدد رقم ١١٦، ص٢٤١.

(12)Brundidge, J. (2010). Encountering "Difference" in the Contemporary Public Sphere: The Contribution of the Internet to the Heterogeneity of Networks. Journal of Communication, 60(4), 680-700. Political Discussion doi: 10.1111/j.14602466.2010. 01509.x

(13)Fuchs, Christian. 2017. Social media: A Critical Introduction. London: Sage. Second edition.p.182. Online at: https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/social-media/book250870

(14)boyd, d., & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), Doi:10.1111/j.1083-6101.2007. 00393.x 210-230.

(15)Altayar, F. (2014), shabakat altawasul alaijtimaeii wa'athariha ealaa alqiam ladaa tullab aljamiet: tawyatir nmwdhjana: dirasat tatbiqiatan ealaa tullab jamieat almalik sueud. alryad: almajalat alearabiat lildirasat al'amniat .waltadribi, 31 (61), 226

(16)Ubayasiri, Kasun. (2006). Internet and the public sphere: A glimpse of YouTube, eJournalist, online at: https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/artinternet-and-public-sphere-ubayasiri-2006.pdf

(17)Al Mahdi, A. (2018). almajal aleama min alwaqie alfielii 'iilaa alealam alaiftiradi: maeayir altashakul walmueuiqati, waraqat bahathiyat manshurat bialmarkaz aldiymuqratii alearabii barlin 'almania Online at: http://democraticac.de/?p=53184

١٨- سارة عبد الرحمن، "تأثير الإعلام الإخباري على تكوين الثقافة السياسية في السعودية"، ٢٠١٩، ص٨١

١٩-محمد العلي، "دور الإعلام الإخباري في تشكيل الثقافة السياسية في الأردن"، ٢٠١٨، ص٦٥-٦٦

٢٠-علي الحسيني، "الإعلام الإخباري وتأثيره على تكوين الثقافة السياسية في العالم العربي"، ٢٠١٦،ص٥١.