

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

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

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

ملخص البحث:

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

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

Usage of Social Networks and Its Impact on Political Participation in the 2014 Egyptian Presidential Election

A field study on a sample of Egyptian university students

Abstract

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

Key words

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

مقدمة

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

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

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

وتبعًا لهذه التطورات غيرت شبكة الإنترنت من عادات مستخدميها من الشباب بسبب الانتشار الكبير لمواقع الشبكات الاجتماعية التي جعلتهم المتحكمين في طبيعة المحتويات التي ينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية والإبداع، بدلاً من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضامين. (H.S. Bark 2002, pp36:42)

وتمشيًا مع هذا الاتجاه فقد شهد المجتمع المصري تحولًا مستقبليًا نتيجة الصراع بين الحكومات من ناحية، والحركات الشبابية الجديدة التي اتخذت من الشبكات الاجتماعية والمدونات منبرًا لها من ناحية أخرى، باتجاه يتبنى سياسات تجمع بين الدمج الحقيقي للشباب النشط في الهياكل الرسمية وتبنى استراتيجيات وأساليب أكثر اعتدالًا في التعامل مع الثقافة الجديدة للشباب التي بلورها استخدام الإنترنت.

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

فمن الناحية النظرية تعد المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية أداة في يد الشباب المصري للرقابة والمشاركة والتأثير، فالناخب لديه القدرة على أن يشارك، ويمنح صوته، أو يمنعه عن المرشحين وفقًا لأدائهم وكفاءتهم في التعبير عن مصالح المواطنين؛ وبالتالي فإن الوعي السياسي للشباب الجامعي ومشاركتهم في العملية الانتخابية يكشف عن الإقبال، أو عدم الإقبال على صناديق الانتخاب، ومدى إدراكه لأهميتها، وعزوفه عن المشاركة أو عدم المشاركة فيها. (عبد الحميد أحمد، محمد، ص 134، 2009).

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

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

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

أهمية الدراسة:

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

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

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة الحالية للتعرف إلى ما يلي:

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

- مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 على استخدام وسائل الإعلام الأخرى.
- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب لعرض الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
- الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
- تقييم الشباب لدور الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية في أثناء الانتخابات.
- مقترحات الشباب الجامعي لتوظيف شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل جديد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم؛ بما يدفع الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
- مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات تنظيرية جديدة في ميدان الدراسات التي تهتم ببحث أسباب استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ودوافع هذا الاستخدام.

مشكلة الدراسة:

يشهد المجتمع المصري منذ اندلاع ثورة 25 يناير ظروفًا خاصة فرضت ضرورة المشاركة الشبابية في أمور مجتمعهم، فقيمة كل شخص في مجتمعه تتحدد من خلال احترامه لرأيه وإسهامه في تيسير أمور مجتمعه، وهو ما يستوجب تدعيم تلك المشاركة من خلال تنمية الوعي السياسي لدى الشباب عن طريق تنمية معارفهم حول قضايا مجتمعهم، وإدراكهم لحقوقهم السياسية وواجباتهم، وبما أن الجامعة تعد من أهم المؤسسات التي تسهم في تكوين التنشئة السياسية والاجتماعية، فهي لها دور كبير في إعداد هؤلاء الشباب وتنمية شخصياتهم، والارتقاء بمستوى قدراتهم وإمكانيتهم على المشاركة الاجتماعية والسياسية، فالمشاركة السياسية هي الأساس الذي تقوم عليه الديمقراطية، بل إن تطور الديمقراطية يتوقف على إتاحة فرص المشاركة السياسية أمام فئات الشعب وطبقاته، وجعلها حقاً يتمتع بها كل إنسان في المجتمع، فكلما اتسعت فرص المشاركة السياسية تقلصت فرص استغلال السلطة والشعور بالاغتراب لدى الشباب، وتصادت قيم المساواة والحرية لدى أفراد المجتمع؛ وهذا بدوره يؤدي إلى الاستقرار العام في المجتمع، ونظراً لأهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في جذب الشباب المصري لها، وقدرتها في التأثير عليهم لمعرفة دوافع التواصل مع الأحداث السياسية عن باقي الدوافع، ومدى ثقنتهم في مضمون مواقع الشبكات الاجتماعية وتقييمهم لدور الشبكات الاجتماعية في هذه الفترة، ومدى استجابتهم للمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية، ومعرفة أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها من خلالها.

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

تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

- ما مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟
- ما الإشباع الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما التصور المقترح لتوظيف الشبكات الاجتماعية والإنترنت بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم؛ بما يدفع الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟

فروض الدراسة: تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

- الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة السياسية، مدى ملائمة الوسيلة".
- الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري " النوع، الجامعة"، والإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة في الحياة السياسية" والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
- الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الباحثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

الإطار النظري:

نظرية الاستخدامات والإشباع:

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباع المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات: دراسة (هرتزوج Herzog) 1942 حول الإشباع المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون (Berelson 1949) حول وظائف قراءة الصحف (HeshamMesbah, p12, 1991). وقد استطاع (إلياهو كاتز Katz) 1959 أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباع من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباع في الدراسات الإعلامية على يد (ريموند باير Raymond Bauer) في الستينيات، وذلك في مقالته العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American Psychologist) بعنوان الجمهور العنيد (The Obstinate Audience)، وكانت فكرته الجديدة- آنذاك- تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض (باير Bauer) بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة- آنذاك- وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية، ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم.

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

مع بداية هذه المرحلة الزمنية في تاريخ مدخل الاستخدامات والإشباع وتطوره قدم الباحثون إسهامات أكاديمية متنوعة أضافت لدراسات الاستخدامات والإشباع تراكمات علمية أسهمت في خصوصيتها وثرانها، ويرى البحث أنه يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباع كما يلي:

المرحلة الوصفية: هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينيات، واهتمت بتقديم وصف لاتجاهات الجماعات المختلفة لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق بانتقاء مضمون محدد يتعرضون له، وكان من أشهر دراسات هذه المرحلة دراسة (هيرتزوج) عام 1942.

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
مدوح شتلة وحنان كامل

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

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

ماهية الاستخدامات والإشباع:

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباع بأنه مدخل يوضح ويفسر - إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور - قبل التعرض - المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباع معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته (سعود البشر، محمود، ص47، 1997)

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

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

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

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

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

- 1- **الجمهور النشط: Active Audience**: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام. Denis Mcquail et.al, p222, 1988
- 2- **الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.**
- 3- **حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:**
أولاً: **دوافع نفعية (Instrumental Motive)**: وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

1- التوقعات من وسائل الإعلام.

2- التعرض لوسائل الإعلام.

3- إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:

أولاً: إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات:

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

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

ثانياً: إشباعات عملية الاتصال (Process Gratifications): وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

أ: إشباعات شبه توجيهية (Para Orientational): وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن
الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

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

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

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

مراجعة الدراسات السابقة:

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

من الدراسات التي اهتمت بمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب دراسة (عبدالسلام، نجوي 1998)، التي
سعت للتعرف إلى استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب المصري يستخدم
شبكة الإنترنت للحصول على المعلومات السياسية بنسبة 18%، كما أكد 81.2% من أفراد العينة أن عملية الحصول
على المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت تتسم بالسهولة بينما اعتبرها 15% منهم عملية صعبة، وأكدت النتيجة
نفسها أيضًا دراسة (جنيد، حنان 2003) التي سعت للتعرف إلى توصيف العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلي

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

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

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

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

ومن الدراسات التي سعت إلى تفسير استخدام الشباب لموقعي (الفايس بوك وماي سبيس) في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات دراسة (Urste, et al 2009) التي خلصت إلى أن الشباب يستخدم موقعي (الفايس بوك وماي سبيس) بدافع التواصل مع الأحداث الاجتماعية في حياة الأصدقاء بسهولة ويسر.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

الاستخدامات: هي اتجاه نحو المتابعة والتعليق والتفاعل والمشاركة مع محتوى المادة الموجود بمواقع الشبكات الاجتماعية، وذلك نتيجة لتأثرهم بها، وهو اتجاه يجذب انتباههم؛ لينقلهم إلى الاهتمام بما يقدم بها ثم يتحول ذلك الاهتمام إلى إدراك لتلك المادة.

مواقع الشبكات الاجتماعية: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت، ومن أي مكان، وقد ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تفرز العلاقات بين أبناء المجتمع الإنساني، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية احتجاجية على نظم الحكم المستبدة، وأصبحت بمثابة سلاحاً للقيام بالثورات وكافة الأنشطة السياسية، وأبرز تلك المواقع الاجتماعية: (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب).

المشاركة السياسية: هي الممارسة الفعلية للشباب في عملية اختيار حكاهم، وممثليهم على المستوى القومي، وفي المجالس المحلية، ومجالس الشعب، والأحزاب السياسية، والاتحادات الطلابية، أي **الدور الذي يلعبه الشباب على المستوى القومي والمحلي.**

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

الإجراءات المنهجية للدراسة:

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

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

(100) مفردة جامعة القاهرة: تمثل الحضر، (100) مفردة جامعة الأزهر: تمثل التعليم ذا الطابع الديني، (100) مفردة جامعة 6 أكتوبر: تمثل التعليم الخاص، (100) مفردة جامعة طنطا: تمثل المحافظات الريفية.

مبررات اختيار الشباب الجامعي المصري كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

7. رغبة الشباب الجامعي في التواصل مع كل ما هو جديد، والتفاعل معه، وسعيه الدائم إلى خوض غمار التجربة دون تردد من أجل الوقوف على كل ما هو جديد وحديث.
8. أنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعًا إعلاميًا، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في تميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخدامًا لمواقع الشبكات الاجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطًا في شبكة الإنترنت وإسهامًا في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شؤون الحياة، وخصوصًا النواحي السياسية.

حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** حيث تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراسة، وهي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 على عينة من الشباب الجامعي فقط.
- **الحدود الزمنية:** وتمثلت في الفترة من 2014/6/1 إلى 2014/6/31. (المدي الزمني لتطبيق استمارة الاستبيان).

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

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

• إجراءات تطبيق الاستبيان:

- اختار الباحثان بالطريقة العشوائية غير المنتظمة من بين الشباب الجامعي في المجتمع الأصلي للعينة المطلوبة.
- وضع الباحثان في الاعتبار أن يكون تطبيق الاستبيان على عدد يزيد عن الأعداد المطلوبة بنسبة (10%) احتياطيًا؛ لاحتمال وجود استمارات غير صحيحة فيمكن استبعادها.
- وزع الباحثان الاستبيانات، وأوضحا لهم تعليمات الإجابة على كل جزء من أجزائه.
- تم التطبيق في الفترة من 2014/6/1 وحتى 2014/6/31.

المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

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

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

-الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- حساب التحليل العاملي والذي يقوم بتحليل المكونات الأساسية لعبارات المقياس ، والتدوير المتعامد للمحاور بطريقة فاريماكس Varimax وفقاً لمحك هنري كيزر Kaiser Henry باستخدام برنامج Spss11.0.
النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1. توصيف عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة الدراسة من اربعة جامعات مصرية هي جامعات : القاهرة ,طنطا ,الازهر , 6أكتوبر حتي تكون عينة ممثلة للنظام التعليمي في مصر في مرحلة التعليم العالي بمختلف انواعه .

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة الميدانية ن = 400

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

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

2- مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

استعان الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة اي مواقع التواصل الاجتماعي يحظى بأهتمام الشباب الجامعي وتفضيلهم له وايهما قربا منهم وتأثيرا عليهم بما له من خصائص وسمات يفضلها الشباب .
يتضح لنا أن: أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً هي:
موقع فيس بوك (Facebook) بمتوسط 2.9 في الترتيب الأول، يليه يوتيوب (you tube) بمتوسط 0.8 في الترتيب الثاني، ثم تويتر (Twitter) بمتوسط 0.7 في الترتيب الثالث، وهذا يؤكد بدوره أهمية موقع الفيس بوك في الأحداث الهامة في مصر، وعلى رأسها ثورة 25 يناير، وثورة 30 يونيو، وأخيراً الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

4- الأوقات التي يزيد فيها استخدام المواقع الشبكات الاجتماعية:

قصد الباحثان من وراء هذا التساؤل معرفة الاوقات التي يزيد فيها اقبال الشباب علي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة اهمية متغير المشاركة السياسية والحصول علي المعلومات الخاصة بها من بين المتغيرات الاخرى .
يتضح أن: نسبة 36.6% من أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد يزيد فيه استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 24.6% من أفراد العينة يزيد استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات وتصاعد الأحداث، ونسبة 15% منهم يستخدمونها في الإجازات والمناسبات، ونسبة 13.9% منهم يستخدمونها للتسلية وشغل أوقات الفراغ، ونسبة 8.8% من أفراد العينة يزيد استخدامهم عند الرغبة في الحصول على المعلومات السياسية، وأخيراً نسبة 1.1% من أفراد العينة يزيد استخدامهم أثناء الدراسة، ويتضح وجود فروق في الأوقات التي يزيد فيها استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001.

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

استخدم الباحثان هذا التساؤل لمعرفة اهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها والتحدث فيها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة موقع الموضوعات السياسية واهميتها بين هذه الموضوعات والتي جاءت في ترتيب متقدم الترتيب الثاني بين اهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها .
يتضح لنا أن: أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية هي:
الموضوعات الاجتماعية بمتوسط 6.7 في الترتيب الأول، ثم الموضوعات السياسية بمتوسط 6.6 في الترتيب الثاني، ثم الموضوعات العلمية بمتوسط 6.5 في الترتيب الثالث، وفي الترتيب الأخير جاءت الموضوعات الصحية بمتوسط 3.6 .

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

6- أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

جدول (2)

أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية ن=374.

قيم شيوع عبارات المقياس "الاشتراكيات" Communalities

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

جدول (3)

تشبع أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية بالعامل العام قبل التدوير.

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

جدول رقم (4)

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

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

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

استعان الباحثان بهذا التساؤل للمقارنة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كأوسيلة اتصال حديثة ووسائل الإعلام الأخرى, وجاء استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في مكانة متقدمة جدا مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى .

يتضح لنا ان: أن نسبة 19.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة 100% للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014م مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى, ونسبة 27.8% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية بشكل متوازن, ونسبة 20.3% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية والإعلام التقليدي بشكل متقارب, ونسبة 14.2% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل أكبر من الإعلام التقليدي, ونسبة 11.8% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل أقل من الإعلام التقليدي, ونسبة 6.4% منهم لم يستخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية إطلاقاً.

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

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

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

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

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

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

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

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

جاء هذا التساؤل لمعرفة اي من المرشحين لمنصب الرئيس قام الشباب الجامعي المصري بعمل دعاية او ترويج لبرنامج الانتخابي او تأييده علي صفحات مواقع الشبكات الاجتماعية وكان من الضروري وضع مثل هذا التساؤل نظرا لحدوث هذه الانتخابات الرئاسية بين اثنين من المرشحين فقط واجرائها في مناخ ديمقراطي خالص .
يتضح لنا أن: نسبة 74.3% من أفراد العينة قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد عبدالفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية المصرية، ونسبة 25.7% منهم قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد حمدين صباحي في الانتخابات الرئاسية المصرية، ويتضح وجود فروق في المرشح الذي قمت بعمل دعاية أو ترويج لبرنامج الانتخابي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، حيث كانت قيمة كاي دالة عند مستوى 0.001، ما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد عبد الفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية المصرية.

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

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

جدول رقم (6)

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

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

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

12- مقترحات توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي:
استعان الباحثان بهذا التساؤل للاستفادة من آراء الشباب الجامعي المختلفة في كيفية توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لجذب الشباب بشكل عام نحو العمل السياسي والمشاركة في الحياة السياسية بمختلف أنواعها وأشكالها ولكي يكونوا قوة مؤثرة في المجتمع المصري وأكدت نتائج هذا التساؤل من خلال آراء الشباب المختلفة ان الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية لها دورا كبيرا في دمج الشباب المصري في الحياة السياسية بمختلف أشكالها.

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

جدول رقم (7)

مقترحات توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي:

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

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 50.5% من أفراد العينة ليس لديهم اقتراحات، ونسبة 25.7% منهم اقترحوا: أعتقد أن الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالفعل جعلت الباب مفتوحاً أمام الجميع للعمل السياسي، ونسبة 25.1% منهم اقترحوا: المحايدة وعدم التشبث برأي واحد، ومطالبة كل الناس باتباعي، ونسبة 25.1% منهم اقترحوا: توسيع دور الإنترنت للدعاية، ويتضح وجود فروق في مقترحات توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب للعمل السياسي؛ حيث كانت قيمة كا 2 دالة عند مستوى 0.001، ما عدا (لا يوجد) كان التكرار الفعلي مقارباً للتكرار المتوقع؛ ومن ثم كانت قيمة كا 2 غير دالة عند مستوى 0.05.

فروض الدراسة:

اختبرت الدراسة عدداً من الفروض وكانت النتائج على النحو التالي:

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص، المستوى الاقتصادي والاجتماعي"، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، السياسة، مدى ملائمة الوسيلة".
2(أ): الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم (8)

الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

مستوى المعنوية د.ح372	ت	إناث (ن=128)		ذكور (ن=246)		المتغير الجنس
		ع	م	ع	م	
0.152 غير دالة	1.435	1.45	8	1.23	8.2	المعرفة والتعلم
0.828 غير دالة	0.218-	1.69	13.3	1.77	13.2	الاتصال والتفاعل الاجتماعي
0.110 غير دالة	1.600	1.84	6.9	1.79	7.2	تسلية وترفيه
0.432 غير دالة	0.787	1.26	7.2	1.67	7.3	الاختيار والتحكم
0.669 غير دالة	0.427	2.66	12.5	2.51	12.7	السياسة
0.116 غير دالة	1.577-	1.49	13.9	2.19	13.6	مدى ملائمة الوسيلة
0.619 غير دالة	0.498	7.17	61.7	8.75	62.1	دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

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

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

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

الفرض الثاني:

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

3(أ): الفروق بين الذكور والإناث في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
مدوح شتلة وحنان كامل

جدول رقم (9)

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

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

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

3(ب): الفروق بين الجامعات في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية: يتضح لنا أن: جاء أفراد العينة بجامعة القاهرة في الترتيب الأول بمتوسط 52.2 في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت جامعة طنطا في الترتيب الثاني بمتوسط 51.6، وجاءت جامعة 6 أكتوبر في الترتيب الثالث بمتوسط 50.2، وفي الترتيب الأخير جامعة الأزهر بمتوسط 49.8 في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

جدول رقم (10)

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

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

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

الفرض الثالث:

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

يتضح لنا أن:

-وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودوافع السياسة، حيث كانت (0.3 > < 0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
مدوح شتلة وحنان كامل

- وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودوافع الاختيار والتحكم، حيث كانت ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع المعرفة والتعلم، حيث كانت ($0.3 > r$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع الاتصال والتفاعل الاجتماعي، حيث كانت ($0.3 > r$) وهي دالة عند مستوى 0.05.
 - وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع التسلية والترفيه، حيث كانت ($0.3 > r$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع مدى ملاءمة الوسيلة، حيث كانت (r) غير دالة عند مستوى 0.05.
- مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثالث

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباع المتحقق لديهم من استخدام تلك المواقع.

جدول رقم (11)

العلاقة بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية والإشباع المتحقق لديهم من استخدام تلك المواقع

تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	الإشباع المتحقق لديهم من استخدام تلك المواقع
0.01	قوي	طردي	**0.741	

يتضح من الجدول السابق:

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

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

مناقشة نتائج الدراسة

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

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
مدوح شتلة وحنان كامل

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

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

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

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

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

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

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

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

توصيات الدراسة:

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

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شتلة وحنان كامل

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

المراجع

- أحمد عمر، حمدي (2014). مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي- دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات الصعيد مصر. دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد العاشر.
- الخياط، مسعد محمد (2007) دور الإنترنت والصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات. رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس،
- الصعدي، طارق محمد والقويري، جمال الدين محمد (2007) استخدامات الشباب الجامعي لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت وتأثيراتها على الترابط الأسري في المجتمع الليبي- دراسة ميدانية. المؤتمر العام السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي للمواطن العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- جنيد، حنان (2003) تكنولوجيا الاتصال التفاعلي "الإنترنت" وعلاقتها بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (يناير- مارس 2009) كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- جلال حسن، أشرف (2009) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفصائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية- دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل. المؤتمر العلمي الأول وتحديات العصر، فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- حبيب، محمد رضا (2007). علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري- دراسة تحليلية وميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- خضر، نرمين زكريا (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية المؤتمر العلمي الأول. الأسرة والإعلام وتحديات العصر، فبراير 2009، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- روبيرتس، تيمونز، وهيت ايمي (2004). من الحداثة إلى العولمة، رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغيير الاجتماعي. (ترجمة سمير الشبكي). القاهرة: عالم المعرفة، ج1، العدد 309.
- سعود البشر، محمود (1997) مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.
- عبد الحميد أحمد، محمد (2009) المدونات- الإعلام البديل. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد السلام، نجوي (1998، مايو) أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت. المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام، الإعلام وقضايا الشباب، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عبد القوي، محمود حمدي (2009) دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب- دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية. المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر- يوليو 2009، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- مكاوي، حسن عماد وحسين، ليلي السيد (1998) الاتصال ونظريات المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- منصور، محمد (2012) تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين- دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية بالدانمارك.

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية
ممدوح شنتلة وحنان كامل

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

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