

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٩م = ١.٥٠

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩م = ٠.١٣٢١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد السابع والعشرون - أبريل / يونيو ٢٠٢٠م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

▪ استراتيجيات تكوين المكانة الخاصة بثقافة المستهلك المحلية والأجنبية والعالمية في الاعلان التلفزيوني الدولي في مصر

أ.م.د. دينا أحمد عرابي (جامعة القاهرة) ... ص ١١

بحوث باللغة العربية:

▪ العوامل المؤثرة على فاعلية الأداء المهني لموظفي العلاقات العامة وخدمة العملاء بالبنوك

أ. د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى)

دانيه عبدالله علي المالكي (جامعة أم القرى) ... ص ١٥

▪ عنف اللغة بالخطاب الاعلامي

أ.م.د. سهاد عادل جاسم (الجامعة المستنصرية)

د. محمد جبار زغير (جامعة الإمام جعفر الصادق (ع)) ... ص ٦٣

▪ معالجة قضايا الحماية الاجتماعية للطفل في المواقع الالكترونية لمنظمات الطفولة وعلاقتها بإدراك طالبات الجامعة لها

د. سلوى علي إبراهيم الجيار (جامعة بورسعيد) ... ص ٧٥

▪ علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم

د. عايدة محمد عوض المر (جامعة المنصورة) ... ص ٢٠١

▪ أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق "تيك توك" في مصر

د. شيماء عز الدين زكي جمعة (جامعة عين شمس) ... ص ٢٦٣

▪ العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الاعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية: دراسة مسحية للقائم بالاتصال

في الاعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد

د. ولاء محمد محروس الناغي (جامعة بورسعيد)

د. هبه مصطفى حسن مصطفى (جامعة بورسعيد) ... ص ٢٩٩

▪ دور العلاقات العامة في إطار منظومة الاتصالات التسويقية المتكاملة

د. السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن (جامعة السويس) ... ص ٣٥١

▪ التحرش الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقات: دراسة ميدانية

د. جيهان سعد عبده المعبي (جامعة المنصورة) ... ص ٣٨٥

▪ سلوك المشاهد ودوره في تعديل صورة المسلمين النمطية في بريطانيا: دراسة حالة على تأثر جماهير ليفربول باللاعب

المصري محمد صلاح

د. ريهام علي نوير (المعهد العالي للدراسات الأدبية بكينج ماريوط) ... ص ٤٤٧

▪ استخدام قناة الجزيرة الاخبارية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر لنسج الاخبار الزائفة

حسن أحمد أبو شريفة (جامعة جازان)

سلامة أحمد محمد الفيقي (جامعة جازان) ... ص ٥١٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية (ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جمع الحقوق محفوظة ٢٠٢٠ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpra.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي للعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (لبنان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال جامعة الشارقة

أ.م.د. سهاد عادل جاسم

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب الجامعة المستنصرية

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

الأستاذ المشارك ورئيس قسم العلاقات العامة كلية الإعلام - جامعة اليرموك

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

صبري محمد سليمان

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٣٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكييمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٥٠ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٩م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط

- Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢٠٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
 - يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
 - في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
 - إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
 - يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥%) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأى عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
 - يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
 - لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
 - لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
 - يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
 - ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
 - ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
 - ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
 - ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
 - نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
 - بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
 - تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jprr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر — ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ستة وعشرون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراحون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٦) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST) - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة".

وفي العدد السابع والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة في العدد "السابع والعشرين" من المجلة نجد: بحثاً باللغة الإنجليزية مقدماً من جامعة القاهرة تحت عنوان: "استراتيجيات تكوين المكانة الخاصة بثقافة المستهلك المحلية والأجنبية والعالمية في الإعلان التلفزيوني الدولي في مصر"، وهو مقدم من: أ.م.د. دينا أحمد عرابي، من مصر.

ومن جامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية نجد بحثاً مشتركاً تحت عنوان: "العوامل المؤثرة على فاعلية الأداء المهني لموظفي العلاقات العامة وخدمة العملاء بالبنوك"، وهو مقدم من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي، من مصر، دانيه عبد الله علي المالكي، من السعودية.

ومن العراق قدم كل من: أ.م.د. سهاد عادل جاسم، الجامعة المستنصرية، د. محمد جبار زغير، جامعة الإمام جعفر الصادق (ع) بحثاً مشتركاً بعنوان: "عنف اللغة في الخطاب الإعلامي". ومن جامعة بورسعيد قدمت: د. سلوى علي إبراهيم الجيار، من مصر، بحثاً بعنوان: "معالجة قضايا الحماية الاجتماعية للطفل في المواقع الإلكترونية لمنظمات الطفولة وعلاقتها بإدراك طالبات الجامعة لها".

ومن الجامعة نفسها قُدم بحث مشترك من: د. ولاء محمد محروس الناغي - د. هبه مصطفى حسن مصطفى بعنوان: "العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد".

ومن جامعة المنصورة قدمت: د. جيهان سعد عبده المعبي، من مصر، دراسة ميدانية عن: "التحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقات".

ومن الجامعة ذاتها قدمت: د. عايدة محمد عوض المر، من مصر، بحثاً بعنوان: "علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم".

أما د. شيماء عز الدين زكي جمعة، من جامعة عين شمس، من مصر، قدمت بحثاً بعنوان: "أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق "تيك توك" في مصر".

وقدم د. السيد عبد الرحمن علي، من جامعة السويس، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور العلاقات العامة في إطار منظومة الاتصالات التسويقية المتكاملة".

ومن مصر كذلك قدمت د. ريهام علي نوير- المعهد العالي للدراسات الأدبية بكينج مريوط بالإسكندرية- بحثاً بعنوان: "سلوك المشاهد ودوره في تعديل صورة المسلمين النمطية في بريطانيا: دراسة حالة على تأثر جماهير ليفربول باللاعب المصري محمد صلاح".

ومن جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية قدم حسن أحمد أبو شريفة بحثاً مشتركاً مع سلامة أحمد الفيافي لاستكمال إجراءات حصولهم على درجة الدكتوراه بعنوان: "استخدام قناة الجزيرة الإخبارية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر لنسج الأخبار الزائفة".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات

المواطنة الرقمية لديهم

إعداد

د. عايدة محمد عوض المر (*)

(*) مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة.

علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم

د. عايدة محمد عوض المر

aidam6756@gmail.com

جامعة المنصورة

ملخص:

استهدفت الدراسة التعرف على مدى علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم، تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعين، وقد طبقت الدراسة الميدانية على عينة من سكان محافظتي القاهرة والدقهلية في مرحلة المراهقة المتأخرة من سن ١٨ إلى ٢١ عاماً قوامها ٣٠٠ مفردة من الذكور والإناث اختيرت بطريقة عشوائية وباستخدام استمارة استبيان لجمع البيانات طبقت بالمقابلة معهم، كما تم توزيع عدد من الاستمارة إلكترونياً عن طريق مواقع الجامعات التي سحبت منها العينة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها:-

- يعتمد نسبة ٦١.٧% من عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية في حياتهم اليومية بشكل دائم، ٣٢.٣% يعتمدون عليها بصفة غير دائمة، بينما يعتمد عليها نادراً ٦% فقط من عينة الدراسة.
- ثبتت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين في متابعة قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها في معالجة تلك القضايا.
- تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور فعال في تدعيم قيم ومستويات المواطنة لدى المراهقين، فقد أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية وبين تفاعلاتهم ومشاركتهم في الأنشطة السياسية والوطنية في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: المواطنة الرقمية، مواقع التواصل الاجتماعي، المراهقين.

مقدمة:

إنّ العالم اليوم يعيش نهضةً علميةً عظيمةً، وتقدماً في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، بشكل أصبح معه التطور العلمي والتقني مقياساً للتنافس الدولي نحو التنمية الشاملة وفي الوقت الذي أصبحت الدول النامية تستند على مواردها البشرية باعتبارها الأداة الفاعلة، والقوية لدفع جهودها نحو التقدم والارتقاء بها إلى مصاف الشعوب المتقدمة، تشكل المواطنة الصالحة مطلباً أساسياً من متطلبات تنمية المجتمعات، لتعينها على الانطلاق نحو تحقيق غاياتها المنشودة لبناء مجتمع مدني قوي، ومتماسك تنمو فيه الحريات وتتطور وتسوده أسس العدل والمساواة والتكافؤ واحترام التعددية، ويتوقف ذلك على درجة الاهتمام بأفراده وتعزيز التعاون بين مختلف مؤسساته، والاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتوسيع مشاركتهم وتشجيعهم على تحمل المسؤولية إزاء مستقبل وطنهم بما يحقق التطور داخل منظومة المجتمع، وتتيح شبكة الإنترنت وهي العنصر الأساسي في بنية الإعلام الجديد تواصل المواطنين مع بعضهم البعض وتفاعلهم مع السياسات.

وليس من شك في أن وسائل الإعلام، ومنذ نشأتها تقوم بدور متميز في نيقظ الأفكار، وتنمية الوعي السياسي والفكري، وتوسيع قاعدة المثقفين، هذا فضلاً عن مشاركتها الفاعلة في تكوين الرأي العام وهي وسيلة مهمة من وسائل الشعب للتعبير عن مطالبه واهتماماته، وتماشياً مع تطورات العصر، أخذت وسائل الإعلام تشق طريقها بشكل متزايد، وأضحت ضمن اهتمامات المواطن اليومية، كمصدر مهم من مصادر الأخبار^(١).

وتعد التفاعلية العنصر الأساسي الذي ارتكزت عليه وسائل الإعلام الجديدة في لفت انتباه الجماهير والمشاهدين، من خلال تقديم مجموعة متكاملة من الخدمات وإتاحة الفرصة للمشاركة والتعبير بالآراء في العملية الإعلامية من خلال التعليق المباشر على المواد الإعلامية المنشورة وإبداء آرائهم واقتراحاتهم، كما أن مواقع الشبكات الاجتماعية أحدثت تغييراً جذرياً باعتبارها الأسرع والأقصر طريقاً في الوصول إلى الجمهور، وقد بينت نتائج الدراسات التي أجريت في هذا الصدد أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية ودورها المحوري في العمل على توطيد أواصر الصداقة والتضامن بين الأفراد، وتعزيز احترام حقوق الآخرين، وإغناء ثقافة الحوار والتسامح ونبذ العنف، وإكساب الناس الثقة بأنفسهم وبيان أهمية أدوارهم الفاعلة في خدمة مجتمعاتهم^(٢). وقد أشارت تلك الدراسات إلى أن الإعلام الجديد عموماً ومواقع الشبكات الاجتماعية بالخصوص تقوم بدور ملحوظ ومهم في تحقيق تطوير شخصية الأفراد وصياغة وصقل بنائهم وتكوينهم، وفي تنمية وتدعيم قدراتهم ومهاراتهم^(٣)، وفي هذا الصدد، تشير غالبية الأبحاث السابقة إلى وجود علاقات إيجابية بين استخدام

وسائل الإعلام الاجتماعية من طرف الشباب والمراهقين، وقيم المواطنة مثل، المشاركة المدنية والسياسية^(٤)، ومع توسع المجتمعات الشبكية في الآونة الأخيرة، تعددت أشكال المشاركة المجتمعية وتعززت قيم المواطنة، لتشمل المشاركة عبر الإنترنت التي تؤكد الهوية الفردية وغالبًا ما تمتد على المستوى السياسي وغير السياسي، والتدوين على مواقع الإعلام الاجتماعي، والانضمام إلى مجموعات عبر الإنترنت أو إنشائها، أو التغريد لدعم القضايا، أو تنظيم مناسبات احتجاجية ذاتية التنظيم، أو الانضمام إلى أعمال إبداعية، والانخراط في مناقشات عبر الإنترنت مع نظرائهم.

وانطلاقاً من هذه الحقائق التي تفرضها علينا شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في صنع وإحداث التغيير في جميع الحالات يأتي هذا البحث لتناول علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم، وتطبيق الدراسة على عينة متنوعة من المراهقين حتي يمكن التوصل إلى نتائج تتيح لنا فهمًا أفضل للموضوع يساعد في الاستفادة إيجابياً من شبكات التواصل الاجتماعي بما يخدم الفرد والمجتمع؛ حيث تعد المواطنة في حقيقتها ومن خلال منظومة قيمها المتعددة سلوكاً تطوعياً حضارياً يقوم به الفرد لصالح وطنه أو المكان الذي يعيش فيه أو حتي المنظمة التي يعمل فيها، ومعني هذا إنها التزام عقائدي وأخلاقي وحضاري، فالمواطنة مبنية علي قيم ومبادئ الإنسان السوي تجاه وطنه ومجتمعه حيث تصبح المواطنة لديه عبارة عن سلوك شخصي وممارسة يومية في حياته وضميره.

أولاً: المواطنة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تشكل قضية المواطنة واحدةً من أبرز القضايا على أجندة الجدل والحوار السياسي في المجتمع المصري؛ وذلك لارتباطها الوثيق بأي تحول ديمقراطي حقيقي، إذ لا يمكن ممارسة حقوق المواطنة من دون رسوخ ثقافة المواطنة في الوعي الاجتماعي العام؛ فمن المؤكد أن عملية بناء هذا الوعي العام بحقوق المواطنة تتطلب منظمات قوية وفاعلة قادرة على نشر ثقافة المواطنة والديموقراطية^(٥). وقد احتلت هذه القضية مساحة كبيرة في الدراسات السياسية والاجتماعية والتربوية والتنظيمية، وترتب على تعدد منابع الفكر العالمي في دراسة القضية وتعدد مرجعياته المتعلقة بالنظرية السياسية التي ينطلق فيها - تحديد مفهوم المواطنة ومكوناتها ومبادئها ومخرجاتها^(٦).

ومفهوم المواطنة مفهوم مركب يتشابك مع الهموم الوطنية كافة، والإشكالات الرئيسة المرتبطة بهذا المفهوم؛ مثل: علاقة المجتمع المدني والأهلي بالدولة من ناحية، وبالقطاع الخاص من ناحية أخرى لخدمة أهداف العدل الاجتماعي وتحقيق العدالة التوزيعية مع تراجع دولة الرفاهية، وكذلك دورها على الساحة الدولية مع امتزاج الأجنداث والمطالب الداخلية والخارجية في قضايا البيئة والفقير، وتزايد الوعي بحتمية إشراك المرأة في المجال العام اقتصادياً وسياسياً، والتطوير المتسارع في مؤسسات التمثيل الديمقراطي، وأزمة المشاركة وانتشار ظاهرة العزوف السياسي^(٧).

وتوازيًا مع التحولات التاريخية التي قطعها مفهوم المواطنة، حدثت تحولات على صعيد الإطار الاجتماعي والسياسي المتغير للمواطنة، ويتمثل التحول الأول في هذا الصدد في اتساع منظومة الحقوق والواجبات التي يتضمنها مفهوم المواطنة؛ فبعد أن كان قاصرًا على الحقوق والواجبات ذات الطبيعة السياسية والقانونية، اتسع ليشمل حزمة كاملة من الحقوق والواجبات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والإنسانية العامة^(٨).

وقد أصبح مفهوم المواطنة على الصعيد المعاصر يتضمن جانبين؛ جانبًا تقليديًا، وجانبًا افتراضيًا، الأول تمثل المواطنة فيه علاقة قانونية بين الإنسان ودولته القومية، فهي الوضع الذي يكون فيه المرء متمتعًا بحقوقه وواجباته كمواطن في المجال المدني والسياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي، فهي مفهوم يتضمن التزامًا أخلاقيًا تجاه الوطن الذي يعيش فيه الفرد، وذلك بدءًا بالحب له وانتهاءً بالولاء والإخلاص والشعور بالانتماء له، وتقديم ذلك على أي ولاء (الطائفية أو قبلية أو حزبية)^(٩). أما الجانب الثاني فهو المواطنة الافتراضية Virtual Citizenship، وتتجلى في ممارسة حقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهي تتزاحم بين المواطنة المقتننة والمواطنة الحرة، هذه الأخيرة التي أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيلها من خلال نقل القضايا من الواقع إلى العالم الافتراضي ومناقشتها بغض النظر عن حواجز الدين واللغة والأصل^(١٠).

ففي ظل التوترات التي تعاني منها الدول وتقلص الحقوق السياسية وعدم مصداقيتها في السياقات الواقعية يتجلى في الأفق المجتمع الافتراضي الذي تتكشف فيه المطالبة بالحقوق السياسية، فهناك ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي الذي يعد بوابة جديدة لتحقيق المواطنة حيث ظهر نوع جديد من الثقافة مبني على المشاركة عبر الفضاءات الافتراضية، وقد أسهم هذا النوع في تحويل المواطنة الفعلية إلى مواطنة افتراضية عبر اندماج المشاركين في الفضاء الافتراضي بغض النظر عن جنسياتهم وأماكنهم^(١١)، حيث يشعر مواطنو الشبكات الاجتماعية بنوع من الانتماء الافتراضي والانتساب والارتباط العاطفي والوجداني والفكري والسلوكي، ويقصد بالانتماء الافتراضي بأنه إحساس وشعور وإدراك نفسي واجتماعي من جانب المستخدم بأنه جزء من فضاءه الإلكتروني، يحبه ويتعلق به ويكن له الولاء^(١٢).

ويمكن تعريف المواطنة الافتراضية بأنها:

ممارسة الحقوق السياسية والمدنية والاجتماعية عبر الإنترنت من خلال ممارسة قائمة على المشاركة في مستويات متباينة محلية وقومية وعابرة للقوميات وتتميز هذه المشاركة بالاندماج الاجتماعي دون استبعاد أو تهميش، فالجميع لديه نفس الفرص المتساوية في المشاركة الافتراضية^(١٣).

أنواع المواطنة الافتراضية: (١٤)

- المواطنة المقتننة: وهي ترتبط باستخدام المواقع المفتتة، مثل: بوابات الحكومة الإلكترونية، ومواقع الوزارات والجامعات والجمعيات وغيرها.

- **المواطنة الحرة:** التي تمكن المستخدم من التجول في مواقع الإنترنت بحرية وبدون شروط وقيود، وقد عملت تكنولوجيا التواصل الاجتماعي على مساندة هذا النوع من المواطنة، حيث مكنت من ربط أفراد المجتمع العالمي في مجتمعات صغيرة تسعى نحو تبادل المعلومات والمعارف والتشارك بها.

ويدور جدل واسع في كثير من الدوائر السياسية والأكاديمية بشأن انعكاسات استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المواطنة بقضاياها المختلفة، فضلاً عن العلاقات المرتبطة بالهويات والخصوصيات الحضارية والثقافية للشعوب وما يحمله من آثار بعيدة المدى، ويمكن الإشارة إلى دور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم المواطنة، فقد غيرت المواطنة بعمق الصورة الكلاسيكية للمواطن، حيث تعد حرية التعبير من الأصول الأساسية التي يقوم عليها نظام الدولة القانونية الديمقراطية، كما تعتبر وسائل الإعلام بمختلف صورها من أهم وسائل التعبير عن حرية الرأي في العالم المعاصر^(١٥).

معايير نجاح المواطنة عبر المجال العام الإلكتروني:^(١٦)

توجد مجموعة من المعايير لنجاح المواطنة عبر المجال العام الإلكتروني يمكن تحديدها على النحو التالي:

- تضمين مجموعة كبيرة من المواطنين في حوار منطقي:

يعمل الإنترنت على تضمين مجموعة كبيرة من المواطنين في المناقشات وتجنب الفروق في المهارات وإمكانية الاتصال. تمثل المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي أحد الأماكن التي يحدث فيها النقاش عبر الإنترنت بين المواطنين.

- القدرة على التأثير في أجندة النقاش العام للمواطنين:

يحتاج المواطنون أنفسهم إلى القدرة على إثارة القضايا محل الاهتمام وإعادة توجيه الانتباه للقضايا التي يهتمون بها. تعد منتديات النقاش عبر الإنترنت أقرب إلى هذا المعيار فيما يتعلق بقدرة الأفراد على تشكيل أجندة النقاش، إلا أن هذه المجموعات يمكن أن تكون منفصلة عن الأجندة الأكبر للمجال العام.

- تيسير النقاش الحيوي المنطقي والقدرة على تشكيل إرادة جماعية:

يساند الإنترنت جميع أنواع النقاش وتبادل التعليقات بين المواطنين ذوي المعرفة، فالإنترنت يعمل على إعادة توجيه الكثير من الاتصالات السياسية في العالم الواقعي والتي لا تقل في نطاقها وتوجهها عن الوسائل الإعلامية التقليدية.

- **العدالة والاحترام المتبادل - القدرة على تقييم النقاش تبعة لقوة الإقناع وليس حالة المتحدث.**

يعكس المعيار سمات النقاش التي يصعب تقويمها نظامية أو كمية، تركز التقويمات على مقدار المناقشات التي يساندها الإنترنت ومدى إمكانية استمراريتها أو تحسين سمات العدالة والاحترام المتبادل الناتج عن طريق الاتصال المباشر والتي تتفاوت في حد ذاتها تبعاً لهذه المعايير.

الدراسات السابقة:

تناولت بعض الدراسات العربية والأجنبية لمفهوم المواطنة بشكل عام وعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم قيمها ومن هذه الدراسات ما يلي:

دراسة أميرة محمد أحمد على (٢٠١٩م)^(١٧) بعنوان "العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المواطنة"، استهدفت الدراسة رصد العلاقة بين معدل استخدام الجمهور المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة، والتي تشمل (القضايا السياسية القضايا الاجتماعية) وتحديد العوامل المؤثرة في تلك العلاقة، وصولاً إلى تحديد المحفزات التي تدعم المواطنة المصرية الخاصة بكل من الوسيلة والمستخدمين، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وقد اعتمدت على منهج المسح، وتوصلت الدراسة باستخدام الأدوات الكمية والتحليلية عن دور مواقع الشبكات الاجتماعية الفعال في تشكيل معارف الرأي العام نحو قضايا المواطنة السياسية الداخلية والخارجية وقضايا المواطنة الاجتماعية، وزيادة الوعي السياسي وتفعيل ممارسة الديمقراطية من خلال الوجود الاجتماعي على تلك المواقع، لكن أكدت نتائج الدراسة على أن استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية لا يؤثر بشكل كلي ومباشر في تشكيل اتجاهات المستخدمين نحو قضايا المواطنة، حيث أن تشكيل الاتجاه نحو المواطنة يحتاج إلى العديد من المؤسسات والهيئات التربوية والتعليمية والمجتمعية لبنائه، كما أن المجتمع الافتراضي لا يشكل الفضاء السياسي والاجتماعي الوحيد الذي يتحرك فيه الفرد، فالمجتمعات الافتراضية لا تتعامل مع نسق قيمي مغلق محدد الأبعاد واضح المعالم.

دراسة **Maria Ghosn-Chelala** (٢٠١٩م)^(١٨) بعنوان "العوامل المؤثرة في تكوين المواطنة الرقمية بين المراهقين" هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير العوامل الاجتماعية والاقتصادية على تكوين المواطنة الرقمية بين الشباب، كذلك التعرف على التحديات التي تواجه تكوين واستمرار المواطنة الرقمية بين الشباب خاصة في الدول النامية أو بين مواطني دول كانت في صراع سابقاً، اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة بالتطبيق على طلاب المدارس في المناطق التي يسيطر عليها حزب الله اللبناني، حيث تم دراسة ١٠٢٥ طالباً في المدارس اللبنانية. وكانت أهم نتائج الدراسة أن المواطنة الرقمية تكون أقرب بين فئة المراهقين المتعلمين "الطلاب" أكثر من غيرهم من المراهقين غير المتعلمين وذلك لإدراكهم أهمية المواطنة الرقمية، بالإضافة إلي أن المناهج الدراسية

تتضمن بعض القواعد والأسس التي تنظم تعامل الطلاب علي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي منها احترام الغير، وعدم ارتكاب أي جرائم في حق الغير.

دراسة **Shun Xu (٢٠١٩م)** (١٩) " دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ المواطنة الرقمية بين المراهقين في الجامعات"، هدفت إلى التعرف علي الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي فيما يعرف بتكوين المواطنة الرقمية بين المراهقين خاصة مع انتشار استخدام تلك المنصات بين الجمهور وخاصة المراهقين والشباب، لذلك تقوم تلك الدراسة في قياس مدي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي تكوين المواطنة الرقمية، اعتمدت الدراسة علي المنهج المسحي الذي قام بالاستعانة باستمارة الاستقصاء على عينة ٧٧٢ مفردة بحثية وكانت أهم نتائج الدراسة متمثلة في الآتي: أشارت الدراسة إلى صحة الفرض الأول الذي ينص علي أنه هناك علاقة طردية إيجابية بين مستوى الكفاءة الفردية في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي 'individuals' level of social media competence وبين تكوين المواطنة الرقمية لديهم، كما أشارت الدراسة إلي صحة الفرض الثاني الذي يقول هناك علاقة طردية إيجابية بين مستوى الخبرة لدي الفرد فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي وبين تكوين المواطنة الرقمية لديهم وذلك لأن المراهقين الذين يمتلكون خبرة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي لديهم خبرات مثل تعليم الذات وتعليم الغير وتلك الأمور تساهم بشكل كبير في إيجاد ما يعرف بالمواطنة الرقمية بينهم وبين أشخاص آخرين يقومون باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة **خالد منصر (٢٠١٨م)** (٢٠) بعنوان "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري"، هدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تؤديه مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في ٣٧٧ مفردة من الشباب الذكور والإناث المستخدمين الفعليين لمواقع الشبكات الاجتماعية، توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن موقع فيسبوك هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً من طرف الشباب عينة الدراسة، توصلت الدراسة إلى أن أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية هو سهولة البحث عن المعلومات المختلفة إضافة إلى كونها بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى، أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ بين إجابات المبحوثين حول تقدير دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة تعزى للسمات الشخصية للمبحوثين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي)، أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة (المشاركة المجتمعية، الديمقراطية، الانتماء الوطني) عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

دراسة نهى بنت علي حسن جبر (٢٠١٧م) (٢١) بعنوان "دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات في المجتمع السعودي" تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة من منظور عينة طالبات جامعة الملك سعود، ولتحقيق هذا تفرعت منه مجموعة أهداف كان أهمها التعرف على دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي Twitter و Snapchat و WhatsApp في تعزيز قيم الانتماء لدى الطالبات الجامعيات، التعرف على دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي Twitter و Snapchat و WhatsApp في تعزيز قيم المشاركة لدى الطالبات الجامعيات، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور فعال في تنمية كل من قيم المشاركة والانتماء لدى الطالبات، وقدمت الباحثة مجموعة من التوصيات أبرزها توعية الطالبات الجامعيات بأساليب تحقيق الأمان والخصوصية عند استخدامهن لبرامج التواصل الاجتماعي الافتراضي.

دراسة عبدالله بن محمد بن بخيت صفرار (٢٠١٧م) (٢٢) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني"، هدفت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، ولغرض تحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث (المنهج الوصفي التحليلي)، كما استخدم الباحث أداة الاستبانة، تم توزيعها على ٤٧٧ طالبًا وطالبة وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره عبر تطبيقاتها وبمختلف أنماطها قد عززت قيمة الأخوة بين المواطنين، وأكدت على اللّحمة الوطنية بين أفراد المجتمع العماني، معظم المجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي تحث على التكافل والتعاون ومعاونة المحتاج، وأغلب تلك الدعوات التي تطلقها المنشورات الخاصة أو العامة تظهر مضمون التكافل كخلق كريم وبأنه واجب على المواطن، بينت الدراسة أن من أبرز شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تعمل على ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني هي تويتر والفيس بوك يليهما ال وتس أب.

دراسة Yannis Theocharis (٢٠١٦م) (٢٣) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة الرقمية والمشاركة السياسية بين السياسيين"، هدفت إلى التعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي خاصة Facebook في ظهور ما يعرف بالمواطنة الرقمية بين الشباب والمراهقين، والتعرف أيضًا على تأثير تلك المواطنة الرقمية على المشاركة السياسية، وقام الباحث باستخدام المنهج المسحي واستعان باستمارة الاستقصاء التي تم توزيعها إلكترونيًا على عينة قوامها ٢٦٤٤ من ٥٩ مدرسة في مقاطعة Flemish بدولة بلجيكا والذين تراوحت أعمارهم بين ١٥-١٦ عام، وكانت أهم نتائج الدراسة كالاتي، أشارت نتائج الدراسة أن Facebook له تأثير بدرجة كبيرة

علي المراهقين محل الدراسة فيما يتعلق بالمواطنة الرقمية والمشاركة السياسية مما يؤكد صحة الفرض الأول بأن هناك علاقة طردية إيجابية بين استخدام Facebook وبين زيادة معدل المواطنة الرقمية والمشاركة السياسية بين المراهقين، كما أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق تذكر بين العوامل الديمغرافية وزيادة معدل المواطنة الرقمية بين المراهقين محل الدراسة، كذلك بينت الدراسة أهمية العوامل المتغيرة في التأثير علي المواطنة الرقمية بين المراهقين حيث أكدت الدراسة أهمية عناصر مثل الخبرة وزيادة معدل التعرض لـ Facebook وعلاقة ذلك بالمواطنة الرقمية بين الشباب.

دراسة Lisa M Jones (2016)^(٢٤) حول تعريف وتحديد أسباب المواطنة الرقمية بين الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي" سعت الي التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة الرقمية بين الشباب، وما هي مظاهر وسلوكيات الشباب في ترسيخ تلك القيم المتعلقة بالمواطنة الرقمية، اعتمدت الدراسة علي المنهج المسحي، حيث قام الباحث باختيار عينة عشوائية قوامها ٩٧٩ من فئة الشباب والمراهقين الذين يتراوح أعمارهم من ١١-١٧ عام، مستخدمة في ذلك استمارة الاستقصاء والتي توصلت إلي نتائج كان من أهمها، أن من بين السلوكيات التي تساعد علي ترسيخ قيم المواطنة الرقمية بين الشباب كان من أهمها قيم احترام الآخرين عند التعامل معهم علي الإنترنت أو علي مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك من بين القيم الارتباط والمشاركة مع المجتمع في القضايا والأمور المهمة داخلياً أو حتي خارج الدولة، كذلك أشارت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من بين الأسباب الرئيسية التي كانت وراء ظهور المواطنة الرقمية **Digital citizenship**، وذلك لأن تلك المواقع تقوم علي الحوارات والمناقشات التفاعلية الأمر الذي يعد الخطوات الأولى نحو تكوين العلاقات والصدقات وبالتالي تكوين ما يعرف بالمواطنة الرقمية، بالإضافة إلى أنها تساعد على الاندماج التكنولوجي للمراهقين في التكنولوجيا نتيجة الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة ماجد سالم تريان (٢٠١٦م)^(٢٥) بعنوان "فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة دراسة مسحية على نشطاء التواصل الاجتماعي من طلاب الجامعات"، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، من خلال تطبيق نظرية نشر الأفكار المستحدثة في إطار دراسة مسحية على عينة من نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى أن نصف المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من عامين وبنسبة %٥١، كما بينت حرصهم على متابعتها بصورة مستمرة (يوميًا)، وبنسبة %٥٣.٣٥، وأن %٧١ منهم يستخدمونها للتواصل مع الأصدقاء، فيما يتصفحها %٧.١٧ بين الحين والآخر، وأشارت النتائج إلى أن موقع الفيسبوك يأتي في المرتبة

الأولى للشبكات الاجتماعية الأكثر استخداماً بوزن نسبي بلغ ٦.٨٤، تلاه في الترتيب موقع اليوتيوب، ثم موقع بنترست، ثم موقع لينكد إف، ثم موقع فليكر، وأخيراً جاء موقع تويتر، وأكد ١.٩٢ % من المستخدمين أنهم يتقنون بدرجات مختلفة في المعلومات التي يحصلون عليها من شبكات التواصل الاجتماعي. وأظهرت النتائج فاعلية شبكات التواصل في تدعيم قيم المواطنة لدى المبحوثين.

دراسة حنان بوشلاغم (٢٠١٦م) (٢٦) بعنوان "دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفيسبوك بجامعة جيجل" سعت الباحثة من خلال بحثها إلى الكشف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي، كما تم استخدام المنهج الوصفي للدراسة، واستعمال الاستبيان كأداة لجمع البيانات، على عينة قدر عددها ١٠٠ طالب جامعي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) من خلال المنشورات التي يقوم بعرضها يساعد بدرجة كبيرة على تشكيل إحساس الطالب بالفاعلية الشخصية، وفي تحديد نظرته تجاه البناء الاجتماعي القائم، حيث يلعب الفيسبوك دوراً حيوياً في عملية التنشئة السياسية، شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور رئيسي لنشر الثقافة وترسيخ القيم خاصة (قيم المواطنة والولاء والانتماء).

دراسة زاهر إسماعيل الغريب (٢٠١٥م) (٢٧) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات" استهدف الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية قيم المواطنة والانتماء لدى طلبة التعليم الجامعي بجمهورية مصر العربية، واستخدم فيه الباحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم الاعتماد على استبانة مكونة من أربعة أجزاء تم تطبيقها على عينة قوامها ٩٠٠ طالب وطالبة بجامعة المنصورة بجمهورية مصر العربية، وأظهرت نتائج البحث أن أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب بصفة عامة درجتها ضعيفة، مما يؤكد ضرورة العمل على تعزيز قسم المواطنة والانتماء الوطني باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والعمل على تنمية التفكير الناقد البناء لديهم؛ ليتمكنوا من فرز ما يعرض عليهم من أفكار وآراء وعدم الانسياق وراء الأفكار الهدامة التي تضر بأمن واستقرار المجتمع.

دراسة نمر فهد الرشيد (٢٠١٥م) (٢٨) بعنوان "درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى طلبة جامعة حائل ومعوقات توظيفها" هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى طلبة جامعة حائل ومعوقات توظيفها،

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام أداتين، الأولى استبانة للكشف عن درجة توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة، تكونت عينة الدراسة من (٣٨٧) طالباً، و (١٩٧) عضو هيئة تدريس في جامعة حائل، تم اختيارهم بالطريقة الطبقية من مجتمع الدراسة الكلي، كما تم اختيار (١١٣) طالباً، و (٧٢) عضو هيئة تدريس من أفراد عينة بطريقة عشوائية لأغراض المقابلة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة من وجهة نظر الطلبة، وأعضاء هيئة التدريس، جاء بدرجة متوسطة، وأشارت النتائج إلى وجود اختلاف في وجهات نظر الطلبة حول درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- وجدت الباحثة من خلال الدراسات التي تم مسحها أن هناك كمًا لا بأس به من الدراسات العربية التي تناولت موضوع العلاقة ودور مواقع الشبكات الاجتماعية وقيم المواطنة، وركزت هذه الدراسات على قدرات دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز وتدعيم وتكريس قيم المواطنة خصوصاً في الفترات التي تلت الحراك السياسي والاجتماعي في العديد من الأقطار العربية، وسلطت الدراسات العربية الضوء على مواضيع مثل التداول والتحول الديمقراطي والوعي والمشاركة السياسية والرأي العام.
- رصدت الباحثة بعد مسحها للعديد من مفردات أدبيات البحث، أن أغلبية الدراسات التي تناولت دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة ركزت على ثلاثة أبعاد رئيسية هي المشاركة المجتمعية والديموقراطية بالإضافة إلى الانتماء الوطني.
- أجمعت أيضاً نتائج الدراسات السابقة على أن الشباب هم أكثر الفئات الاجتماعية استخداماً لمواقع الشبكات الاجتماعية، كما يعدون في نفس الوقت أكثر الفئات استهدافاً من طرف الفاعلين الموجودين في الفضاء الافتراضي بهدف التأثير على سلوكهم.
- اعتمدت الدراسات السابقة على العديد من المناهج وفقاً للأهداف المتعددة لهذه الدراسات، إلا أن أغلب الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي بوصفه الأدر منهجياً على رصد العلاقة بين مواقع الشبكات الاجتماعية بما توفره من مضامين متعددة وبين المستخدمين لوسائل الإعلام الاجتماعي.

- قدمت الدراسات السابقة أطراً معرفية ونظرية متنوعة تنوعت باختلاف الدراسات وباختلاف مواضيعها ومشكلاتها البحثية والأهداف التي يرمى تحقيقها وركزت أغلبها على مدخل الاستخدامات والإشباع، بحكم أن الاستخدام هو وليد هذه النظرية وجانب الجدة في هذه الدراسات هو محاولة اختبار هذه النظرية في الفضاءات الافتراضية.
- كشفت العديد من الدراسات العربية والأجنبية أن مواقع الشبكات الاجتماعية وخاصة موقع الفيس بوك لعبت دوراً مهماً في إمداد الأفراد بالمعلومات السياسية، وتدعيم قيم المواطنة.
- أوضحت نتائج الدراسات التي اهتمت بدراسة المواطنة أن مفهوم المواطنة يرتبط بشكل أساسي بمفاهيم الديمقراطية، وهي سمة من سمات الديمقراطية والحقوق الدستورية.
- كشفت نتائج العديد من الدراسات التي تناولت العلاقة بين الإعلام الجديد والمواطنة عن أهمية تفعيل المواطنة من خلال وسائل الإعلام الجديدة، وذلك في ضوء ما تفرده الشبكات الاجتماعية من مساحات للحرية التعبير وإبداء الرأي والتفاعل.
- ساهمت الدراسات السابقة في ضبط إشكالية البحث وتحديد تساؤلات الدراسة وفرضياتها بشكل دقيق، كما ساعدتها في تصميم أدوات البحث وبناء المقاييس المستخدمة في قياس العديد من متغيرات الدراسة.

المشكلة البحثية:

أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي مساحة الحرية والتعبير وإبداء الرأي، وحرية تداول المعلومات، وحرية التفكير، والمعرفة والتفاعل مع قضايا الوطن ومشكلاته اليومية، كما استطاعت الشبكات الاجتماعية تقريب المجموعات ذات الميول والأفكار والهويات والاهتمامات المشتركة في إطار واحد. وما يدعم هذا هو ظهور العديد من حركات الاحتجاج في كل من الأنظمة الديمقراطية والاستبدادية باستمرار عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث مكنت هذه الأدوات الرقمية الجديدة الشباب من التعامل مع القضايا الاجتماعية والسياسية من خلال برامج تشاركية جديدة^(٢٩)، وزودتهم بطرق جديدة لقراءة ومناقشة أسباب الاهتمام ونشرها^(٣٠)، وساعدتهم على التنظيم الذاتي للعمل الجماعي، وتحسين تنسيق هذا العمل في مسرح الاحتجاج، لترسيخ قيم الديمقراطية والمواطنة^(٣١). وفي ظل الظروف الاجتماعية والسياسية التي يمر بها المجتمع المصري، أصبحت هناك ضرورة ملحة لإعادة تفعيل قيم المواطنة؛ إذ تعد قيم المواطنة أحد العناصر المهمة في تقوية الروابط الاجتماعية، وتشكل المواطنة الصالحة مطلباً أساسياً من متطلبات تنمية المجتمعات، لتعنيها على الانطلاق نحو بناء مجتمع مدني قوي ومتناسك، تنمو فيه الحريات وتتطور، وتسوده أسس العدل والمساواة والتكافؤ واحترام التعددية، ويتوقف ذلك على درجة الاهتمام بأفراده وتعزيز التعاون بين

مختلف مؤسساته، والاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتوسيع مشاركتهم وتشجيعهم على تحمل المسؤولية إزاء مستقبل وطنهم بما يحقق التطور داخل منظومة المجتمع.

وبناءً على ما سبق يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم؟

أهمية الدراسة:

- الأهمية النظرية:

١. تتبع أهمية الدراسة من أهمية موضوعها حيث تعد قضايا المواطنة من أهم القضايا التي تواجه كافة الدول في الوقت الحاضر.

٢. أسهم ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في بروز مجال اجتماعي عام جديد يمارس خلاله الأفراد حريتهم في معارضة النظم السياسية؛ وذلك نظراً لأن كثيراً من المستخدمين يدخلون في جدل حول قضايا ذات اهتمام محلي أو عالمي مما يسفر عن الحد من التدفق الرأسي للمعلومات.

٣. تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية مجالاً عاماً يتيح حيزاً أعلى من التفاعلية مما يجعلها وسيلة ملائمة لدراسة التعبيرات السياسية والاجتماعية خارج سياق الوسائل الإعلامية التقليدية المتعارف عليها، وتتوافر مؤشرات بحثية متنوعة عن تأثير ذلك على ثراء وتعدد الأفكار المطروحة تجاه مختلف أحداث وقضايا الشؤون العامة.

٤. عدم خضوع مواقع الشبكات الاجتماعية لسياقات مؤسسية حاکمة وضابطة تتيح توجيه المحتوى في مسارات محددة سلفاً ذات علاقة واضحة بهياكل تمويل المؤسسات الإعلامية وأهداف القوى الاجتماعية التي تديرها، مما يجعلها مجالاً حيويًا طوعياً وحرًا يمكن من خلاله استقراء توجهات الرأي العام والنقاشات الدائرة على خلفية يغلب عليها طابع الاستقلال التنظيمي لغالبية القائمين على هذا النشاط.

٥. تعد الدراسة تطبيقاً عملياً ومنهجياً لنظرية المجال العام لرصد وتفسير معايير نجاح المواطنة عبر المجال العام الافتراضي مما يسهم في تحليل الظاهرة محل الدراسة، والوقوف على أسباب حدوثها والعوامل والمتغيرات المؤثرة فيها.

٦. تحقيق مقومات المواطنة الصالحة من خلال تبني فكر جيد يدعو إلى ضرورة إكساب الأفراد المعارف والقيم والاتجاهات والمهارات من خلال الاهتمام بنشر وتعميم مبادئ التربية الإعلامية، والتي تعد ثورة جديدة في مجال الإعلام، حيث تضع أسساً للتعامل مع الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور وتنمية الإحساس بالمواطنة الإيجابية وتنمية الإحساس بالمشاركة المجتمعية الفعالة.

- الأهمية المجتمعية:

- ١- تنطلق الأهمية المجتمعية للموضوع من بروز أهمية المواطنة من أجل الحفاظ على الهوية الوطنية في ظل ما يهدد المجتمعات من أخطار وتهديدات وتحديات اجتماعية وسياسية واقتصادية محلياً وإقليمياً وعالمياً، ولما لها من دور مهم في تأكيد الهوية الوطنية وتعميق الانتماء والولاء.
- ٢- مواكبة الدراسة لعدد من القضايا والموضوعات السياسية أو الاجتماعية المهمة، ومنها قضايا المواطنة والشبكات، حيث تعد معالجة تلك الموضوعات بأبعادها أمراً في غاية الأهمية، وموضوعاً يستحق الدراسة.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على اتجاهات المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية نحو قضايا المواطنة.
- ٢- الكشف عن مدى اعتماد المراهقين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية.
- ٣- التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة.
- ٤- رصد وتفسير العلاقة بين المتغيرات الديموجرافية ومعرفة المستخدمين بحقوق المواطنة السياسية والاجتماعية والمدنية.
- ٥- الكشف عن دور مواقع الشبكات الاجتماعية في معرفة المستخدمين بحقوق المواطنة السياسية والاجتماعية والمدنية، وتدعيم مستويات المواطنة الرقمية لديهم.

الإطار النظري الذي تعتمد عليه الدراسة:

أولاً: نظرية المجال العام (public sphere theory):

قدم هابرماس habermas الفروض الأساسية لنظرية المجال العام، والتي تعد مركز المناهج القائمة على الديمقراطية؛ حيث تتمحور فكرة المجال العام حول مناقشات الأفراد للشئون العامة والتي تشكل الرأي العام بغض النظر عن الفوارق الاجتماعية بين الأفراد، فالنتاج من المجال العام هو الرأي العام والأفكار هي السلع التي يتم تبادلها، والمجال العام مع السوق الحر للأفكار وتبادل الآراء يمثل مثالية التحرر حيث يكون الجميع قادراً على اقتراح الأفكار^(٣٢). وقد ظهر خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر ما يسمى بالمجال العام؛ بسبب التغيرات الاجتماعية الأوروبية، حيث ظهور المقاهي والمجلات والصحف في المملكة المتحدة، وظهر الصالونات الأدبية في فرنسا، فقد أصبحت أماكن لمناقشة السياسة والفن، وكذلك قاعات الاجتماعات وغيرها من الأماكن التي يتم فيها النقاش السياسي والاجتماعي^(٣٣).

ويمكن تعريف المجال العام بأنه فضاء يتوسط الأفراد والدولة حيث يتجمع فيه الأفراد لإثارة الجدل حول قضايا معينة تتعلق بالشأن العام للدولة، ويتسع لأصوات متعارضة تتبادل الحوار للحصول على المعلومات لفهم الشؤون العامة للدولة وتشكيل آرائهم بحرية حول مختلف القضايا^(٣٤).

وهناك ثلاثة تعريفات أساسية لتعريف المجال العام: أولها: أن المشاركة فيه مفتوحة للجميع، وثانيها: أن يتساوى مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه، بغض النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية، وثالثها: أن تكون أى قضية قابلة لأن تكون موضوعاً للنقاش^(٣٥).

مفهوم الرأى العام عند هايبير ماس: "المناخ أو المجال العام هو مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة يجتمعون بعضهم كجمهور لكي يقوموا بوضع وتحديد احتياجات المجتمع من الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي^(٣٦).

والمجال العام وفقاً لهيبير ماس هو إحدى الشبكات الإتصالية في المجتمعات المدنية والتي ترتبط بالحياة العامة وبالخبرات اليومية للأفراد، والمجال العام أيضاً ليس مرتبطاً بمكان محدد^(٣٧).

وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة^(٣٨).

من خلال ما سبق نجد أن المجال العام يتيح للأفراد إمكانية الاتصال والتفاعل وتبادل الآراء والمعلومات ومناقشاتها بناءً على نقد عقلاى مُبرر بأدلة اقناعية عبر ساحات فعلية أو افتراضية، وهنا نجد أن الإنترنت بشكل عام والشبكات الاجتماعية بشكل خاص نجحت في تشكيل مجال عام افتراضي يُمكن المستخدمين من ممارسة ديموقراطية إلكترونية تشجعهم على المشاركة في التداول والحوار الديموقراطي (Democratic deliberative) الذي يتسع للأصوات المختلفة لتبادل المعلومات والأفكار وتُعبّر عن وجهة نظرها إزاء القضايا السياسية والعامة _ وهذا ما تفترضه نظرية المجال العام _ وفي الوقت نفسه ساهم المجال العام الافتراضي في التمكين السياسي للأفراد عبر مشاركة سياسية تتضمن عدة مستويات؛ سواءً على مستوى المشاركة السياسية التقليدية أو غير التقليدية بدءاً من إطلاعهم على المعلومات السياسية مروراً بمشاركة هذه المعلومات وإنتاجها إلى تكوين حركات احتجاجية والدعوة إلى الإضراب والتظاهر، أو توظيف هذه الشبكات لخدمة أغراض سياسية، وتوفير سُبُل لتفعيل المشاركة السياسية التقليدية كالتطوع أو التبرع الإلكتروني لحملة انتخابية لمرشح سياسى، أو حث الآخرين على التصويت، أو التسجيل الإلكتروني لعضوية أحد الأحزاب السياسية^(٣٩).

ثانياً: نظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory):

يُقصد بها الاعتماد على وسائل الإعلام بناءً على درجة أهمية وسيلة معينة لأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الإعتماد على وسيلة باستخدامها، فقد يقضى الفرد فترة طويلة

فى استخدام وسيلة معينة، بينما يعتمد على أخرى كمصدر لمعلوماته، فالاستخدام يعنى معدل المتابعة، أما الاعتماد فيعنى درجة أهمية هذه الوسيلة فى تلقى الفرد لها كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله لها ومدى تأثيره بها^(٤٠).

وهذه النظرية تؤكد على تزايد احتمالات الاعتماد على وسائل الإعلام فى فترات التغير الاجتماعى والصراع وعدم الاستقرار فى المجتمع^(٤١). حيث يتضمن عدم الاستقرار نوعاً من التحدى للمؤسسات القائمة فى المجتمع، وعندما تصبح هذه التحديات فعالة وقائمة تزداد كثافة اعتماد الأفراد على مصادر المعلومات خلال تلك الفترات المختلفة لذا تعد ملائمة لموضوع الدراسة، وتقوم هذه النظرية على أساس تفسير: لماذا يكون لوسائل الإعلام الجماهيرى أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً أخرى لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة؟.

وتتمثل افتراضات هذه النظرية فى ما يلى:

١- يفترض من وسائل الإعلام أن تحقق قدراً كبيراً من التأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية، واحتمال تزايد هذه التأثيرات عندما تمد نظم وسائل الإعلام الأفراد بخدماتها وتوصل لهم معلومات رئيسية وفريدة.

٢- أن احتمال زيادة هذه التأثيرات أصبح أمراً وارداً خاصةً عندما توجد هناك درجة عالية من عدم الاستقرار فى المجتمع والذي يؤدي إلى الصراع والتغيير.

٣- أن تغيير حالة الجمهور المعرفية والعاطفية والسلوكية تستطيع من خلال دورها بأن تغير كل من وسائل الإعلام والمجتمع، وهذا ما قد تعنيه العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع.

توظيف النظرية فى هذه الدراسة:

إن هذه النظرية تفسر موضوع الدراسة الحالية بأن الفرد يلجأ لمواقع الشبكات الاجتماعية باحثاً فيها عن مكان يهرب له من ضغوط الحياة الواقعية، وما تمارسه من ضغط وتحكم فى أسلوب حياة الشخص تبعاً للمواقف الاجتماعية وجمود التواصل، وما يترتب عليها من عدم الوعي التام بها متجهاً للعالم الافتراضى فى وسائل الاتصال كاسراً بذلك حواجز الرسمية والخصوصية التي يتمتع بها خلف الأسماء المستعارة طارحاً رأيه ومعبراً عنه بكل أريحية، فى حين لو طرح رأيه فى موضوع ما بشكل مباشر فى الحياة الواقعية فينبغي عليه أن يحسب حساب رد فعل من أمامه وحساب مكانته الاجتماعية ويجد نفسه مقيداً بضوابط تحكم تصرفه معيقاً فى ذلك توصيل فكرته بالشكل الذي يريده. يتضح لنا أن لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة عموماً ومواقع الشبكات الاجتماعية خصوصاً دوراً كبيراً فى تطوير مهارات الشباب وتوسيع

مداركة وزيادة وعيه وثقافته من خلال وسائل الاتصال من إعلام تقليدي أو إنترنت بما يحويان من مواقع أو منتديات أو حتى ما يخص دراستها مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث يلتقي الأفراد من خلالها بمجتمعات أخرى من مختلف أقطار العالم حاملين معهم ثقافات وعادات وتقاليد وقيم تختلف عما نشأ عليه الشباب في مجتمعه، كما أن هناك عناصر جديدة أحدثت تغييراً في المجتمع بدخول عناصر مثل تقنية جديدة كالإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية وما تحتويه من فيسبوك وتويتر وإنستغرام ودخول مثل هذه العناصر تحدث تغيرات إيجابية إلى ثقافة المجتمع المصري، كما يمكن تطبيق النظرية في الدراسة من خلال التعرف على مدى قدرة المراهقين عينة الدراسة على القيام بالمشاركة في الأحداث السياسية الإلكترونية وما تمثله من قيم متعلقة بقضايا المواطنة، وبالتالي فسوف تتيح نظرية المجال العام للباحثة إمكانية تفسير سلوك المراهقين بشكل أفضل مما يمكنها الخروج بأفضل النتائج. كما أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد ملائمة لموضوع الدراسة، حيث تقوم هذه النظرية على أساس تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام الجماهيرى أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً أخرى لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة.

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

طبقاً لفروض هذه النظرية يمكن القول أن الجمهور المصري يعتمد على القنوات الفضائية بشكل متزايد لاستقاء المعلومات والأخبار من أجل تكوين مداركه ومعرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغيير التي يسود فيها الشك والغموض، ولذا تفترض الدراسة أن الأحداث الجارية حالياً في الداخل وأهمية أخبارها ستمثل إحدى الحالات التي يعتمد فيها الجمهور أكثر على وسائل الإعلام وبالتالي ستكون هذه النظرية مناسبة لأهداف الدراسة.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

- تساؤلات الدراسة: سعت الدراسة للإجابة على:
 - ١- ما مدى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية؟
 - ٢- ما هي دوافع عينة الدراسة لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات؟
 - ٣- ما مدى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية؟
 - ٤- ما مميزات مواقع التواصل الاجتماعي في عرض قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
 - ٥- ما علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم؟

٦- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في تفاعل المراهقين في الأحداث السياسية الرقمية عبر الشبكات التفاعلية؟

٧- ما الأنشطة السياسية والاجتماعية الوطنية التي شاركت فيها العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو الشبكات الاجتماعية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو الانتماء للوطن.

الفرض الرابع: هناك علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين الثقة في المضمون واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات المبحوثين نحو مواقع الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف ودراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث والقضايا والأوضاع القائمة وذلك بجمع البيانات والمعلومات؛ لتحليلها وتفسير واستخلاص الدلالات أو إصدار تعميمات بشأنها، ويعتبر منهج المسح الوصفي بالعينة من أنسب المناهج العلمية للدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن مصدرها، وتم استخدام منهج المسح الميداني بالعينة لجمع بيانات الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في مجموعة من المراهقين طلبة الجامعات المصرية التي تتراوح أعمارهم بين ١٨ : ٢١ عاماً والذين يمثلون طلبة الجامعات في المراحل التعليمية الجامعية المختلفة من الفرقة الأولى إلى الفرقة الرابعة في الجامعات المصرية، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة في محافظتي (القاهرة والدقهلية) قوامها ٣٠٠ مفردة، وقد روعي عند تطبيق الدراسة ضرورة تمثيل العينة لفئات مختلفة من حيث مكان الإقامة والنوع ومستوى

الدخل ونوع التعليم (الحكومي والخاص)، وقد أجريت الدراسة الميدانية من شهر سبتمبر ٢٠١٩م إلى فبراير ٢٠٢٠م، بينما تم تطبيق الدراسة في الفترة من أكتوبر ٢٠١٩م إلى نهاية ديسمبر ٢٠١٩م.
مبررات اختيار العينة:

١- تم اختيار فئة المراهقة المتأخرة خاصة دون غيرها من المراحل نتيجة للتعقيد الذي يتسم به موضوع الدراسة الحالية، حيث وجدت الباحثة ضرورة أن تكون العينة ذات عمر متقدم إلى حد ما حتى تكون على دراية بمفهوم المواطنة، كما أن معظم الدراسات توصلت إلى أن فئة الشباب والمراهقين هم أكثر الفئات استهدافاً من قبل وسائل الإعلام الحديثة، كما أنها المرحلة الأنسب نتيجة لتفاعل أفراد تلك المرحلة مع وسائل الإعلام خاصة الحديثة حتى إنهم يطلق عليهم فئة الجمهور النشط.

٢- تم تحديد فئة المراهقة خصيصاً نتيجة اتساع دائرة مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصاً منهم والتي تعد الفئة الأكثر إقبالاً على ما طرحه الثورة التكنولوجية الحديثة من وسائل وتقنيات ورسائل، وهذا مما يقتضي ضرورة دراسته دراسة وصفية كاملة وإن اقتضت هذه الدراسة على فئة واحدة "المراهقة المتأخرة" فهذا لضرورات الدقة العلمية المتوخاه.

٣- الحجم الكبير لمجتمع الدراسة وتوزع أفراد هذا المجتمع في جهات متعددة على مستوى الوطن، وهذا ما أدى إلى اللجوء إلى منهج المسح بالعينة لجمع البيانات اللازمة للموضوع في واقعه الميداني، وتعذر علينا استخدام منهج المسح الشامل.

٤- التطور الكبير في مجال استخدام المستحدثات الرقمية مما نتج عنها تأثيرات مختلفة على النظام الاجتماعي والمنظومة الاجتماعية النفسية للشباب.

٥- الحاجة الماسة لمثل هذه الدراسات المسحية بصفة مستمرة وهذا نظراً للتغيرات السريعة التي تحدث في مجال الاتصال والإعلام، خاصة مع ظهور وسائل الإعلام الجديد بصورة عامة مواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة.

٦- تم تحديد محافظتي القاهرة والدقهلية خصيصاً نتيجة لاختلاف الإطار الثقافي في كل منها ويرجع أيضاً إلى ظروف التطبيق العملي الذي يناسب طبيعة الباحثة بشكل أكبر، كما تنوعت العينة من حيث نوع التعليم حيث حددت الباحثة ٤ جامعات (٢ حكومية متمثلة في جامعة القاهرة، وجامعة المنصورة)، (٢ جامعة خاصة تمثلت في جامعة الدلتا للعلوم والتكنولوجيا بالمنصورة، والجامعة الحديثة للعلوم والتكنولوجيا بالمقطم)، وذلك للتعرف على مدى تأثير نوع التعليم في اتجاهات المراهقين نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية.

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	المجموع	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتغير	
١٠٠%	٣٠٠	1.5333	46.7	140	ذكر	النوع
			53.3	160	أنثي	
١٠٠%	٣٠٠	1.4967	50.3	151	حكومي	نوع التعليم
			49.7	149	خاص	
١٠٠%	٣٠٠	1.6800	32.0	96	قرية	مكان الإقامة
			68.0	204	مدينة	
١٠٠%	٣٠٠	2.17000	6.7	20	من ١٠٠٠ الى أقل من ٢٠٠٠ جنية	الدخل الشهري للأسرة:
			69.7	209	من ٢٠٠٠ الى أقل من ٤٠٠٠ جنية	
			23.7	71	من ٤٠٠٠ الاف فأكثر	

أجريت الدراسة على عينة مكونة من ٣٠٠ مفردة تنوعت من حيث النوع ذكوراً وإناثاً وقد بلغت نسبة الذكور ٤٦.٧% من إجمالي العينة أي ما يبلغ ١٤٠ فرداً من المبحوثين، بينما بلغت نسبة الإناث ٥٣.٣% من عينة الدراسة أي ما يعادل ١٦٠ مفردة من المبحوثين، وقد حاولت الباحثة مراعاة التوازن بين عدد الذكور والإناث إلى حد كبير حيث إن موضوع الدراسة يفترض ذلك، كما أن ذلك سوف يمكن الباحثة من إجراء بعض المقارنات البينية بين النوعين في تحديد بعض الموضوعات الخاصة بموضوع الدراسة، وقد تنوعت العينة من حيث نوع التعليم الذي ينتمون إليه من التعليم الحكومي والخاص، حيث طبقت الدراسة على عينة من المبحوثين في مرحلة المراهقة المتأخرة ما بين ١٨ الى ٢١ عاماً ممن ينتمون إلى جامعتي القاهرة والمنصورة كفئة التعليم الحكومي وبلغت نسبتهم ٥٠.٣% ، كما بلغت نسبة من ينتمون للتعليم الخاص ٤٩.٧% في جامعتي (الجامعة الحديثة للعلوم والتكنولوجيا MTI، وجامعة الدلتا للعلوم والتكنولوجيا) وقد راعت الباحثة أيضاً تساوى المجموعتين لمعرفة الفروق بين النظامين في اتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة في المجتمع، ولما كانت محافظة القاهرة تحتوي معظمها على مدن وتحتوى محافظة المنصورة على مدن وقرى على حد سواء فقد ارتفعت نسبة من ينتمون إلى المدن حتى بلغت ٦٨% من إجمالي العينة بينما بلغت نسبة من ينتمون إلى القرى ٣٢% من إجمالي العينة، وقد اختلفت العينة من حيث المستوى الاقتصادي لكل منها فقد تراوح متوسط دخل الأسرة للعينة من ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ نسبة ٦.٧% وهم من يمثلون المستوى المنخفض للعينة، بينما بلغت نسبة ذوى المستوى المتوسط وهن من تتراوح الدخل الشهري بين ٢٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠ جنية شهرياً وهي الفئة الأكبر بين مختلف العينة وبلغت نسبتها ٦٩.٧% منها، في حين بلغت نسبة ذوى الدخل المرتفع من ٤٠٠٠ فأكثر ٢٣.٧% وهى نسبة مقبولة حيث تلاحظ ارتفاع ملحوظ في الفترة الماضية للأجور والمرتبات عن ذي قبل.

مفاهيم الدراسة:

- مواقع التواصل الاجتماعي:

هي خدمة تتركز في بناء وتعزيز الشبكات الإجتماعية لتبادل الاتصال بين الناس الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة، أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين، وغاية هذه الخدمات في المقام الأول تعتمد علي توفير مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين مثل المحادثة، والرسائل، البريد، الفيديو، المحادثة الصوتية، تبادل الملفات، مدونات، مناقشات جماعية^(٤٢).

كما يمكن تعريفها إجرائياً على أنها مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع التي تنقسم إلى مواقع للتواصل كفيسبوك غوغل + ، وللتدوين المصغر ك تويتر، ومواقع مشاركة الفيديو Youtube، Vine، ومواقع مشاركة الصور flikr، instegram، ومواقع مشاركة الموسيقى مثل SoundCloud تطبيقات المراسلة Whatsapp telegram، Snapchat، المواقع المهنية أو الاحترافية، Bayt، LinkedIn بنشر عدد من المواضيع والصور والفيديوهات والموسيقى وغيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة.

- المواطنة الرقمية:

تعرف المواطنة الرقمية على أنها مجموعة الأفكار والمبادئ والبرامج والأساليب التي يحتاج الآباء والمعلمون والمربون والمشرفون على استخدام التكنولوجيا أن يعرفوها حتى يستطيعون توجيه الأبناء والطلاب ومستخدمي التكنولوجيا عموماً، وبمعنى آخر هو منهج يحاول تحميل الآباء والمعلمين مسؤوليتهم في التعامل مع هذا التحدي الضخم، وهي باختصار مجموعة القواعد والضوابط والمعايير والأفكار والمبادئ المتبعة في الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا من أجل المساهمة في رقي وتطوير المجتمع^(٤٣).

- ويمكن تعريف المواطنة في هذه الدراسة إجرائياً:

بأنها تلك العلاقة الوثيقة والمتبادلة بين الفرد ووطنه وبين الأفراد فيما بينهم من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية الرقمية، حيث يستطيع كل فرد تلبية حاجاته وممارسة حقوقه وأداء واجباته، والمساهمة بشكل فاعل في بناء مجتمع ديمقراطي تعددي يتسع للجميع يسوده العدل والمساواة، من خلال المشاركة المجتمعية الفاعلة، وممارسة السلوك

الديموقراطي بوعي ومسؤولية وحرية، بما يعمق ارتباط الفرد بوطنه، والدفاع عنه والتضحية من أجل المحافظة على وحدته واستقراره.

أدوات الدراسة:

تمثلت أدوات جمع البيانات للدراسة في استبيان يجيب عنه عينة من العينة لجمع بيانات المبحوثين عبر إجراء المقابلة المباشرة معهم In-person Survey وإعطائهم إستمارة الإستبيان للإجابة عن الأسئلة الخاصة بموضوعية، كما تم توزيع بعض النسخ الإلكترونية من خلال تحويلها إلى نموذج إلكتروني باستخدام برنامج جوجل درايف Google Drive وتوزيعها إلكترونياً لبعض الفئات التي صعب إجراء مقابلة معهم، والاستبيان هو أداة للحصول على بيانات تعبر عن استجابات المبحوثين على عدد من الأسئلة/ البنود المكتوبة، وقد تم إعداد استمارة الاستبيان بحيث تغطي كافة الأهداف التي حددتها الدراسة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

تصميم استمارة الاستبيان:

قامت الباحثة بتصميم صحيفة الاستبيان من خلال الخطوات الآتية:

- ١- تحديد الهدف من الدراسة الميدانية والذي تمثل في التعرف على علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المواطنة الرقمية لديهم.
- ٢- تحديد أسئلة وبنود المقاييس والتي تخدم الدراسة وتساعد في الإجابة على تساؤلاتهم.
- ٣- صياغة استمارة الإستبيان بشكل مبدئي من خلال التساؤلات وأهداف الدراسة وذلك إلى جانب الإطلاع على الدراسات السابقة.
- ٤- عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال علوم الإعلام وذلك لإبداء آرائهم فيها، وذلك للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها، واقتراح تعديلاتهم عليها.
- ٥- إجراء الثبات وذلك للتأكد من إجراء التحليل وذلك حسب درجة الثبات.
- ٦- صياغة الاستمارة بصورتها النهائية بعد إجراء التعديلات التي أقرها الأساتذة المحكمون.
- ٧- تطبيق الاستمارة على الجمهور عينة الدراسة، وذلك للخروج بنتائج الدراسة.

اختبار الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

أ- اختبار الصدق:

ويعنى أن الأداة أو المقياس أو الاختبار تبدو بوضوح على أنها تقيس الموضوع الذي صممت لقياسه، وأن مضمون الأداة يبدو أنه يتفق تماماً مع الغرض منه، وقد تم قياس صدق الأداة من خلال ما يلي:

- فحص أداة جمع البيانات من حيث المحتوى والصياغة اللغوية، بحيث تكون لغة البنود/ الأسئلة ومحتواها والاستجابات عليها تبدو أنها تقيس الموضوع المراد قياسه، وتكون مقبولة وواضحة للمتخصصين والمبحوثين على السواء.
- عرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين ذوي الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعات للتأكد أن أسئلة الاستبيان تحقق أهداف الدراسة، وأنها تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل، والتأكد من صدقها وصلاحيتها^١.
- تم تعديل بعض الأسئلة من حيث الحذف والإضافة طبقاً لآراء بعض السادة المحكمين، ثم صياغة استمارة الاستبيان في صورتها النهائية، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات والتغيرات اللازمة تبعاً لملاحظاتهم لتكون الاستمارة قابلة للتطبيق.

ب- اختبار الثبات:

الثبات معناه أن تكرر تطبيق الاستبيان على نفس وحدة التحليل يؤدي إلى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب تطبيق الاستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test بعد فترة زمنية مدتها ١٥ يوماً وذلك من خلال توزيع الاستبيان مرة أخرى على عينة تبلغ ٣٠ مفردة من عينة الدراسة بواقع ١٠% من إجمالي العينة وتحليلها، وقد حققت النتيجة نسبة توافق أكثر من ٨٠%.

المقاييس الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات:

- تمت المراجعة الميدانية لصحيفة الاستبيان ثم ترميز الإجابات وإدخالها الحاسب الآلي من خلال برنامج SPSS الإحصائي وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:
- ت- التكرارات والنسب البسيطة.
- ث- اختبار T. Test لحساب الفروق بين متوسطات مجموعتين.
- ج- تحليل التباين أحادي الاتجاه One way Anova لحساب دلالة الفروق بين المجموعات.
- ح- المقارنات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي (LSD) للمقارنة بين المتوسطات المتعددة.
- خ- المتوسط الحسابي.
- د- الانحراف المعياري.
- ذ- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient.

(١) تمثلت قائمة المحكمين (مرتبين أبجدياً) في:-

- د/ أحمد سمير حماد، أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- أ.د/ جمال النجار، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام - جامعة النهضة الأسبق ورئيس قسم الصحافة بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات- جامعة الأزهر.
- أ.د/ محمود حماد، أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة الأزهر.
- أ.د/ محمود حسن إسماعيل، أستاذ الإعلام بكلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.
- أ.د/ هبة الله السمري، أستاذ الإذاعة والتلفزيون وكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

ر- معامل ارتباط الرتب لسبيرمان Spearman Correlation Coefficient
 ز- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين
 إسميين في جدول أكثر من ٢×٢.

نتائج الدراسة:

جدول رقم (٢)
 مدى استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	مدى استخدام مواقع التواصل
.57943	2.4067	50.0	150	أحيانا
		45.3	136	دائما
		4.7	14	نادراً
		100%	300	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية، وقد أشارت النتائج أن ٥٠% من العينة يستخدمونها أحياناً، بينما يستخدم نسبة ٤٥.٣% مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، في حين بلغت نسبة من يستخدمها نادراً أو أوقات قليلة ٤.٧% من إجمالي العينة، وقد بلغ المتوسط الحسابي لدرجات المبحوثين ٢.٤٠، وترى الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد الوسيلة الأولى لمعظم فئات المرحلة السنوية المستهدفة من الدراسة، حيث أتاحت تكنولوجيا الموبايلات الأندرويد المتاحة ليلاً ونهاراً للمبحوثين إمكانية الدخول لتلك المواقع في أي وقت وفي أي مكان، مما جعلها الوسيلة الأكثر شعبية في الفترة الماضية بين فئات الجمهور خاصة الشباب.

جدول رقم (٣)
 نتائج اختبار Chi-Square كإل قياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع في المواقع المفضلة بالنسبة لهم

درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢٤	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		
		%	ك	أنثى	ذكر	
.018 دالة	5.623 ^a	18.5%	216	106 49.1%	110 50.9%	فيسبوك
.877 غير دالة	.024 ^a	12.0%	140	74 52.9%	66 47.1%	تويتر
.490 غير دالة	.476 ^a	16.3%	191	99 51.8%	92 48.2%	واتساب
.071 غير دالة	3.271 ^a	13.6%	159	77 48.4%	82 51.6%	انستجرام
.089 غير دالة	2.891 ^a	14.7%	172	99 57.6%	73 42.4%	يوتيوب
.061 غير دالة	3.512 ^a	11.7%	137	65 47.4%	72 52.6%	تيك توك

.191 غير دالة	1.712 ^a	5.8%	68	41	27	ايمو
				60.3%	39.7%	
.068 غير دالة	3.333 ^a	7.4%	86	53	33	فليكر
				61.6%	38.4%	

تشير نتائج الجدول السابق إلى ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي من حيث تفضيل المبحوثين لاستخدامها في حياتهم اليومية، ولما كانت المواقع الاجتماعية كثيرة ومتعددة فقد أتيحت للعينة حرية الاختيار لأكثر من بديل للتعرف على ترتيب المواقع من وجهة نظر العينة حتى إن التكرارات وصلت إلى ١١٦٩ تكراراً، وكما يبدو من نتائج الجدول فقد جاء الفيس بوك على رأس قائمة المواقع التي يستخدمها أفراد العينة ١٨.٥% من إجمالي عدد التكرارات وبنسبة ٧٢% من إجمالي عدد العينة الإجمالي، ويعد موقع الفيس بوك الشبكة الاجتماعية الأولى التي استأثرت بقبول وتجاوب عدد كبير من الناس منذ ظهورها في ٢٠٠٤م وخاصة الشباب^(٤٤)، وقد أشار اختبار كا^٢ إلى وجود دلالة بين المجموعتين حيث بلغت قيمة كا المحسوبة ٥.٦٢ وهي درجة أكبر من قيمة كا الجدولية عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية ٠.٠١٨ مما يعنى وجود دلالة بين الفرقين لهذه العبارة، وفي المرتبة الثانية يوجد الواتس آب والذي أصبح من أهم المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب طيلة اليوم سواء في الجامعة أو العمل أو البيت، وقد بلغت نسبته ١٦.٣% من إجمالي عدد التكرارات الإجمالي، وفي المرتبة الثالثة يوجد اليوتيوب ١٦.٣% وموقع اليوتيوب يعد من أكثر المواقع الاجتماعية مشاهدة بالنسبة للشباب حيث يعد موقع الفيديوهات الأشهر ولذلك يمتاز بعدد كبير من المتابعين فضلاً عن إمكانية إنشاء مواقع وقنوات خاصة شخصية من خلاله، وبنسبة ١٣.٦% يوجد الانستجرام موقع الصور الشهير ويتميز الانستجرام عن غيره من المواقع بعرض عدد من الصور الخاصة بالمشاهير ويعد من أكثر المواقع متابعة من الشباب، وفي المرتبة الخامسة يوجد موقع التويتير بنسبة ١٢% من إجمالي عدد التكرارات وقد لعب التويتير دوراً مهماً في الفترة الأخيرة إلى جانب الفيسبوك خاصة فيما يتعلق بعرض القضايا السياسية والاجتماعية ومنذ أن تم إنشاؤه في ٢٠٠٦م وذاع صيته بين الشباب إلى أن كان الموقع الأكثر شهرة في بعض الدول كالولايات المتحدة واليابان، ويعد تويتير المنافس الأقوى لموقع الفيس بوك في عرض القضايا المختلفة، وفي المرتبة السادسة يوجد التيك توك TikTok بنسبة ١١.٧% وهو عبارة عن تطبيق اجتماعي متخصص بنشر الفيديوهات بين رواده، حيث يقوم مستخدم المنصة بنشر فيديو أو مقطع قصير مع أصدقائه لمشاركته لحظات حياته بكل سهولة، ويتربع هذا التطبيق في المرتبة الرابعة بين التطبيقات الأكثر تحميلاً في العالم لسنة ٢٠١٨م^(٤٥) ويوجد الفليكر Flickr في المرتبة التالية لذلك بنسبة قليلة نسبياً بلغت ٧.٤% وهو موقع لمشاركة الصور والفيديوهات، وحفظها وتنظيمها، وهو أيضاً جمعية لهواة التصوير على الإنترنت، بالإضافة إلى كونه موقعاً مشهوراً للتشارك في الصور الشخصية^(٤٦)، وأخيراً يوجد الإيمو بنسبة ٥.٨% من إجمالي العينة، وجدير بالذكر أن اختبار كا^٢ قد أثبت عدم وجود علاقة بين درجات كل من

الذكور والإناث عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية غير دال إحصائياً مما يعنى عدم وجود دلالة بين المجموعتين لكافة العبارات ما عدا الفيس بوك.

جدول رقم (٤)
معدل الاستخدام الأسبوعي لمواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		معدل الاستخدام
		%	ك	أنثى	ذكر	
57323	2.3500	5.0	15	11	4	من يوم الى يومين
				73.3%	26.7%	
		40.0	120	67	53	من ٣: ٥ أيام
				55.8%	44.2%	
55.0	165	82	83	يومياً		
		49.7%	50.3%			
%١٠٠	٣٠٠	160	140	الإجمالي		
		53.3%	46.7%			

Chi-Square كا^٢ 3.589^a درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية Sig 0.166. غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى نتائج الفروق بين المبحوثين الذكور والإناث في معدل الاستخدام الأسبوعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وكما تشير بيانات الجدول فإن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يومياً بنسبة بلغت ٥٥% من إجمالي العينة في المرتبة الأولى، بينما بلغت نسبة من يتابعونها من ٣ إلى خمسة أيام ٤٠% في المرتبة الثانية، وأخيراً من يوم إلى يومين ٥% فقط من إجمالي العينة، ولم تختلف النتائج الكلية للمبحوثين عن نتائج الفروق بين الذكور والإناث في متابعة المواقع الأسبوعية، فقد جاءت بنفس ترتيب الإجمالي العام للعينة، وكما يبدو من نتائج الجدول فإن قيمة كا^٢ المحسوبة بلغت ٣.٥٨ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠.١٦٦ مما يعنى عدم وجود دلالة بين النوعين في الاستخدام الأسبوعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

وكما تشير النتائج أن معدل الاستخدام اليومي والمنتظم للإنترنت بين فئات أفراد العينة كانت الأكثر مما يعنى أن الإنترنت يعد من أهم الوسائل الإعلامية التي يتردد عليها أفراد العينة وقد تتفق هذه النتيجة مع دراسة نها نبيل (٢٠١٢م)^(٤٧)، حيث جاء الاستخدام اليومي لعينة الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة ٥١.٨% من أفراد العينة الخاصة بها، ودراسة مروة محي (٢٠١٣م)^(٤٨)، حيث جاء العدد الأكبر من المبحوثين يستخدمون الإنترنت يومياً بنسبة ٧٢.٤%، وأيضاً دراسة نورة عبد الله (٢٠١٤م)^(٤٩) حيث إن نسبة ٥٤.٥% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يومياً في المرتبة الأولى من بين المعدلات المخلفة للاستخدام، وكذلك دراسة نجوى ابراهيم (٢٠١٥م)^(٥٠) حيث تشير نتائجها أن النسبة الأكبر للمبحوثين كانوا يستخدمون الإنترنت يومياً وكان بنسبة ٧٧.٨%، وقد

أرجعت الباحثة السبب في الاستخدام اليومي إلى وجود مساحة من الوقت لدى طلاب الجامعات تساعدهم على الاستخدام اليومي، ودراسة سامح محمد (٢٠١٦م)^(٥١)، حيث تستخدم النسبة الأكبر الإنترنت يومياً.

جدول رقم (٥)
نتائج اختبار Chi-Square كآ لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع في عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة هذه المواقع

الاحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		عدد الساعات
		%	ك	أنثى	ذكر	
57323	2.3500	8.3	25	10	15	أقل من ساعة
				40.0%	60.0%	
		30.0	90	46	44	من ساعتين إلى أقل من ٣ ساعات
				51.1%	48.9%	
61.7	185	104	81	3 ساعات فأكثر		
		56.2%	43.8%			
%١٠٠	٣٠٠	160	140	الإجمالي		
		53.3%	46.7%			

Chi-Square كآ 2.582^a درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية Sig 275. غير دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى نتائج الفروق بين الذكور والإناث في عدد الساعات التي يتابع فيها أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم الواحد، وكما تشير النتائج أن العينة تتابع مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات على مدار اليوم الواحد بنسبة ٦١.٧% من إجمالي عينة الدراسة، وبنسبة ٣٠% من عينة الدراسة يتابع فيها المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي من ساعتين إلى ثلاث ساعات في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة نسبة ٨.٣% من إجمالي العينة، ولم تختلف نتائج الفروق بين الذكور والإناث عن النتائج الإجمالية للمبحوثين حيث جاء الاستخدام لأكثر من ثلاث ساعات في المرتبة الأولى لدى كل من الذكور والإناث، ومن ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في المرتبة الثانية وأخيراً أقل من ساعة، وقد أشار اختبار كآ ٢ عدم وجود دلالة للفروق بين الذكور والإناث حيث بلغت قيمة كآ 2.582 عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية ٠.٢٧٥ وهي قيمة غير دالة إحصائية مما يعني عدم وجود دلالة بين المجموعتين.

وتتشابه هذه النتيجة بشكل كبير مع ما توصلت إليه دراسة أسماء سعيد (٢٠١٥م)^(٥٢) حيث جاء متوسط عدد الساعات التي يقضيها أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات فأكثر بنسبة ٣٩.٧% في المرتبة الأولى، كذلك تتشابه مع دراسة محمد فتحى (٢٠١٥م)^(٥٣)، حيث جاء فيها أن ثلث العينة تقريبا تقضي مدة ثلاث ساعات فأكثر في الزيارة الواحدة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٤.٥%، ودراسة أسامة محمد (٢٠١٣م)^(٥٤) حيث جاء استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في المرتبة الأولى بنسبة ٢٨.٧٥%، وكذلك دراسة هشام سعيد (٢٠١٥م)^(٥٥) حيث أن فئة ٣ ساعات حصلت على المركز الأول من حيث عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون من الأبناء على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأيضاً دراسة هبة الله سمير (٢٠١٦م)^(٥٦) حيث إن عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون أمام الشبكات الاجتماعية في اليوم جاء في المقدمة (من ساعة إلى ثلاث ساعات).

جدول رقم (٦)

نتائج اختبار Chi-Square كآ لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع لأسباب استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢٤	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		اسباب ودوافع الاستخدام
		%	ك	أنثى	ذكر	
.659 غير دالة	.195 ^a	12.4%	252	133 52.8%	119 47.2%	لمتابعة الأخبار والأحداث المختلفة
.163 غير دالة	1.948 ^a	12.0%	245	126 51.4%	119 48.6%	لتلسية وقضاء وقت الفراغ
.190 غير دالة	1.718 ^a	11.5%	235	130 55.3%	105 44.7%	تكوين صدقات جديدة
1.000 غير دالة	.000 ^a	11.8%	240	128 53.3%	112 46.7%	التواصل مع الآخرين من الأهل والأصدقاء
.288 غير دالة	1.128 ^a	11.9%	243	126 51.9%	117 48.1%	لمشاركة يومياتك وصورك مع اصدقائك
.316 غير دالة	1.006 ^a	11.9%	243	133 54.7%	110 45.3%	للحصول على معلومات عن موضوعات معينة
.004 دالة	8.278 ^a	11.7%	238	137 57.6%	101 42.4%	للتعبير عن رأيك نحو الأحداث اليومية
.801 غير دالة	.064 ^a	10.3%	210	113 53.8%	97 46.2%	لتحقيق مكاسب مادية.
.674 غير دالة	.177 ^a	6.3%	129	67 51.9%	62 48.1%	الاطلاع على الإعلانات

تشير نتائج الجدول التالي إلى نتائج اختبار كآ لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع لأسباب استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية، ولما كانت الدوافع والأسباب متعددة فقد أتاحت لكل فرد حرية اختيار أكثر من بديل للإجابة، وقد كان في مقدمة تلك الأسباب متابعة الأخبار والأحداث المختلفة بنسبة ١٢.٤% من إجمالي عدد التكرارات و ٨٤% من إجمالي عينة الدراسة منهم ١١٩ ذكورا و ١٣٣ مفردة للإناث، وتعد وسائل التواصل حالياً من أهم وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور في التعرف على الأخبار عن الأحداث الجارية، حيث تتميز تلك المواقع بالفورية نتيجة اعتمادها على شبكة كبيرة من المحررين الممثلين في جميع مستخدمي هذه المواقع حول العالم، وبالتالي يمكن أن يكون كل فرد منهم مراسل أخبار في المنطقة التي يعيش بها،

وهذا ما يفسر ما تسببت به وسائل التواصل الاجتماعي من تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة وما يحدث في منطقة في العالم يعلمه الجمع في كل أنحاء العالم، وقد بلغت قيمة كا^٢ 195^a. عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية 659. مما يعنى عدم وجود دلالة بين المجموعتين ذكوراً وإناثاً، وفي المرتبة الثانية يأتي دافع التلسية وقضاء وقت الفراغ بإجمالى نسبة بلغت ١٢% من إجمالى عدد العينة الكلي منها ١١٩ مفردة من الذكور و١٢٦ مفردة من الإناث، وترى الباحثة أن مجرد متابعة اليوميات الخاصة بالأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي ومشاهدة الصور يعد من أنواع التلسية وقضاء وقت الفراغ، فضلاً عن إتاحتها للعديد من الألعاب الإلكترونية التى توفر للمتابعين مزيداً من الترفيه، وكذلك إتاحة العديد من الكوميكس والفيديوهات الكوميديية وغيرها، وقد دلت قيمة كا^٢ والتى بلغت 1.948^a عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية ٠.١٦٥. إنه ليس هناك دلالة بين درجات الذكور والإناث بالنسبة لهذه العبارة، وفي المرتبة الثالثة يوجد كل من دافعي (لمشاركة يومياتك وصورك مع أصدقائك، للحصول على معلومات عن موضوعات معينة) بنسبة ١١.٩% من إجمالى عينة المبحوثين، وفي المرتبة الرابعة يأتي دافع التواصل مع الآخرين من الأهل والأصدقاء بنسبة ١١.٨% من إجمالى عدد التكرارات منها ١١٢ من الذكور و١٢٨ من الإناث، وقد انفردت مواقع التواصل الاجتماعي بميزة التواصل بين الأصدقاء، حيث أتاحت تلك المواقع إمكانية إجراء محادثات نصية وصوتية ومكالمات فيديو بالصوت والصورة من أي مكان ولأي مكان، ولقد سهلت إمكانيات التليفونات الحديثة إمكانية إجراء المكالمات في أي وقت وبالمجان دون دفع أي رسوم سوى الاشتراكات في باقات الإنترنت المختلفة، وبالتالي فإن الشباب يستغلون تلك الإمكانيات في التواصل الدائم مع أصدقائهم في الدراسة أو العمل أو الأقارب، وقد دلت قيمة كا^٢ إلى عدم وجود دلالة بين درجات كل من الذكور والإناث بالنسبة لهذه العبارة، وأقرت نسبة ١١.٧% من إجمالى عدد التكرارات أن من أهم دوافعهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي للتعبير عن رأيك نحو الأحداث اليومية حيث وفرت تلك المواقع إمكانية نشر آرائهم والتعبير عنها بفضل مساحة الحرية التى وفرتها تلك المواقع للأفراد على عكس وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، وفي المرتبة التالية لذلك ١١.٥% لدافع تكوين صداقات وأيضاً دلت قيمة كا^٢ عدم وجود دلالة بين كل من الذكور والإناث حيث بلغت قيمة كا^٢ 1.718^a عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية ٠.١٩٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعنى عدم وجود دلالة، وبنسبة ١٠.٣% جاء دافع تحقيق مكاسب مادية وذلك من خلال الإعلانات الممولة وعرض الفيديوهات التى تحقق مكاسب من نسب المشاهدة الكبيرة، كما يمكن استخدام هذه المواقع في العمل الخاص وإدارة بعض الأعمال من المنزل والتى تحقق العديد من المكاسب، وأخيراً يأتي دافع الإطلاع على الإعلانات في المرتبة الأخيرة بنسبة ٦.٣% من إجمالى عدد التكرارات، وأيضاً فقد أظهر اختبار كا^٢ عدم وجود دلالة بين الذكور والإناث لاختيار هذا الدافع.

وقد توافقت تلك النتيجة مع دراسة سعود عيد محمد (٢٠١٦م)^(٥٧) حيث جاء استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع المتعة والترفيه في الترتيب الأول بالنسبة لدوافع استخدام الفيس بوك، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة جنيفر يونج Jennifer Young (٢٠١٢م)^(٥٨) التي توصلت إلى أن الأمريكيين يقضون وقتاً طويلاً على الفيسبوك أكثر من أى موقع آخر وأن الدوافع المعرفية (معرفة الأخبار عن القضايا العامة) من أهم دوافع الاستخدام، ودراسة أحمد يونس (٢٠١٣م)^(٥٩) حيث جاء فيها أن أهم دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الاجتماعي كانت الحصول على معلومات متنوعة حول القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وزيادة معلوماتهم حول القضايا المهمة في المجتمع، كما جاء في نتائج دراسة عبد الكريم صالح (٢٠١٣م)^(٦٠) أن معرفة الأخبار حول القضايا العامة من أهم الدوافع النفعية في مقدمة دوافع استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما جاء في دراسة على محمد مثنى (٢٠١٣م)^(٦١) أن دافع معرفة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية في المرتبة الأولى في حين جاء دافع عمل صدقات جديدة في المرتبة الثانية، والاتصال بالإصدقاء القدامى في المرتبة الثالثة، كما جاء في دراسة إيمان السيد (٢٠١٥م)^(٦٢)، دراسة أحمد طه (٢٠١٦م)^(٦٣) حيث جاءت دوافع متابعة المضامين على مواقع الفيسبوك في مقدمتها دوافع معرفة أهم الأخبار عن الأحداث الجارية، ومتابعة أهم القضايا المطروحة على الساحة، كما جاءت في دراسة إيمان رمضان (٢٠١٦م)^(٦٤) في مقدمة دوافع استخدام المواقع الإلكترونية في التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا المطروحة والأحداث الجارية في مقدمة تلك الدوافع بنسبة ٦٥.٨%. وقد أشارت نتائج دراسة نورهان محمد (٢٠١٦م)^(٦٥) إلى غلبة الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية حيث جاء دافع التعرف على وجهات نظر الأحزاب وتعليقاتهم على الأحداث والقضايا السياسية في المرتبة الأولى.

جدول رقم (٧)

اختبار Chi-Square كآ لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع في مدى استخدامهم للمواقع الاجتماعية في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية؟

درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢١٤	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		مدى اعتماد العينة على مواقع التواصل في متابعة القضايا
		%	ك	أنثى	ذكر	
.569 غير دالة	1.126 ^a	61.7	185	95	90	دائماً
				51.4%	48.6%	
		32.3	97	56	41	أحياناً
				57.7%	42.3%	
6.0	18	9	9	نادراً		
		50.0%	50.0%			
%١٠٠	٣٠٠	160	140	الإجمالي		
		53.3%	46.7%			

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية ومعرفة المعلومات عنها، وكما يبدو من نتائج الجدول فإن ٦١.٧% من إجمالي عينة الدراسة تتابع القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي منها ٤٨.٦% ذكوراً و ٥١.٤% منهم إناثاً، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم مصادر المعلومات وأحياناً الوحيدة والأساسية والتي يعتمد عليها الجمهور وخاصة المراهقين في متابعة القضايا نتيجة إتاحة الإنترنت دائماً في حوزتهم على عكس الوسائل التقليدية الأخرى التي قل الاعتماد عليها من هذه الفئة خصيصاً بعد ظهور تلك الوسائل، ويعتمد عليها نسبة ٣٢.٣% من العينة أنهم يتابعونها بشكل غير منتظم (أحياناً)، بينما من يتابعهم نادراً نسبة ٦% فقط نصفهم من الذكور ونصفهم من الإناث، ويشير اختبار كا ٢ المحسوبة إلى عدم وجود علاقة بين مجموعات الذكور والإناث في مدى متابعتهم للقضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا^٢ 1.126^a عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية 569. وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وترى الباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت تمتلك رصيذاً معلوماتياً كبيراً جعلها في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور خاصة في سن المراهقة والشباب .

جدول رقم (٨)

كيف تتابع ما ينتشر عن القضايا السياسية والاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاتحاف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	كيف تتابع ما ينتشر عن القضايا السياسية والاجتماعية
.94105	2.4733	14.3	43	أقوم بمتابعة سريعة والتركيز على العنوان فقط
		41.3	124	أتابع جزء من الخبر والذي يحتوى على أهم المعلومات
		27.0	81	أتابع الخبر بكامله
		17.3	52	أقرأ الخبر والتعليقات الواردة عليه
		100%	300	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى طريقة متابعة المبحوثين ما يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا السياسية والاجتماعية، وقد أجاب نسبة ٤١.٣% من العينة أنهم يقومون بمتابعة جزء من الخبر والذي يحتوى على أهم المعلومات للتعرف على ما يستجد من قضايا سياسية مطروحة على مواقع التواصل بنسبة ٤١.٣%، يليها نسبة ٢٧% وهم من يتابعون الخبر كله، ثم ١٧.٣% وهي الفئة التي تقرأ الخبر والتعليقات الواردة عليه، وأخيراً نسبة ١٤.٣% من العينة من يتابعون سريعاً الأخبار والتركيز على العنوان فقط دون الدخول في تفاصيل الخبر.

جدول رقم (٩)

نتائج اختبار Chi-Square ٢كا لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع في الشكل الذي يفضل المبحوثون أن تقدم به الاخبار والقضايا الإجتماعية والسياسية

درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢كا	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		الأشكال
		%	ك	أنثى	ذكر	
.133 غير دالة	7.050 ^a	25.3	76	44	32	نص مكتوب وصورة
				57.9%	42.1%	
		33.0	99	52	47	نص مكتوب وفيديو
				52.5%	47.5%	
		10.7	32	18	14	فيديوهات فقط
				56.3%	43.8%	
		15.3	46	17	29	انفوجراف
				37.0%	63.0%	
		15.7	47	29	18	كاريكاتير ورسوم رساخرة
				61.7%	38.3%	
		%١٠٠	٣٠٠	160	140	الإجمالي
				53.3%	46.7%	

تشير نتائج الجدول السابق إلى شكل الخبر المفضل بالنسبة لعينة الدراسة عند عرض الأخبار عن القضايا والأحداث السياسية والاجتماعية، كما يشير إلى نتائج الفروق بين استجابات الذكور والإناث ونتائج اختبار كا^٢، وكما يبدو من بيانات الجدول فإن العينة تفضل النص المكتوب والفيديو بنسبة ٣٣% من إجمالي عينة الدراسة حيث أقرت هذه العينة أن النص المكتوب يعطيهم المعلومات المطلوبة عن الخبر، أما الفيديو فيكسب الخبر المصدقية ويجعله أكثر جذباً لهم كما أنه يعمل على تبسيط المعلومات عن الأخبار، وقد تفوق عدد الإناث عن الذكور حيث قسمت تلك النسبة بين ٤٧.٥% للذكور، ٥٢.٥% للإناث، يليه في المرتبة الثانية من يفضل النص المكتوب والصورة بنسبة ٢٥.٣% حيث أقر هؤلاء أن الفيديو عادة ما تكون مساحته كبيرة ويكون بطيئاً في التحميل مما يؤدي إلى ضعف الباقية أحياناً عن فتحه من الموبيل مباشرة دون وجود باقية نت أساسية اما الصورة فهي تفي بالغرض وتكون أسرع في التحميل، وبنسبة ١٥.٧% يفضلون الرسوم الكاريكاتورية الساخرة حيث تعد وسيلة بسيطة وسهلة للفهم، كما أنها تساعدهم في الخروج من الحالات النفسية السيئة وبالتالي فهي مصدر للمعلومات وأداة للترفيه، وبنسبة ١٥.٣% يفضلون الانفوجرافيك وهي رسوم تعبيرية مبسطة للتعريف بخبر أو بموضوع معين، وهي أحد الأشكال الجديدة التي أصبحت منتشرة

بشكل كبير في وسائل الإعلام سواء المسموعة أو المرئية، وأخيراً الفيديوهات فقط ١٠.٧% وهي أقل الأشكال التي يفضلها أفراد العينة من حيث محتويات الخبر على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٠)
أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها في معالجة قضايا المجتمع السياسية والاجتماعية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						العبارات
		معارض		الى حد ما		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
54997	2.6233	3.3	10	31.0	93	65.7	197	تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية الاشتراك في الأحداث السياسية والتفاعلي ما يتم نشره عن القضايا السياسية والاجتماعية مما يدعم قيم المواطنة لدى الشباب
.53842	2.6200	2.7	8	32.7	98	64.7	194	مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في التعريف بالقضايا السياسية والاجتماعية
.58669	2.5833	5.0	15	31.7	95	63.3	190	توفر وسائل التواصل الاجتماعي فرصة للتعبير عن رأيي في القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة
.56981	2.5800	4.0	12	34.0	102	62.0	186	لا يمكنني الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي في حياتي اليومية
.55746	2.5833	3.3	10	35.0	105	61.7	185	أصبح من الممكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية ومتابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي
.57191	2.5633	4.0	12	35.7	107	60.3	181	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ساحة لعرض الحوار الفعال البناء
.56639	2.5600	3.7	11	36.7	110	59.7	179	المحتوى الإخباري المقدم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يتميز بالمصداقية
.57874	2.5533	4.3	13	36.0	108	59.7	179	أعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وجهات نظر مختلفة عن القضايا السياسية والاجتماعية
.56737	2.5500	3.7	11	37.7	113	58.7	176	المحتوى المقدم في مواقع التواصل الاجتماعي متوازن في عرض وجهات النظر
.57526	2.5133	4.0	12	40.7	122	55.3	166	أثق في المحتوى المقدم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة تلك التي تقدم من خلال قادة الرأي

تشير نتائج الجدول السابق إلى اتجاهات الباحثين نحو أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها في معالجة قضايا المجتمع السياسية والاجتماعية، وكما يبدو من نتائج الجدول فإن متوسطات درجات الباحثين تراوحت بين (٢.٥١ : ٢.٦٢) حيث كانت اتجاهاتهم متقاربة بالنسبة لعبارات الجدول الموضح، كان في مقدمتها كل من (مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في التعريف بالقضايا السياسية والاجتماعية، تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية الاشتراك في

الأحداث السياسية والتفاعل مع ما يتم نشره عن القضايا السياسية والاجتماعية مما يدعم قيم المواطنة لدى الشباب) بمتوسط حسابي يقدر ب ٢.٦٢، حيث جاءت موافقة المبحوثين على العبارتين بحوالي ٦٥% من العينة، وبسؤالهم عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالقضايا السياسية والاجتماعية قالوا إن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالشمولية لمعظم وسائل الإعلام الأخرى، حيث نستطيع متابعة ما يتم نشره عبر الصحف العربية والعالمية والقنوات التلفزيونية وكذلك برامج الإذاعة من خلال صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي يمكن رصد الأحداث السياسية في كل منطقة من العالم بسهولة، وأقر أن التنوع في محتوى مواقع التواصل هو ما أتاح التميز لتلك المواقع حيث يستطيع الفرد أن يعرف الرأي والرأى الآخر من خلال تعدد المواقع والصفحات وبذلك فإنهم يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في التعرف على القضايا السياسية والاجتماعية في المجتمع، فضلاً عن سهولة الاستخدام وإتاحتها في كل الأوقات، وهو ما يتيح للأفراد إمكانية المشاركة في الأحداث السياسية على الواقع الافتراضي أو ما يسمى بالمواطنة الرقمية عبر مواقع التواصل مما يساهم في تدعيم صلة الفرد بالمجتمع.

وفي المرتبة الثانية يرى أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بكل من: (توفر وسائل التواصل الاجتماعي فرصة للتعبير عن رأيي في القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة، لا يمكنني الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي في حياتي اليومية، أصبح من الممكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية ومتابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي ٢.٥٨، وقد أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي التفاعلية التي لم يكن المستخدمون يشعرون بها في وسائل الإعلام التقليدية بشكل كبير حيث كانت قليلة وغير متاحة لكل الأفراد، بينما أتاحت تلك المواقع إمكانية نشر أي مستخدم لأي محتوى وزادت من وسائل التفاعل مع المحتوى المنشور بشكل يجعل المستخدم يقوم بدور فعال عن الإطلاع على الأخبار بإبداء رأيه، فالمستخدم هنا يمكن أن يقوم بعمل إعجاب للمنشور— أو يقوم بالتعليق عليه برأيه الشخصي، أو يقوم بمشاركته على صفحته الخاصة ليتمكن الأصدقاء من رأيه. وفي المرتبة الثالثة نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بـ (المحتوى الإخباري المقدم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يتميز بالمصداقية، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ساحة لعرض الحوار الفعال البناء) بمتوسط حسابي ٢.٥٦، وقد تناولت دراسات عديدة موضوع المصداقية منها دراسة آمال شريف (٢٠١٩م)^(٦٦) بعنوان مصداقية الأخبار المنشورة عبر موقع الفيس بوك من وجهة نظر مستخدميه "دراسة ميدانية لجمهور مدينة المسيلة" ودراسة هيثم عكاب عطية (٢٠١٨م)^(٦٧) بعنوان مصداقية موقع الفيس بوك في نقل أخبار الحوادث الأمنية من وجهة نظر جمهور مدينة بغداد، ودراسة محمد عبد العزيز طه (٢٠١٧م)^(٦٨) بعنوان مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها

الشباب المصري، والتي أثبتت أن الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الإجتماعي تتميز بالمصادقية لدى الجمهور خاصة فيما يتعلق بفئة الشباب.

وبمتوسط ٢.٥٥ في المرتبة الرابعة يوجد كل من (المحتوى المقدم في مواقع التواصل الاجتماعي متوازن في عرض وجهات النظر، أعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وجهات نظر مختلفة عن القضايا السياسية والاجتماعية) وهذا الدور الذي تلعبه تلك الوسائل في تكوين اتجاهات الأفراد نحو القضايا المختلفة من خلال عرض العديد من الآراء المختلفة التي تمكنهم من تكوين وجهات نظر حول بعض القضايا.

وترى الباحثة أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت الآن أهم المنصات الإعلامية بالنسبة للشباب فهي تساعدهم في التعرف على الأحداث الجارية والجديدة عن أهم القضايا، كما تساعدهم في تكوين اتجاهاتهم نحو تلك القضايا، ولذلك فقد جاءت معظم اتجاهات المبحوثين إيجابية نحو معالجة قضايا المواطنة.

جدول رقم (١١)

اختبار Chi-Square كآ لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع في مدى استخدامهم التريند والمشاركة في فاعليته

درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢٤٤	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		مدى استخدام التريند
		%	ك	أنثى	ذكر	
.232 غير دالة	2.918 ^a	10.3	31	21 67.7%	10 32.3%	لا
		44.7	134	70 52.2%	64 47.8%	أحياناً
		45.0	135	69 51.1%	66 48.9%	نعم
		100%	300	160 53.3%	140 46.7%	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى استخدام عينة الدراسة فيما يعرف بالترندات، ويقصد بالترند هو وصول الهاشتاج لأعلى عشرة هاشتاجات استخداماً على تويتر عندما يزداد عدد المشاهدات والبحث عنه في وقت زمني معين وموقع جغرافي محدد، وتظهر أهميته في وصول الفيديوهات الناجحة لأكثر عدد من المشاهدين، والآن أصبح لا يقتصر على تويتر فقط بل أيضاً تم استخدامه في اليوتيوب عند تحقيق أحد الفيديوهات نسبة عالية جداً من المشاهدات،^(٦٩) وقد أشارت نسبة ٤٥% من العينة أنهم دائماً ما يتفاعلون مع ما يسمى التريند إذ تلحقهم يوماً بعد يوم من الترنندات الخاصة بالممثلين والمسؤولين ولاعبو الكرة، وأقر هؤلاء بأنهم دائماً ما يشتركون في مثل هذا الموضوع مشيرين أنهم يحققون نجاحاً أو الدفاع عن بعض العناصر المتضررة (وقد ضربوا أمثالاً لذلك قضية محمود البناء شهيد الشهامة، أو القصاص من بعض المقصرين مثلما حدث في مطالبة القصاص من

المسؤولين عن حوادث القطارات مثل شهيد التذكرة كما أسموه ذلك)، وأقر ٤٤.٧% من العينة أنهم يشاركون إلى حد ما حيث أقر هؤلاء أنهم لا يشتركون إلا للقضايا ذات الأهمية فقط، بينما قال نسبة ١٠.٣% أنهم لا يتفاعلون معه ولا يشاركون فيه إلا نادراً.

جدول رقم (١٢)

كيفية تفاعل المبحوثين مع ما يتم عرضه من قضايا المواطنة على مواقع التواصل الاجتماعي ونتائج اختبار Chi-Square ٢١٤ لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع

درجة الحرية = ١ مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢١٤	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		أشكال تفاعل الجمهور مع قضايا المواطنة المعروضة على مواقع التواصل
		%	ك	أنثى	ذكر	
.810 غير دالة	.058 ^a	1.8%	35	18 51.4%	17 48.6%	أكتفى بالمتابعة فقط دون التفاعل
.128 غير دالة	2.318 ^a	10.4%	208	117 56.3%	91 43.8%	أقوم بعمل إعجاب Like على المنشور
.712 غير دالة	.136 ^a	11.2%	222	117 52.7%	105 47.3%	اكتب تعليق تعبيرياً عن وجهة نظري في الأحداث على المنشور
.493 غير دالة	.471 ^a	11.2%	222	121 54.5%	101 45.5%	أشارك المنشور عبر اليوميات الخاصة بي على صفحتي الشخصية
.211 غير دالة	1.566 ^a	11.3%	225	112 51.1%	110 48.9%	كتابة بوستات تحمل آرائهم الخاصة ونشر فيديوهات أو صور خاصة بالحدث
.370 غير دالة	.805 ^a	11.2%	222	115 51.8%	107 48.2%	أشترك مع الآخرين في حلقات نقاشية حول الموضوع
.727 غير دالة	.122 ^a	11.0%	220	116 52.7%	104 47.3%	أفعل الهشتاج للقضية المثارة فيما يتفق مع وجهة نظر
غير دالة.522	410 ^a	9.5%	190	104 54.7%	86 45.3%	اتابع وسائل أخرى للتحقق من الخبر أو القضية
.708 غير دالة	.140 ^a	11.8%	235	124 52.8%	111 47.2%	الاشتراك في بعض الأنشطة السياسية الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
غير دالة .945	005 ^a	10.9%	218	53.2% 116	46.8% 102	أشارك في بعض الأحداث والقضايا المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أشكال تفاعل المبحوثين مع قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية التي يتم عرضها على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد هدفت الباحثة للتعرف على أهم أشكال تفاعل المبحوثين مع القضايا التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي، وحيث أن وسائل التواصل تفاعلية وتتيح العديد من أشكال التفاعل للجمهور، فقد أتاحت للمبحوثين إمكانية اختيار أكثر من بديل للتفاعل، جاء في مقدمتها (اشترك في بعض الأحداث والقضايا المنتشرة عبر مواقع التواصل) حيث أقر نسبة ٧٨.٣% من إجمالي العينة أنهم يقومون بالاشتراك في بعض الأنشطة السياسية الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال الاشتراك بالرأي والمناقشات وغيرها، وقد ذكرت بعض

الدراسات أن الأنشطة السياسية الإلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي تنتشر أكثر بين فئات الشباب عن طريق نشر المعلومات السياسية Posting Political Information، والتدوين، والمشاركة في التفاعلات السياسية (Political activities)، وبذلك أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مجالاً أساسياً للتفاعلات والأنشطة غير المؤسسية (Extra-institutional activities) مثل التوقيع على عرائض إلكترونية Signing a petition، والانضمام للاحتجاجات الإلكترونية Joining a protest، واقناع الآخرين ببعض المواقف والآراء السياسية Persuading others of (their political positions)، فضلاً عن الأنشطة الافتراضية المؤسسية كالتبرع للحملات السياسية Donating political campaign أو التصويت (Voting)، أو التسجيل لعضوية الأحزاب السياسية Registering parties، وقد عرف بعض الباحثين المشاركة السياسية الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "تحفيز وتمكين المواطنين من المشاركة في الأنشطة السياسية، كالحملات الانتخابية (Elections Campaigns) التي تتم عبر الشبكات الاجتماعية، بهدف التواصل مع المواطنين والداعمين لمرشح سياسي ما، وجمع تبرعات (Donating) للحملة، أو لانضمام متطوعين لها (Volunteers)، وفي الآونة الأخيرة عززت شبكات التواصل الاجتماعي عمليات المشاركة المدنية واتخاذ القرار الديمقراطي، إلى جانب تمكين المواطنين من الاتصال اللامركزي، بشكل يمكنهم من التعبير عن آرائهم بحرية عبر حوار عام جماعي (many-to-many)، واتصال متزامن يتميز بالانعكاسية أثناء الحوار، بما يساهم في تقديم نموذج اتصالي عقلاني منطقي،^(٧٠) ويعد ذلك جوهر نظرية المجال العام فمع تطور وسائل الاتصال وظهور شبكة الإنترنت، برز على الساحة مجال عام جعل الأفراد يصلون بشكل مباشر لمنندى عالمي يمكنهم من التعبير الحر، والمناقشة المفتوحة دون وساطة أو اختيار أو رقابة، والمحادثات المتنوعة التي تُجرى عبر الإنترنت يومياً، والمتاحة لكل فرد يمكنه الوصول إليها، تشير إلى توسيع النطاق العالمي للخطاب العقلاني عبر الشبكات المتحررة فيما يعرف بالمجال العام^(٧١).

وفي المرتبة الثانية يقوم المبحوثون بكتابة بوستات تحمل وجهات نظرهم في القضايا المطروحة على صفحاتهم الشخصية ونشر فيديوهات وصور خاصة بالحدث، حيث يتاح لجميع المشاركين والمتابعين له التعرف على وجهة نظره حيال هذه القضايا، وجدير بالذكر أن نسبة الإناث قد تفوقت على نسبة الذكور في ذلك حيث قسمت النسبة ما بين ٤٧.٢% للذكور، ٥٢.٨% للإناث، وقد أشار اختبار كا ٢ الذي أجرى للتعرف على نتائج الفروق بين المبحوثين الذكور والإناث أنه ليس هناك دلالة بين الفرقتين حيث بلغت قيمة كا^٢ ٠.١٤٠ عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية ٠.٧٠٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً. وفي المرتبة الثالثة وبنسبة إجمالية ١١.٢% من إجمالي عدد التكرارات وجدت أشكال التفاعل المتمثلة في كل من (أشترك مع الآخرين في حلقات نقاشية حول الموضوع، أشرك المنشور عبر اليوميات الخاصة بي على صفحتي الشخصية، أكتب تعليقا تعبيراً عن وجهة نظري في

الأحداث على المنشور) حيث حصلت هذه الأشكال على نسبة التأييد نفسها من العينة، ومن الملاحظ تفوق أعداد الإناث أيضاً في كل منها على أعداد الذكور، حيث بلغت نسبة الإناث أكبر من نصف العدد في كل مرة، وترى الباحثة أن أياً من تلك الأشكال تعد تفاعلاً إيجابياً مع المنشورات، فيعتبر النقاش في القضايا مع المحيطين من أهم الأشكال التفاعلية التي تهدف إليها وسائل الإعلام عموماً عند عرض القضايا سواءً كان إلكترونياً أو واقعياً بين الأفراد في المجموعات النقاشية أو من خلال المجموعات النقاشية الإلكترونية، لأن تلك النقاشات تعتبر البداية الأولى لتكوين رأى عام وهو ما فسرتة نظرية المجال العام، بل يعتبر جوهر النظرية حيث تتمركز الفكرة الرئيسية للنظرية، وفقاً للنظرية فالإتصال العام يجب أن يقوم بناءً على الحوار، والتقييم، والسعى للوصول لأعلى درجة من التمكين، لإدراج الأفراد من مختلف الجهات الفاعلة، كمتلين لمجتمع مدنى يحظى بأهمية خاصة تتمتع بالاستقلال الذاتى^(٧٢).

وفي المرتبة الرابعة يوجد تفاعل المبحوثين عن طريق تفعيل الهاشتاج للقضية المثارة فيما يتفق مع وجهة نظرهم، والهاشتاج هو مصطلح صاغته وسائل الإعلام يشير إلى استخدام هاشتاجات تويتر في نشاط الإنترنت، ويمكن أيضاً استخدام المصطلح للإشارة إلى أفعال إظهار الدعم لقضية ما من خلال مشاركة أو غير ذلك على أي منصة إعلامية اجتماعية، مثل فيس بوك أو تويتر. الهدف من هذا النشاط هو مشاركة بعض القضايا مع الأصدقاء والمتابعين على أمل أن يتبادلوا نفس المعلومات أيضاً، وهذا يؤدي إلى نقاش واسع النطاق مما يسمح بحدوث تغيير. كما أن الهاشتاجات استخدمت أيضاً لمناقشة القضايا الاجتماعية والسياسية.

وفي المرتبة الخامسة يوجد شكل تفاعلي آخر وهو المشاركة الفعلية للأحداث حيث أقر ٧٢.٦% من المبحوثين بنسبة ١٠.٩% من إجمالي عدد التكرارات بأنهم يشاركون في بعض الأحداث والقضايا المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي منهم ٤٦.٨% للذكور و ٥٣.٢% للإناث ويقصد بالمشاركة الفعلية هنا المشاركة في بعض الأحداث السياسية وقد لاحظت الباحثة تفوق عدد الإناث عن عدد الذكور على الرغم من افتراض العكس حيث أن اشترك الذكور في الأحداث السياسية من ثورات وانتخابات وندوات يكون أكثر من الإناث إلا أن النتائج أثبتت العكس، وكما يبدو من الجدول فإن قيمة كاي^٢ المحسوبة جاءت 005^a عند درجة حرية ١ ومستوى معنوية ٠.٩٤٥. وهي قيمة غير دالة إحصائياً وبالتالي لا يوجد دلالة بين المجموعتين.

وفي المرتبة السادسة يوجد تفاعل المبحوثين عن طريق القيام بعمل إعجاب Like على المنشور بنسبة ١٠.٤%، والمرتبة السابعة متابعة وسائل أخرى للتحقق من الخبر أو القضية بنسبة ٩.٥% من إجمالي عدد التكرارات، وأخيراً ١.٨% يكتفون بالمتابعة فقط دون التفاعل وهذه نسبة ضعيفة إذا ما تم مقارنتها بأشكال التفاعل الأخرى، وبالتالي تستنتج الباحثة من إجابات المبحوثين على هذا التساؤل

الدور الكبير الذي قامت به مواقع التواصل في تدعيم قيم المواطنة لديهم حيث جعلتهم أكثر تفاعلاً وأتاحت لهم وسائل تفاعلية أكبر جعلتهم جزءاً من الأنشطة السياسية سواءً الإلكترونية أو الواقعية.

جدول رقم (١٣)

فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية وتدعيم علاقة الفرد بالمجتمع عبر المجال الافتراضي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						العبارات
		معارض		الى حد ما		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
.56674	2.6067	3.3	10	32.7	98	64.0	192	تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة تفاعل الفرد مع القضايا المعروضة ومشاركاته مما يعمل على تدعيم صلة الفرد بالمجتمع
.55345	2.6067	3.3	10	32.7	98	64.0	192	يلجأ السياسيون والقادة الرأي الى منصات التواصل الاجتماعي لنشر آرائهم وعرض القضايا بما يتوافق مع رأيهم
.54311	2.5967	2.7	8	35.0	105	62.3	187	نتيح الحرية على مواقع التواصل الاجتماعي فهم القضايا المختلفة نتيجة تعددية الآراء
.52022	2.5833	1.3	4	39.0	117	59.7	179	تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بالتغطية الشاملة للأحداث والقضايا
.54762	2.5667	2.7	8	38.0	114	59.3	178	نتيح مواقع التواصل الاجتماعية التفاعلية وتبادل الآراء بالنسبة للقضايا المختلفة
.53567	2.5633	2.0	6	39.7	119	58.3	175	أدى حقوقي السياسية وأمراسها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
.53793	2.5400	2.0	6	42.0	126	56.0	168	أثقت في المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالأحداث الجارية

تشير نتائج الجدول إلى مدى موافقة عينة الدراسة على العبارات المستخدمة في قياس مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة القضايا السياسية والاجتماعية، وهل تقوم بدور فعال في ذلك، وكما يبدو من نتائج الجدول فإن العبارة صاحبة المتوسط الأكبر كانت من: (تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة تفاعل الفرد مع القضايا المعروضة ومشاركاته مما يعمل على تدعيم صلة الفرد بالمجتمع، يلجأ السياسيون وقادة الرأي إلى منصات التواصل الاجتماعي لنشر آرائهم وعرض القضايا بما يتوافق مع رأيهم) وكانت بمتوسط حسابي ٢.٦٠، حيث يرى هؤلاء أن القادة السياسيين أدركوا مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على اتجاهات الرأي العام، كما يستخدمونها للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور إلى جانب الشرعية التي تضيفها هذه المواقع على الأخبار والموضوعات التي تعرض من خلالها، ولذلك فلم يعد هناك أي من القيادات السياسية الشعبية إلا ولها موقع على أحد مواقع التواصل الاجتماعي أو معظمها، ويستخدم القادة والسياسيون هذه المنصات لعرض وجهات نظرهم فيما يتعلق بالقضايا والأحداث الجارية، وفي المرتبة الثانية يرى أفراد العينة أن الحرية على مواقع التواصل الاجتماعي نتيج فهم القضايا المختلفة نتيجة تعددية الآراء بمتوسط

حسابي ٢.٥٩ حيث إن عدم الرقابة التي تفرض على وسائل الإعلام التقليدي أتاح للجميع في كل مكان حرية التعبير عن الآراء ووجهات النظر كما يتوافق مع رؤيتهم للقضية أو الموضوع، والحرية شرط أساسي في نظرية المجال العام، فالحرية هي التي تتيح لجميع الأفراد الإدلاء بآرائهم المختلفة حول القضية المطروحة، وحيث إن النظام التسلسلي لا يقوم فيه مجال عام حر لمناقشة الآراء ووجهات النظر، وفي المرتبة الثالثة ترى أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بالتغطية الشاملة للأحداث والقضايا من خلال ما تتميز به من فورية في نقل الأحداث يجعلها تقدم تغطية شاملة ومستمرة لما يحدث في المجتمع وبشكل يتميز بالاستمرارية والفورية وذلك بمتوسط ٢.٥٨، وبمتوسط حسابي بلغ ٢.٥٢ رأت عينة الدراسة أنها (تعي حقوقها السياسية وتمارسها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تتيح مواقع التواصل الاجتماعية التفاعلية وتبادل الآراء بالنسبة للقضايا المختلفة) يليها رأى العينة فيما يخص الثقة في المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالأحداث الجارية.

جدول رقم (١٤)

اتجاهات المراهقين نحو قضايا المواطنة التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة مستويات علاقة الفرد بالمجتمع

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						اتجاهات المراهقين نحو قضايا المواطنة التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي
		معارض		الى حد ما		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
.45345	2.7800	1.7	5	18.7	56	79.7	239	لا تمارس الدولة أى شكل من اشكال التمييز بين المواطنين
.48121	2.7433	2.0	6	21.7	65	76.3	229	استطاع الشعب تحقيق بعض المطالب للارتقاء بالمعيشة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
.48615	2.7333	2.0	6	22.7	68	75.3	226	مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور سياسي فعل في عزل بعض العناصر الفاسدة
.51232	2.7200	3.0	9	22.0	66	75.0	225	يستجيب القادة لما يتم تناوله في مواقع التواصل الاجتماعي من مطالب شعبية
.49671	2.7100	2.0	6	25.0	75	73.0	219	أشعر بالفخر والسعادة حينما أشارك في أحد المطالبات الشعبية على مواقع التواصل الاجتماعي ويستجيب المسؤولين
.53057	2.6900	3.3	10	24.3	73	72.3	217	عكست آراء الشعب على مواقع التواصل الاجتماعي مدى ولائهم لوطنهم الغالي
.52725	2.6400	2.3	7	31.3	94	66.3	199	تعمل الدولة باتخاذ كافة التدابير للقضاء على الفساد والإرهاب
.57943	2.5933	4.7	14	31.3	94	64.0	192	أشعر بالانتماء عندما يتم عرض مضامين خاصة بالدولة وأود الاشتراك بها
.54123	2.6067	2.7	8	34.0	102	63.3	190	العدالة الاجتماعية تعنى تساوى الشعب في الحقوق والواجبات

.54583	2.5800	2.7	8	36.7	110	60.7	182	تعتبر الاحتجاجات الإلكترونية أو الميدانية وسائل ضغط إيجابية على الدولة لتلبية مطالب الشعب
.54631	2.5767	2.7	8	37.0	111	60.3	181	حربة الرأي مكفولة للجميع ومن حق أي فرد الإدلاء برأيه في كافة القضايا
.55285	2.5733	3.0	9	36.7	110	60.3	181	يستخدم الشعب حقوقة الدستورية في القضايا السياسية
.66650	2.4564	9.7	29	34.7	104	55.0	165	أصبح المجتمع الافتراضي بديلا عن المجتمع الحقيقي وأصبح بالإمكان التغيير في مجريات الأمور من خلاله
.64200	2.4233	8.3	25	41.0	123	50.7	152	شاركت في بعض الحملات الشعبية ضد الفساد وقام المسؤولين بالاستجابة
.69632	2.3523	12.7	38	39.0	117	47.7	143	الجمهور لديه القدرة في التأثير على القيادات والمسؤولين من خلال عرض وجهات نظرهم حول القضايا
.74907	2.2900	17.7	53	35.7	107	46.7	140	شعرت بأهمية المناسبات الوطنية منذ ان قمت باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
.69715	2.3154	13.3	40	41.3	124	44.7	134	أشارك أصدقائي في عرض وجهات نظري حول القضايا وأقبل وجهة نظرهم بشكل حيادي
.67059	2.2349	13.3	40	49.3	148	36.7	110	أستجيب لبعض الدعوات الشعبية على مواقع التواصل الاجتماعي للمطالبة بالحقوق الدستورية في الدولة
.53434	2.6100	2.3	7	34.3	103	3.0	9	لا يتأثر الشعب بما يحدونه من انقسامات بين القادة على مواقع التواصل الاجتماعي

تشير بيانات هذا الجدول إلى اتجاهات المبحوثين نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية نتيجة متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وكما يبدو من بيانات الجدول فقد تراوحت المتوسطات الحسابية لدرجات المبحوثين على مقياس الاتجاهات ما بين (٢.٢٩ : ٢.٧٨) كان أعلاها رأى المبحوثين: (لا تمارس الدولة أى شكل من أشكال التمييز بين المواطنين) وقد جاءت بمتوسط حسابي ٢.٧٨ حيث ترى هذه الفئة أن الدولة تقوم بالمساواة في الحقوق بين طوائف الشعب، وهذا يمكن أن يكون ثمرة ما حدث في ثورة ٢٥ يناير من تعميم الديمقراطية وقيم المساواة بين طوائف الجمهور، وفي المرتبة الثانية يرى المبحوثون: (استطاع الشعب تحقيق بعض المطالب للارتقاء بالمعيشة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي قدره ٢.٧٤ ويقصد بهذا ما قام به الشعب المصري من القيام بثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو وغيرها من ثورات الربيع العربي حيث بدأت الشرارة الأولى لاندلاع تلك الثورات من مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك، وقد تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في اندلاع الثورات، وقد أثبتت الدور الفعّال في تحقيق الوحدة بين فئات الجمهور، وهو ما يثبت صحة فرضيات نظرية المجال العام، حيث تقوم بدور الوسيط أو المجال الإلكتروني الذي تجمع فيه الجمهور وناقشوا بعض القضايا العامة المشتركة فيما بينهم وبالتالي يتوصلون إلى تحقيق أهدافهم من خلال النقاش البناء، وفي المرتبة الثانية يرى المبحوثون أن: (مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور سياسي فعلي في عزل بعض العناصر الفاسدة) بمتوسط حسابي ٢.٧٣، حيث ساعدت تلك المواقع في عزل والاستغناء عن بعض العناصر الفاسدة في المجتمع المصري ممن كانوا

يسعون على مصالحهم الخاصة وهم يتقلدون مناصب عليا في المجتمع، وترى الباحثة أن الحرية التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي هي ما أدت إلى المطالبة بعزل كل أصحاب المراكز العليا في الدولة ومن كانوا يستغلون مكانتهم ومناصبهم لتحقيق أغراض شخصية.

ويرى المبحوثون بمتوسط ٢.٧٢ أن: (القادة يستجيبون لما يتم تداوله في مواقع التواصل الاجتماعي من مطالب شعبية) وهو هدف المجال العام كما يوجد بالنظرية، حيث أن المعنى الحقيقي للمجال العام يتحقق بقيام الجمهور بالتأثير على قياده في اتخاذ قرارات لصالحهم، وفي المرتبة الرابعة يرى المبحوثون أنهم: (يشعرون بالفخر والسعادة حينما يشاركون في أحد المطالبات الشعبية على مواقع التواصل الاجتماعي ويستجيب المسؤولون) بمتوسط ٢.٧١، وفي المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي قيمته ٢.٦٩ (عكست آراء الشعب على مواقع التواصل الاجتماعي مدى ولائهم لوطنهم الغالي) حيث يرى المبحوثون أن ما حدث من مشاركات للجمهور في الأحداث السياسية الإلكترونية يعكس مدى حبهم وولائهم لوطنهم، وفي المرتبة السادسة: (تعمل الدولة بإتخاذ كافة التدابير للقضاء على الفساد والإرهاب) بمتوسط حسابي ٢.٦٤ حيث يعد الإرهاب واحداً من أهم القضايا التي تشغل الرأي العام في كل الأوقات، وحينما زاد وعي الجمهور بها وتحققوا من المحرضين له وأصحاب المصالح في ذلك من أعداء الوطن، ومنذ أن تولى السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي وقد أولى قضية الإرهاب اهتماماً كبيراً للحد من آثارها السلبية وتقليلها، ولذلك فقد لوحظ قلة حوادث الإرهاب عاماً بعد آخر إلى أن تم تقليص الحوادث بشكل ملحوظ، وفي المرتبة السابعة ترى عينة الدراسة بمتوسط ٢.٦١ أن: (الشعب لا يتأثر بما يجدونه من انقسامات بين القادة على مواقع التواصل الاجتماعي) ويرى هؤلاء أن الشعب المصري مترابط دائماً سواءً في الحياة الفعلية أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ولذلك فمهما تعددت اتجاهاتهم نحو القادة فإنهم دائماً ما يترابطون خاصة عند مواجهة الأزمات، ويلي ذلك (العدالة الاجتماعية تعنى تساوى الشعب في الحقوق والواجبات) بمتوسط ٢.٦٠، وبمتوسط حسابي ٢.٥٨ ترى عينة الدراسة أن (الاحتجاجات الإلكترونية أو الميدانية تعتبر وسائل ضغط إيجابية على الدولة لتلبية مطالب الشعب)، ثم: (يستخدم الشعب حقوقه الدستورية في القضايا السياسية، حرية الرأي مكفولة للجميع ومن حق أي فرد الإدلاء برأيه في كافة القضايا) بمتوسط ٢.٥٧، يليه رأى العينة في أنهم: (أصبح المجتمع الافتراضي بديلاً عن المجتمع الحقيقي وأصبح بالإمكان التغيير في مجريات الأمور من خلاله) بمتوسط ٢.٤٥، (شاركت في بعض الحملات الشعبية ضد الفساد وقام المسؤولون بالاستجابة) ٢.٤٢، يليها رأى العينة: (الجمهور لديه القدرة في التأثير على القيادات والمسؤولين من خلال عرض وجهات نظرهم حول القضايا) ٢.٣٥، ثم: (أشارك أصدقائي في عرض وجهات نظري حول القضايا وأقبل وجهة نظرهم بشكل حيادي) ٢.٣١، يلي ذلك رأى العينة بمتوسط ٢.٢٩ (شعرت بأهمية المناسبات الوطنية منذ أن قمت باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي) وأخيراً ترى عينة

الدراسة أنهم: (يستجيبون لبعض الدعوات الشعبية على مواقع التواصل الاجتماعي للمطالبة بالحقوق الدستورية في الدولة) ٢٠٢٣.

جدول رقم (١٥)

هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من ارتباطك بالمجتمع وتجعلك مشارك في الحياة الاجتماعية بشكل أكبر

درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية Sig	Chi-Square ٢٤	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		دور مواقع التواصل في ارتباط الجمهور بالمجتمع
		%	ك	أنثى	ذكر	
.498 غير دالة	1.394 ^a	7.0	21	13	8	لا
				61.9%	38.1%	
		44.0	132	66	66	إلى حد ما
				50.0%	50.0%	
		49.0	147	81	66	نعم
				55.1%	44.9%	
		%١٠٠	٣٠٠	160	140	الإجمالي
				53.3%	46.7%	

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجهة نظر عينة الدراسة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في ربطهم بالمجتمع من خلال ما يتم نشره عن القضايا السياسية والاجتماعية في المجتمع، وكما يبدو من نتائج الجدول فإن ٤٩% أي ما يقرب من نصف عدد العينة يرون أنها بالفعل تزيد من ارتباطهم بالمجتمع من خلال نشر الأخبار وإتاحة التواصل بين فئات الجمهور، بينما يرى ٤٤% أنها تقوم بهذا الدور إلى حد ما أي ليس في كل الأوقات، في حين يرى ٧% أنها لا تقوم بارتباطهم بمجتمعهم بشكل دائم.

جدول رقم (١٦)

نتائج اختبار Chi-Square كأ لقياس الفروق بين المبحوثين من حيث النوع في مشاركة المبحوثين لقضايا المواطنة الرقمية وغير الرقمية السياسية والاجتماعية التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي

درجة الحرية ١= مستوى المغنوية Sig	Chi-Square ٢كا	الإجمالي		النوع ن = ٣٠٠		مشاركة المبحوثين لقضايا المواطنة السياسية والاقتصادية
		%	ك	أنثى	ذكر	
.370 غير دالة	.805 ^a	10.2%	161	82 50.9%	79 49.1%	شاركت في ثورة يناير ٢٠١١
.216 غير دالة	1.533 ^a	13.2%	208	106 51.0%	102 49.0%	شاركت في ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣
.437 غير دالة	.604 ^a	14.1%	223	116 52.0%	107 48.0%	الإدلاء بصوتى في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية واستطلاعات الرأى الرقمية
.297 غير دالة	1.086 ^a	4.9%	77	45 58.4%	32 41.6%	الانضمام لأحد الأحزاب السياسية
.455 غير دالة	.559 ^a	12.5%	197	102 51.8%	95 48.2%	شاركت في المطالبات الشعبية على مواقع التواصل الإجتماعي
.856 غير دالة	.033 ^a	12.9%	203	109 53.7%	94 46.3%	المشاركة في استطلاعات الرأى عن القضايا السياسية والاجتماعية
.624 غير دالة	.241 ^a	14.0%	221	116 52.5%	105 47.5%	التضامن مع بعض الجروبات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي
.409 غير دالة	.680 ^a	13.7%	216	112 51.9%	104 48.1%	حضور ندوات أو مؤتمرات سياسية أون لاین عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تشير بيانات الجدول التالى إلى نتائج اختبار كاً لدرجات المبحوثين الذكور والإناث من حيث المشاركة في قضايا المواطنة الرقمية السياسية والاجتماعية، وقد بلغ عدد التكرارات ١٥٠٦ تكراراً جاء في مقدمتها: (الإدلاء بصوتى في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية واستطلاعات الرأى الرقمية) بنسبة ١٤.١% من إجمالى عدد التكرارات، وتعتبر الانتخابات الشكل الديموقراطي السياسي الأكثر تكراراً بالنسبة لدولة كبيرة بحجم مصر، حيث تتعدد أنواع الانتخابات (البرلمانية والرئاسية) وانتخابات النقابات وتدل الانتخابات دائماً على الشكل الحضاري الديمقراطي الذى تتمتع به الدول، وقد أشار اختبار كاً الذى تم إجراؤه بين درجات الذكور والإناث إلى عدم وجود دلالة بين المجموعتين حيث بلغت قيمة كاً ^a604. عند درجة حرية ١ ومستوى مغنوية ٠.٤٣٧. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعني عدم وجود دلالة بين درجات الذكور والإناث لهذا الخيار، وفي المرتبة الثانية جاءت مشاركات العينة في (التضامن مع بعض الجروبات السياسية على مواقع التواصل الإجتماعي) كواحدة من أفضل أشكال المشاركات الفعلية للقضايا السياسية والاجتماعية بنسبة ١٤% من إجمالى التكرارات، قسمت

٤٧.٥% للذكور و٥٢.٥% للإناث، وتفسر ذلك الباحثة أنه وقبل سنوات من ظهور أي من شبكات التواصل الاجتماعية كان هناك ما يسمى بالمنتديات والبعض منها كان يملك الآلاف من المستخدمين النشطين والذين كانوا يتحدثون عن أي شيء يمكن أن يخطر على بالك من الطبخ إلى التكنولوجيا إلخ..، أما في الوقت الحاضر، ومع انتشار منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام وفيسبوك بشكل خاص ظهرت المجموعات حيث حلت محل تلك المنتديات المتخصصة، والآن المجموعات موجودة في كل مكان، واتسبب، تيلجرام وغيرها من منصات التواصل الاجتماعي ولكن السلوك العام للمتصفح في فيسبوك خلال السنوات الماضية هو انتقال المستخدمين من صفحات إلى مجموعات الفيسبوك. والسبب الرئيسي في ذلك أن فيسبوك جعل من الصعب على المعجبين رؤية أي من التحديثات الخاصة بالصفحات حيث يتوجب عمل إعلانات لتعزيز المشاركة والوصول والانتشار، وفي المرتبة الثالثة وبعد تكرارات بلغت نسبته ١٣.٧% جاءت مشاركات العينة في (حضور ندوات أو مؤتمرات سياسية أون لاين عبر مواقع التواصل الاجتماعي) حيث تُعد المؤتمرات السياسية أحد أهم الأشكال الفعلية لمناقشة القضايا السياسية المختلفة، وقد قُسمت تلك النسبة ما بين ٤٨.١% للذكور، ٥١.٩% للإناث، وقد أشار اختبار كاي^٢ الذي أُجرى على درجات الذكور والإناث عدم وجود دلالة إحصائية بين المجموعتين حيث كانت قيمة كاي^٢ المحسوبة غير دالة إحصائية مما يعني عدم وجود دلالة بينهما، وبنسبة ١٣.٢% من إجمالي عدد التكرارات قال المبحوثون أنهم (شاركوا في ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣م) وقد أطلق عليها البعض تصحيح المسار، ويشارك نسبة ١٢.٩% من إجمالي عدد التكرارات في (المشاركة في استطلاعات الرأي عن القضايا السياسية والاجتماعية)، وبنسبة ١٢.٥% قالت العينة في أنها (شاركت في المطالبات الشعبية على مواقع التواصل الاجتماعي)، ثم (شاركت في ثورة يناير ٢٠١١م) تلك الثورة التي تعتبر الشرارة الأولى لباقي ثورات الربيع العربي في المنطقة العربية، تلك الثورة التي أحدثت ضجة كبيرة في الدول، حيث عبّرت عن مدى قوة شعب مصر وصمودهم وقد حدثت أحداث كبرى على إثرها وكانت بنسبة ١٠.٢% من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً أقرت نسبة ٤.٩% من إجمالي التكرارات (الانضمام إلى أحد الأحزاب السياسية)، وعلى الرغم من قصر عمر العينة إذ أنهم لا يتجاوزون الواحد وعشرين عاماً إلا أن الباحثة اكتفت أنهم يتمتعون بجانب كبيرة من المشاركات المجتمعية، حيث تعددت أشكال الاشتراك في القضايا السياسية والاجتماعية، وهذا يدل على مدى الوعي الذي يتمتع به أفراد العينة من الجمهور المصري.

جدول رقم (١٧)
هل قمت بالانضمام الى أحد المجموعات السياسية من قبل على مواقع التواصل الاجتماعي

مدى انضمام العينة الى المجموعات السياسية	النوع ن = ٣٠٠		الإجمالي		Chi-Square ٢٤	درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية Sig
	ذكر	أنثى	ك	%		
لا	35	38	73	24.3	063 ^a	.801 غير دالة
	47.9%	52.1%				
نعم	105	122	227	75.7		
	46.3%	53.7%				
الإجمالي	140	160	٣٠٠	١٠٠%		
	46.7%	53.3%				

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى انضمام أفراد العينة لأحد المجموعات أو الجروبات على الفيس بوك أو أي موقع تواصل اجتماعي آخر، بحيث يكون الهدف من الجروب نشر الأخبار السياسية والاجتماعية ومتابعة القضايا وتكوين الآراء والمناقشات، والجروبات وهي مجموعة أشخاص لديها اهتمام مشترك أو هواية أو نشاط أو أي شيء مشترك تنضم لمجموعة تخدم أهدافها، مثلاً مجموعة أشخاص تشترك في حب الشعر تنضم لمجموعة تختص بالشعر وأخرى تهتم بالسياسة أو الاقتصاد وغير ذلك.. فتتضم مجموعة لها نفس الاهتمام، وقد أقر نسبة ٧٥% من أفراد العينة أنهم قاموا بالفعل بالانضمام لتلك المجموعات بعد ثورة يناير، خاصة بعدما أدرك الجمهور مدى فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي من التأثير على الأنظمة الحاكمة، بينما قال نسبة ٢٤.٣% منهم أنهم لم يشتركوا في هذه المجموعات وأنه تمت دعوتهم من قبل إلا أنهم رفضوا الانضمام.

جدول رقم (١٨)

اتجاهات عينة الدراسة حول المجموعات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم قضايا المواطنة الرقمية السياسية والاجتماعية وتدعيم صلة الفرد بالمجتمع

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						العبارات
		معارض		الى حد ما		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	
.51833	2.6700	2.3	7	28.3	85	69.3	208	قمت بالمطالبة ببعض الحقوق عبر تلك المجموعات وتمت الاستجابة لها
.53267	2.6433	2.7	8	30.3	91	67.0	201	المجموعات السياسية تقوم بدور فعال في المجتمع للمطالبة بالحقوق المشروعه
.54997	2.6233	3.3	10	31.0	93	65.7	197	أشترك في الحوار حول القضايا السياسية والاجتماعية في مجموعات متجانسة اجتماعيا وثقافيا
.53062	2.6267	2.3	7	32.7	98	65.0	195	مجموعات النقاش في القضايا السياسية تكون منظمة وفاعلة وموجهة بشكل هادف
.57831	2.6000	4.7	14	30.7	92	64.7	194	لدى الجمهور التأثير على مجريات الأمور إذا ما تم الحوار بشكل تفاعلي وفعال

194	64.7	96	32.0	10	3.3	2.6133	55212	مكنت المجموعات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي الجمهور من التحدث والحوار في القضايا السياسية
193	64.3	103	34.3	4	1.3	2.6300	51052	أتاحت المواقع الاجتماعية معيار المساواة بين الجمهور في الأدلاء بأرائهم
192	64.0	101	33.7	7	2.3	2.6167	53292	لا توجد قيود أو مراقبة على الآراء عبر مجموعات النقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي
191	63.7	101	33.7	8	2.7	2.6100	54056	المجموعات السياسية تعتبر شكلاً من أشكال الديمقراطية في المجتمع
191	63.7	107	35.7	2	.7	2.6300	49725	يتميز الحوار في هذه المجموعات بالعرض المنطقي للقضايا وتجنب الفروق بين المشاركين
188	62.7	98	32.7	14	4.7	2.5800	58143	للشعب الحق في الإدلاء بأرائه في القضايا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
186	62.0	106	35.3	8	2.7	2.5933	54370	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على استرداد حقوق بعض الفئات المتضررة من خلال المجموعات السياسية
183	61.0	111	37.0	6	2.0	2.5900	53183	يوجد في مصر العديد من القضايا المشتركة والخلافية محور الحوار بين الجمهور
182	60.7	113	37.7	5	1.7	2.5900	52550	ساعدت المواقع الاجتماعية في الحصول على مؤيدين لبعض القضايا والأحداث
167	55.7	121	40.3	12	4.0	2.5167	57517	أتاحت المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي التعبير عن رأيك في القضايا

تشير نتائج هذا الجدول إلى أهمية دور المجموعات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية، وكما يبدو من نتائج الجدول فإن المتوسطات الحسابية لدرجات المبحوثين تتراوح بين (٢.٥١:٢.٦٧) كان أعلاها رأى عينة الدراسة بأنه تم (القيام بالمطالبة ببعض الحقوق عبر تلك المجموعات وتمت الاستجابة لها) بمتوسط ٢.٦٧ وهذه المجموعات عندما يتم تشكيلها على مواقع التواصل الاجتماعي يكون هدفها الأول هو تحقيق مصالح مشتركة والاستفادة من الضغط الشعب لمتابعتها للضغط على المسؤولين للاستجابة لمطالبهم، وفي المرتبة الثانية يوجد (المجموعات السياسية تقوم بدور فعّال في المجتمع للمطالبة بالحقوق المشروعة) بمتوسط ٢.٦٤ حيث يقر هؤلاء بأهمية المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي في القيام بدور فعّال للمطالبة بالحقوق المشروعة للشعب، وتشير الباحثة بأن الممارسات التي تقوم بها المجموعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإن تكن في ظاهرة غير منظمة وعشوائية إلا أنها في حقيقة الأمر مدروسة ومنظمة، وفي المرتبة الثالثة جاءت (يتميز الحوار في هذه المجموعات بالعرض المنطقي للقضايا وتجنب الفروق بين المشاركين، أتاحت المواقع الاجتماعية معيار المساواة بين الجمهور في الإدلاء

بآرائهم) بمتوسط حسابي قدره ٢.٦٣، يليه رأى العينة في كل من أن (مجموعات النقاش في القضايا السياسية تكون منظمة وفاعلة وموجهة بشكل هادف، أشارك في الحوار حول القضايا السياسية والاجتماعية في مجموعات متجانسة اجتماعياً وثقافياً)، بمتوسط حسابي ٢.٦٢، ثم يوجد رأى العينة فيما يخص (لا توجد قيود أو مراقبة على الآراء عبر مجموعات النقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مكذبت المجموعات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي الجمهور من التحدث والحوار في القضايا السياسية، المجموعات السياسية تعتبر شكلاً من أشكال الديمقراطية في المجتمع) بمتوسط حسابي ٢.٦١، وبتوسط ٢.٦٠ ترى عينة الدراسة (لدى الجمهور التأثير على مجريات الأمور إذا ما تم الحوار بشكل تفاعلي وفعال) يليها كل من (يوجد في مصر العديد من القضايا المشتركة والخلافية محور الحوار بين الجمهور، ساعدت المواقع الاجتماعية في الحصول على مؤيدين لبعض القضايا والأحداث، تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على استرداد حقوق بعض الفئات المتضررة من خلال المجموعات السياسية) وقد كانت بمتوسط حسابي ٢.٥٩، ثم (للشعب الحق في الإدلاء بآرائه في القضايا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) بمتوسط ٢.٥٨، وأخيراً (أتاحت المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي التعبير عن رأيك في القضايا) بمتوسط ٢.٥١.

وبالنظر إلى نظرية المجال العام كإطار نظري عام للدراسة نجد أن المجموعات السياسية تمثل الفكرة الرئيسية للنظرية، حيث تمثل تلك المجموعات الجمال الذي يجمع عدداً من الجمهور في إطار ثقافي واحد ويهدفون إلى أهداف معينة وهذا جوهر إنشاء الجروبات على مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يكون له دور كبير في التأثير على السلطات وتكوين اتجاهات الرأي العام حول القضايا المختلفة، ولا شك في ذلك فقد أكدت عدد من الدراسات على الدور المهم الذي لعبته أثناء اندلاع ثورات الربيع العربي، فالنقاشات السياسية التي تجرى عبر وسائل الإعلام الاجتماعية ركزت على قوة الاحتجاجات الجماهيرية؛ لذا فالشبكات الاجتماعية عملت على دعم المجتمع المدني والمجال العام، حيث أشارت العديد من الدراسات لأهمية الشبكات الاجتماعية في متابعة الأداء الحكومي من قبل الأفراد، والحصول على المعلومات السياسية، وفهم الواقع السياسي بأبعاده المختلفة، إلى جانب تمكين المواطنين من اتخاذ القرارات بشأن أحد المرشحين أو السياسيين أو القضايا، والمشاركة بفاعلية في المناقشات السياسية.

نتائج التحقق من الفروض:-

الفرض الأول:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغيراتهم الديموجرافية.

جدول رقم (١٩)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغير النوع

الدالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار t-test قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	النوع	كثافة الاعتماد على مواقع التواصل في متابعة القضايا السياسية
غير دالة	.316	298	-1.003-	.55416	2.2286	140	ذكر	
				.56743	2.2938	160	انثى	

تشير نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغير النوع، وقد بلغت قيمة ت -1.003- عند درجات حرية ٢٩٨ ومستوى معنوية 0.316. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغير النوع.

جدول رقم (٢٠)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغير نوع التعليم

الدالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار t-test قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	نوع التعليم	كثافة الاعتماد على مواقع التواصل في متابعة القضايا السياسية
غير دالة	.800	٢٩٨	.254	.22562	2.2715	151	حكومي	
				.37329	2.2550	149	خاص	

تشير نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغير لنوع التعليم حيث تنوعت العينة من حيث التعليم الخاص والحكومي، وحيث أن الباحثة كانت تفترض أن أصحاب التعليم الحكومي هم الأكثر متابعة للقضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن نتائج اختبار ت أثبتت عدم وجود فروق بين المبحوثين، حيث بلغت قيمة ت 0.254- عند درجات حرية ٢٩٨ ومستوى معنوية 0.800. وهي قيمة غير دالة إحصائياً مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لنوع التعليم.

جدول رقم (٢١)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغير مكان الإقامة

الدالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار t-test قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	مكان الإقامة	كثافة الاعتماد على مواقع التواصل في متابعة القضايا السياسية
غير دالة	.208	298	1.263	.57114	2.3229	96	قرية	
				.55578	2.2353	204	مدينة	

تشير نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتغير مكان الإقامة، حيث افترضت الباحثة وجود فروق بين المبحوثين تبعاً لمكان الإقامة لصالح سكان المدن، حيث يعتبرون هم الأكثر متابعة للقضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن نتائج اختبار ت أثبتت عدم وجود فروق بين المبحوثين، حيث بلغت قيمة ت 1.263 عند درجات حرية ٢٩٨ ومستوى معنوية 208. وهي قيمة غير دالة إحصائياً، مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمكان الإقامة.

جدول رقم (٢٢)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA بين متوسطات درجات المبحوثات في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري

الدالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار ANOVA قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	متوسط الدخل الشهري	كثافة الاعتماد على مواقع التواصل في متابعة القضايا السياسية
دالة	.014	297	4.355	.45883	2.0000	20	من ١٠٠٠ الى اقل من ٢٠٠٠ جنية شهريا	
				.54840	2.2440	209	من ٢٠٠٠ الى ٤٠٠٠ جنية شهريا	
				.59711	2.3944	71	من ٤٠٠٠ الاف فأكثر	
				.56128	2.2633	300	المجموع	

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري، حيث بلغت قيمة ف 4.355 عند درجات حرية ٢٩٧ ومستوى معنوية 014. وهي قيمة دالة إحصائية ويعنى ذلك إثبات صحة الفرض الذى ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة متابعة القضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتوسط الدخل الشهري.

نتائج التحقق للفرض الأول: ثبت صحة الفرض الأول بشكل جزئي والذي كان ينص على

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي

لمتابعة القضايا السياسية والإجتماعية تبعاً للعوامل الديمجرافية تبعاً لمستوى الدخل فقط بينما لم تثبت صحة الفرض فيما يخص النوع والإقامة ونوع التعليم.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى اعتمادهم على متابعة القضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها في معالجة تلك القضايا.

جدول رقم (٢٣)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان علاقة مدى اعتماد المبحوثين في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها في معالجة تلك القضايا.

اتجاهاتهم نحو أهميتها في معالجة تلك القضايا		اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية
215.	معامل الارتباط Spearman's rho	
.029.	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
300	العدد	

تم اختبار العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها في معالجة تلك القضايا باستخدام معامل ارتباط الرتب والذي أثبت وجود علاقة بينهما، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 215. عند مستوى معنوية 0.029 وهي قيمة دالة إحصائية مما يعنى ثبوت صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة بين مدى اعتماد المبحوثين في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها في معالجة تلك القضايا.

الفرض الثالث:- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تفاعل المبحوثين مع ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية.

جدول رقم (٢٤)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة بين مدى تفاعل المبحوثين مع ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية.

اتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية		تفاعل المبحوثين مع ما تنشره مواقع التواصل
021.	معامل الارتباط Pearson Correlation	
.361.	مستوى المعنوية Sig	
غير دالة	الدلالة	
300	العدد	

تم اختبار العلاقة بين مدى تفاعل المبحوثين مع ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية باستخدام معامل ارتباط

الرتب الذي أثبت عدم وجود علاقة بينها حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب 0.21. عند مستوى دلالة 0.361. مما يعني عدم وجود علاقة لأن قيمة مستوى المعنوية قيمة ليس لها دلالة إحصائية مما يعني عدم صحة الفرض.

الفرض الرابع:- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية وبين تفاعلاتهم ومشاركاتهم في الأنشطة السياسية والوطنية في المجتمع.

جدول رقم (٢٥)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة بين استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية وبين تفاعلاتهم ومشاركاتهم في الأنشطة السياسية والوطنية في المجتمع.

تفاعلاتهم ومشاركاتهم في الأنشطة السياسية والوطنية في المجتمع		اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية
0.091	معامل الارتباط Pearson Correlation	
0.048	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
300	العدد	

أشار معامل الارتباط للتعرف على العلاقة بين استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية وبين تفاعلاتهم ومشاركاتهم في الأنشطة السياسية والوطنية في المجتمع إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بينهما، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.091. عند مستوى معنوية 0.048. وهي قيمة دالة إحصائياً وهو ما يعني إثبات صحة الفرض الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية وبين تفاعلاتهم ومشاركاتهم في الأنشطة السياسية والوطنية في المجتمع. وهذا ما يؤكد على أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تدعم قيم المواطنة السياسية والاجتماعية لدى عينة الدراسة.

الفرض الخامس:- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو الانتماء للوطن.

جدول رقم (٢٦)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو الانتماء للوطن.

اتجاهاتهم نحو الانتماء للوطن		اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية
-0.056-	معامل الارتباط Spearman's rho	
0.169	مستوى المعنوية Sig	
غير دالة	الدلالة	
300	العدد	

أشار اختبار ارتباط الرتب إلى عدم وجود علاقة بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو الانتماء للوطن، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط -0.056- عند مستوى معنوية 169. مما يعني عدم وجود دلالة بين كل من استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو الانتماء للوطن.

النتائج العامة للدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على مدى تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج:-

١- أشارت النتائج أن ٥٠% من العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً في المرتبة الأولى، بينما يستخدم نسبة ٤٥.٣% مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم في المرتبة الثانية، في حين بلغت نسبة من يستخدمها نادراً أو أوقاتاً قليلة ٤.٧% من إجمالي العينة، وجاء في مقدمة المواقع الفيس بوك بنسبة ١٨.٥%، يليه الواتس اب ١٦.٣%، ثم اليوتيوب ١٤.٧%.

٢- جاءت أهم دوافع عينة الدراسة لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي متابعة الأخبار والأحداث المختلفة بنسبة ١٢.٤% من إجمالي عدد التكرارات و ٨٤% من إجمالي عينة الدراسة منهم ١١٩ ذكوراً و ١٣٣ مفردة للإناث، وفي المرتبة الثانية يأتي دافع التسلية وقضاء وقت الفراغ بإجمالي نسبة بلغت ١٢% من إجمالي عدد العينة، يليها مشاركة اليوميات والصور مع الأصدقاء.

٣- أشارت نسبة ٦١.٧% من إجمالي عينة الدراسة أنها تتابع قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي منها ٤٨.٦% ذكوراً و ٥١.٤% منهم إناثاً، ويعتمد عليها نسبة ٣٢.٣% من العينة وأنهم يتابعونها بشكل غير منتظم (أحياناً)، بينما من يتابعهم نادراً نسبة ٦% فقط.

٤- أشارت عينة الدراسة أن (مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في التعريف بالقضايا السياسية والاجتماعية، تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية الإشتراك في الأحداث السياسية والتفاعل مع ما يتم نشره عن القضايا السياسية والاجتماعية مما يدعم قيم المواطنة لدى الشباب) بمتوسط حسابي يقدر ب ٢.٦٢، حيث جاءت موافقة المبحوثين على العبارتين بحوالى ٦٥% من العينة، وفي المرتبة الثانية يرى أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بكل من: (توفر وسائل التواصل الاجتماعي فرصة للتعبير عن رأيي في القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة، لا يمكنني الاستغناء عن مواقع التواصل الاجتماعي في حياتي اليومية، أصبح من الممكن الاستغناء عن وسائل الإعلام التقليدية ومتابعة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي).

- ٥- جاءت اتجاهات المبحوثين إيجابية نحو معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا المواطنة السياسية والاجتماعية وتدعيم صلة الفرد بالمجتمع عبر الواقع الافتراضي.
- ٦- وعن دور مواقع التواصل في زيادة صلة الفرد بالمجتمع وتدعيم علاقته به فإن ٤٩% أي ما يقرب من نصف عدد العينة يرون أنها بالفعل تزيد من ارتباطهم بالمجتمع من خلال نشر الاخبار وإتاحة التواصل بين فئات الجمهور، بينما يرى ٤٤% أنها تقوم بهذا الدور إلى حد ما أى ليس في كل الأوقات، في حين يرى ٧% أنها لا تقوم بارتباطهم بمجتمعهم بشكل دائم.
- ٧- جاء الإدلاء بصوتى في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية واستطلاعات الرأي الرقمية بنسبة ١٤.١% في مقدمة أشكال تفاعل المبحوثين فيما يتم عرضه من قضايا المواطنة الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ثم التضامن مع بعض الجروبات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي كواحدة من أفضل أشكال المشاركات الفعلية للقضايا السياسية والاجتماعية بنسبة ١٤% من إجمالي التكرارات، وفي المرتبة الثالثة وبعدد تكرارات بلغت نسبته ١٣.٧% جاءت مشاركات العينة في (حضور ندوات أو مؤتمرات سياسية أون لاين عبر مواقع التواصل الاجتماعي).
- ٨- ثبت صحة الفرض الأول بشكل جزئي والذي كان ينص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية تبعاً للعوامل الديموجرافية تبعاً لمستوى الدخل فقط، بينما لم تثبت صحة الفرض فيما يخص النوع والإقامة ونوع التعليم.
- ٩- ثبتت صحة الفرض الذي ينص على: وجود علاقة بين مدى اعتماد المبحوثين في متابعة القضايا السياسية والاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو أهميتها في معالجة تلك القضايا.
- ١٠- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تفاعل المبحوثين مع ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو قضايا المواطنة السياسية والاجتماعية.
- ١١- عدم وجود دلالة بين كل من استخدام المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية واتجاهاتهم نحو الانتماء للوطن، ويمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية المجال العام؛ أن مواقع التواصل الاجتماعي تحتوى على بعض الشائعات الخاصة بتلك القضايا مما قد يؤثر على اتجاهات الجمهور، وحيث أن الانتماء للوطن يحتاج إلى أكثر من ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا.

التوصيات:-

- وبعد أن تمت الدراسة يمكن عرض جملة من التوصيات تتمثل فيما يلي:-
- العمل على كل ما يُعزِّز من وعي الشباب بخطورة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.
 - توجيه الأسر لمتابعة أبنائها عند استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.
 - ضرورة أن تبدي شبكات التواصل الاجتماعي اهتماماً بالشباب وقضاياهم خاصة فيما يتعلق في تعزيز قيم المواطنة لديهم.
 - تفعيل الضوابط التي تقلل من الآثار السلبية لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الشباب المصري.
 - القيام بتقييم واقع الآثار السلبية لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الشباب خلال فترات مستمرة.
 - تضمين مناهج التعليم بمختلف مراحل كل ما يعزز من وعي الشباب بخطورة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وحث كل أعضاء المجتمع ومختلف مؤسساته على المشاركة في توعية الشباب بخطورة الاستخدام السلبي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

هوامش الدراسة:

- ١- يحيى إبراهيم المدهون. (٢٠١٢)، " دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، جامعة الأزهر، كلية التربية، ص٤.
- ٢- هوارى حمزة. (٢٠١٥)، " مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية"، مجلة جامعة ورقلة، العدد ٢٠، سبتمبر، ص ٢٢٢
- ٣- انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك . (٢٠١١)، "الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، الطبعة الالكترونية الأولى، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، جامعة بغداد، ص٥٧
- 4- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S (2012),Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. Journal of Computer-Mediated Communication, 17(3), , pp 319-336.
- ٥- عماد صيام. (٢٠٠٥)، " منظمات المجتمع المدني وقضية المواطنة استراتيجيات التناول وزوايا الاهتمام"، المؤتمر السنوي السابع عشر للبحوث السياسية، المواطنة المصرية ومستقبل الديمقراطية، مركز البحوث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
- ٦- محمد أحمد درويش. (٢٠٠٩)، "العولمة والمواطنة والانتماء الوطني"، القاهرة، عالم الكتب، ط١، ص ١٩٧.
- ٧- أميرة محمد أحمد على. (٢٠١٩)، "العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وإتجاهاتهم نحو المواطنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ص٤٩.
- ٨- على ليلة (٢٠٠٩)، "المواطنة على خلفية السياق القومي والعالمى تأمل في حراك المفهوم ومقوماته، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط ١ ص ٥٧-٥٨.
- ٩- بارة سمير (٢٠١٧)، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية: مقارنة لفهم العلاقة بين البناء والترهل، ورقة بحثية، ص ٢١، متاحة على شبكة الإنترنت على: وتمت الزيارة في ٢٠٢٠/٢/١٢.
- ١٠- أميرة محمد أحمد. مرجع سابق، ص٩٠.

11- Marichal nack, jose ,(2013) " citizenship online : digital obligation or Gigital rights? Paper presented At the Annual meeting of the amirican sociological association annual meeting, newyork p 4.

١٢- أميرة محمد أحمد. مرجع سابق، ص ٩١.

١٣- علي عبد الرازق جلبي (٢٠١٣)، "الاندماج الاجتماعي والمواطنة النشطة مصر بعد ثورة ٢٥ يناير نموذجاً"، المؤتمر السنوي الثاني للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، الدوحة، ص ١.

١٤- أنيفة نورة (2014)، "ممارسات الشباب الجامعي للمواطنة الرقمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجاً دراسة ميدانية تحليلية"، المؤتمر الدولي الثاني: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة الجزائر، ص ٦، ٧.

١٥- حنان أبو سكين (٢٠١٢)، "ممارسة المواطنة عبر الفضاء الإلكتروني المدونات والمنديات نموذجاً"، مركز الأهرام للدراسات الإستراتيجية.

16- W. Russell Neuman, Bruce Bimber, Matthew Hindman (2010) " The Internet and Four Dimensions of Citizenship "Prepared for The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media .p12.

١٧- أميرة محمد أحمد علي. مرجع سابق.

18- Maria Ghosn-Chelala,(2019)," Exploring sustainable learning and practice of digital citizenship: Education and place-based challenges" Education, Citizenship and Social Justice, Vol. 14(1) 40–56.

19- Shun Xu,(2019),"Social media competence and digital citizenship among college students" Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol. 25(4) 735–752.

٢٠- خالد منتصر. (٢٠١٨)، " دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري"، رسالة دكتوراة غير منشورة، الجزائر، جامعة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإتصال وعلم المكتبات، متاح على

https://www.academia.edu/38470484/%D8%AF%D9%88%D8%B1_%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9_84%D8%B4%D8_%8C%D8%Aating_citizenship_v

youth، تمت الزيارة في ١/١/٢٠٢٠.

٢١- نهى بنت علي حسن جبر. (٢٠١٧)، "دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات في المجتمع السعودي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الاجتماعية.

٢٢- عبدالله بن محمد بن بخت صفرار. (٢٠١٧)، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.

23- Yannis Theocharis,(2016)," Stimulating citizenship or expanding entertainment? The effect of Facebook on adolescent participation "new media & society, Vol. 18(5) 817–836

24- Lisa M Jones,(2016)," Defining and measuring youth digital citizenship" new media & society, Vol. 18(9) 2063–2079.

٢٥- ماجد سالم تربان. (٢٠١٦)، " فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة دراسة مسحية على نشطاء التواصل الاجتماعي من طلاب الجامعات"، دار النهضة العربية، مجلة الإتصال والتنمية، العدد ١٦٦، بيروت، سبتمبر.

٢٦- حنان بوشلاغم. (٢٠١٦)، "دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفايسبوك بجامعة جيجل"، مجلة دفاتر، مخبر المسألة التربوية في الجزائر في ظل التحديات الراهنة، جامعة محمد خيضر، العدد ١٧، ص-ص، ٢٢٥-٢٢٦.

٢٧- زاهر إسماعيل. (٢٠١٥)، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات"، ورقة بحثية مقدمة في ندوة تعزيز قيم المواطنة ودورها في مكافحة الإرهاب، الرياض، جامعة نايف للعلوم الأمنية. 17 - 19 / 11 / 2015 .

٢٨- نمر فهد الرشيد. (٢٠١٥)، " درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى طلبة جامعة حائل وموقوفات توظيفها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة اليرموك، كلية التربية.

- 29- Bennett, W. Lance: (2012),The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, vol. 644, no 1, pp 20-39
- 30- Theocharis Y: Cuts, tweets, (2012) solidarity and mobilisation: how the Internet shaped the student occupations. Parliamentary Affairs 65, pp 162–194.
- 31- EARL, Jennifer, MCKEE HURWITZ, Heather, MEJIA MESINAS, Analicia, et al: This protest will be tweeted: (2013) ,Twitter and protest policing during the Pittsburgh G20. Information, Communication & Society, vol. 16, no 4, pp 459-478.
- 32- Marian Adolf, Comelia Wallner,(2005),” Probing the Public Sphere in Europe. Further for Prospects Theoretical Problems, Problems of Theory and Communication Research.”, Paper for the First European Communication Conference, p4 .
- 33- Craig J. Calhoun(1992),” Habermas and the public sphere“ MIT Press.p5
- 34- Habermas,Jurgan,(2006)” Political communication In Media Sosity”m Planary Address for the international communication Assocation conference,Dredsen, Germanym.
- 35- Simon Susen(2011)m Cretical Notes on HabermasS Theory of the public sphere, Sociological Analysis Journal, Vol5mNol,pp37-38.
- ٣٦- محمد محمود محمد المرسي. (٢٠١٠)، "قضايا المجتمع كما تعكسها المدونات المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال والرأي العام، المجلد العاشر، يوليو/ديسمبر، ص١٦.
- ٣٧- عبد الله محمد أبو راس. (٢٠٠٧)، "معالجة مواقع الإنترنت الإخبارية العربية لعملية الإصلاح السياسي في المملكة العربية السعودية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص١١٩.
- ٣٨- مها مصطفى محمود مصطفى. (٢٠١٥)، "دور التعرض للفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية" دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ص٤٣.
- ٣٩- أماني المهدي. (٢٠١٨)، "المجال العام من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي : معايير التشكل والمعوقات"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والإقتصادية والسياسية ، متاح على <https://democraticac.de/?p=53184> تمت الزيارة في ٢٠/٢/٢٠٢٠.
- ٤٠- هويدا سيد مصطفى، "إتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصرى لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام"، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٢م)، ص ص٦٣-٦٥.
- ٤١- حسن عماد مكاوى، "الإتصال ونظرياته المعاصرة"، ط١، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ١٩٩٨م ، ص ص٢٠٠-٢٠١.
- ٤٢- جمال مختار. (٢٠٠٩)، "حقيقة الفيس بوك: عدو أم صديق"، شركة متروبول للطباعة، القاهرة، ص ٩.
- ٤٣- تامر المغاوري. (٢٠١٧)، "المواطنة الرقمية (تحديات وآمال)، القاهرة، دار السحاب، ص٢٣: ٢٤.
- ٤٤- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي. (٢٠١٦)، " شبكات التواصل والإنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي"، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، ص٢٦.
- ٤٥- متاح على <https://www.arageek.com/1/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%AA%D9%8A%D9%83-%D8%AA%D9%88%D9%83> تمت الزيارة ١٥/٣/٢٠٢٠.
- ٤٦- موقع ويكيديا متاح على <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%84%D9%8A%D9%83%D8%B1> تمت الزيارة ١٥/٣/٢٠٢٠.
- ٤٧- نها نبيل محمود الأسودى. (٢٠١٢)، " دور مواقع التواصل الإجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة يناير ٢٠١١"، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، ص٢١٥.
- ٤٨- مروة محي محي سيد. (٢٠١٣)، " الإعلانات التجارية المقدمة على مواقع الشبكات الإجتماعية وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي لطلبة الجامعات المصرية"، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص٩٤.

٤٩- نورة عبد الله محمود أحمد. (٢٠١٤)، " أثر التعرض للشبكات الإجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب بقتا، قسم الإعلام، ص ١٥٠.

٥٠- نجوى إبراهيم سيد إبراهيم. (٢٠١٥)، "نشر محتوى الصحف الإلكترونية عبر موقعي التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر وعلاقته بنمط المتابعة الإخبارية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص ١٢٤.

٥١- سامح محمد يوسف الشريف. (٢٠١٦)، " الشعارات السياسية في المواقع الإجتماعية وعلاقتها بآجاهات الشباب السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص ٢٩٣.

٥٢- أسماء سعيد غضبان. (٢٠١٥)، " استخدام الشباب السورى لمواقع التواصل الإجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا"، رسالة ماجستير غير منشورة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ص ٩٥.

٥٣- محمد فتحي توفيق. (٢٠١٥)، " استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص ١٠٨.

٥٤- أسامة محمد مكية. (٢٠١٣)، " دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السورى، دراسة تطبيقية على نواع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص ١٤٨.

٥٥- هشام سعيد فتحي عمر البرجي. (٢٠١٥)، " تأثير تكنولوجيا شبكات التواصل الإجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسر المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص ١٠٠.

٥٦- هبة الله سمير الحرثاني. (٢٠١٥)، " العلاقة بين تعرض الشباب السعودى لمواقع التواصل الإجتماعي ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ص ١٠٢).

٥٧- سعود علي محمد العجمي. (٢٠١٦)، " دور شبكات التواصل الإجتماعي في بناء النقائ حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الكويتي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص ١١٢.

58- Jennifer Young, M.,M.M,"Political conversations on facebook : Anexploration of practis " master of rts in communication, culture, and technology, Georgetown University,2012,pp138.

٥٩- أحمد يونس محمد حمودة. (٢٠١٣)، " دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص ١٢٧.

٦٠- عبد الكريم صالح بالحاج. (٢٠١٣)، " استخدام الشباب ايعربي لمواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص ١١٨).

٦١- على محمد مثنى القاضي. (٢٠١٣)، " دور مواقع الشبكات الإجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمنى"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص ١٢٩).

٦٢- إيمان السيد السيد الغريب. (٢٠١٥)، " استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات الواصل الإجتماعي الجديدة والأشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة صحافة، ص ٢٥٤.

٦٣- أحمد طه محمد إبراهيم. (٢٠١٦)، " دور المضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تنمية الوعي السياسي للمراهقين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ص ٦٦.

٦٤- إيمان السيد جمعه رمضان. (٢٠١٦)، " دور المواقع الإجتماعية في تنمية الوعي السياسي والإتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى المصريين المغتربين بالدول العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، تخصص إذاعة وتلفزيون، ص ٢٦٢.

٦٥- نورهان محمد أحمد. (٢٠١٦)، " دوافع تعرض الشباب الجامعي للمضامين السياسية الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص ١٧٦.

٦٦- آمال شريف. (٢٠١٩)، " مصداقية الأخبار المنشورة عبر موقع الفيس بوك من وجهة نظر مستخدميه "دراسة ميدانية لجمهور مدينة المسيلة " جامعة محمد أبو ضيف المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، متاح على <http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/handle/123456789/17126> تمت الزيارة في ٢٠٢٠/٣/١١.

67- Haitham Akab Attia,(2018), Facebook credibility in the transfer of news of security incidents from the point of view of the audience of the city of Baghdad, **Journal of Iraqi University**, **Volume:** 40 **Issue:** 3 **Pages:** 405-421,avlabel at <https://www.iasj.net/iasj?func=search&query=au:%22Dr.%20Haitham%20Akab%20Attia%20%D9%85.%D8%AF/%20%D9%87%D9%8A%D8%AB%D9%85%20%D8%B9%D9%83%D8%A7%D8%A8%20%D8%B9%D8%B7%D9%8A%D8%A9%22&uiLanguage=en> Date of antery 11/3/2020.

٦٨- محمد عبد العزيز طه. (٢٠١٧)، " مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري"، رسالة دكتوراه، جامعة بني سويف، كلية الإعلام، متاح على https://www.researchgate.net/publication/319696645_msdaqyt_alam_almwatn_br_mwaq_alt_wasl_alajtmay_walbramj_alhwaryt_balqnwat_alfdayyt_almsryt_kma_ydrkha_alshbab_almsr تمت الزيارة في ١١/٣/٢٠٢٠.

٦٩- الموسوعة العربية الشاملة، متاح على <https://www.mosoah.com/references/dictionaries-and-encyclopedias/trend/> تمت الزيارة في ١٥/٣/٢٠٢٠.

70- Daniel Halpern & Jennifer Gibbs, (2013) , Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression, **Computers in Human Behavior**, Vol. 29, P:1160.

71- KasunUbayasiri, (2006) ,Internet and the public sphere: A glimpse of Youtube,**e-Journalist**, Vol. 6, No. 2, P:7.

72- JurgenGerhards& Mike S. Schäfer, (2010), Is the internet a better public sphere? **Comparing old and new media in the USA and Germany**, **New Media & Society**, Vol. 12, No. 1, January, P:2.

Relationship between Adolescents' Exposure to Social Media and their Digital Citizenship Levels

Dr. Aida M. Almor

aidam6756@gmail.com

Assistant Professor of Radio & Television,
Faculty of Specific Education,
Mansoura University

Abstract

The study sought to identify the extent to which adolescents' exposure to social media sites relates to their levels of digital citizenship. This study is considered a part of descriptive research that depends on the sample survey method. The field study was applied to a sample of residents of Cairo and Dakahlia governorates in the late adolescence stage from the age of 18 to 21 years. It consisted of (300) male and female singles, chosen randomly and by using a questionnaire to collect data that was applied to the interview with them. A number of the questionnaire was distributed electronically through the websites of the universities from which the sample was drawn, and the study concluded to a number of results as following:

1- (61.7%) of the study sample depend on social networking sites to follow the issues of political and social citizenship in their daily lives permanently, (32.3%) depend on it non-permanently, while only (6%) of the study sample rarely depend on it.

2- The hypothesis, that provides for a statistically significant relationship between the extent of the respondents' dependence on following up on political and social citizenship issues on social media sites and their attitudes towards their importance in addressing these issues, has been validated.

3- Social networking sites play an effective role in supporting the values and levels of citizenship among adolescents. The results have demonstrated a statistically significant relationship between respondents' reliance on social media in following up on political and social citizenship issues and their interactions and participation in political and national activities in society.

Key words: digital citizenship, social media, adolescents.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$.with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication (after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.50 = 100% in the year of 2019G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sabri Suleiman

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aneid (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharif (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**English Researches:**

- **Associate Prof. Dr. Dina Ahmed Orabi** - Cairo University
Local, Foreign and Global Consumer Culture Positioning: Strategy Choices in International Television Advertising in Egypt 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey** - Umm Al-Qura University
Dania Abdullah Al Malik - Umm Al-Qura University
Factors Affecting on Effectiveness of the Professional Performance of Public Relations and Customer Service Staff in the Banks 31
- **Associate Prof. Dr. Suhad Adel Jassim** - University of Mustansiriya
Dr. Mohammed Jabbar Zoghair - Imam Sadeq University (PR)
Language Violence in Media Discourse 33
- **Dr. Salwa Ali Ibrahim Elgayyar** - Port Said University
Treatment of the Social Protection Issues for the Child in Websites of the Childhood Organizations and Their Relationship with Awareness of the University Students 34
- **Dr. Aida M. Almor** - Mansoura University
Relationship between Adolescents' Exposure to Social Media and their Digital Citizenship Levels 35
- **Dr. Shimaa Ezz El-Din Zaki Gomaa** - Ain Shams University
Short Video Marketing Methods: An Exploratory Study on "TikTok" in Egypt 36
- **Dr. Heba Mostafa Hassan Mostafa** - Port Said University
Dr. Walaa Mohamed Mahrous Abdo Elnaghi - Port Said University
Factors Affecting the Communicator's Perception of his Media Roles And their Relationship with the Local Authority: A Survey Study for on the Communicator in the Traditional and New Media in Port Said Governorate 37
- **Dr. Elsayed Abdelrahman Ali Abdelrahman** - Suez University
Role of Public Relations in Framework of the Integrated Marketing Communications System 38
- **Dr. Gehan Saad Abdo El Maby** - Mansoura University
Electronic Harassment through Social Media and its Psychological and Social Effects among a sample of Teenage girls: A field Study 39
- **Dr. Riham Ali Noweir** - Institute of Literary studies in King Mariot
Behavior of the Audience in Modifying the Stereotype of Muslims in Britain: A case Study of the Influence of Egyptian player Muhammad Salah on Liverpool Fans 41
- **Hassan Ahmed Abusharifah** - Jazan University
Salama Ahmed Mohammed Alfaifi - Jazan University
Usage of Al-Jazeera for the Social Media Platforms such as Twitter as a Tool to Generate Fake News 42