

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ. د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الثاني - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمود عبدالعاطي (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأزهر.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٥٦٣ جرائم الاتصال عبر الإنترنت وضبط أخلاقياته في ضوء الاتجاهات البحثية الحديثة (رؤية تحليلية ونقدية) أ.م.د. رشا عادل لطفي
- ٦٣١ رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية- دراسة ميدانية على الممارسين والأكاديميين أ.م.د. علاء محمد عبد العاطي
- ٦٩٧ توظيف القائم بالاتصال للأخبار الرائجة في الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الممارسة المهنية والأخلاقية - دراسة ميدانية د. إسماعيل عبد الرازق رمضان الشرنوبى
- ٧٥٧ دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين - دراسة ميدانية د. مصطفى عبد الحي عبد العليم
- ٨١٣ مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية - دراسة ميدانية د. هناء حفناوي يوسف
- ٨٧٥ مستقبل حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين: دراسة استشرافية حتى عام ٢٠٤١ د. غسان إبراهيم أحمد
- ٩٢٣ محددات عزوف الشباب عن المشاركة في انتخابات مجلس النواب لعام ٢٠٢٠م، وعلاقتها بمستوى مشاركتهم الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي د. شيماء أبو مندور عبد الغني أبو مندور

٩٧٩

■ إدارة العمل الصحفي عن بُعد خلال جائحة كورونا: دراسة في ضوء نموذج غرف الأخبار الموزعة  
د. فاطمة الزهراء عبد الفتاح

---

١٠٣١

■ تعرض الشباب المصري للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم السياسية  
د. وسام صلاح محمد

---

١٠٨٥

■ How Personality Affects Social Media Self-Presentation of Egyptian Female University Students through Selfies?

Prof. Dr. Shaima'a Zoelfakar Hamed Zoghaib

---

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



● محدادات عزوف الشباب عن المشاركة في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م،  
وعلاقتها بمستوى مشاركتهم الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي

- **Determinants of the reluctance of young people to participate in the Gulf Cooperation Council elections for the year 2020, due to the bacteria of their participation on social networks**

● د . شيماء أبو مندور عبد الغني أبو مندور  
مدرس الصحافة بكلية الإعلام وفنون الاتصال، جامعة ٦ أكتوبر

[shimaa.abumandour@gmail.com](mailto:shimaa.abumandour@gmail.com)

## ملخص الدراسة

تتاول موضوع الدراسة محدّدات عزوف الشباب عن المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020 وعلاقتها بمستويات مشاركتهم السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية، وذلك بمسح عينة قوامها (400) مفردة من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي؛ للتعرف على تأثير شبكات التواصل على العزوف عن المشاركة في انتخابات البرلمان 2020، في الفئة العمرية من (18-40) بمحافظة القاهرة.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، تعدّ ثالث انتخابات تشريعية بعد انتخابات عام 2011م، وانتخابات عام 2015م، أثبتت الدراسة تراجع معدلات المشاركة في التصويت، وارتفاع معدل العزوف السياسي بالمقارنة بانتخابات مجلس الشعب لعام 2012م، حيث بلغت نسبة المشاركة (60%)، حيث بلغ إجمالي عدد المشاركين 27 مليوناً و851 ألفاً و70 ناخباً من بين 50 مليوناً، بينما انخفضت نسبة المشاركة في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م، إلى (14,23%)، وبلغت نسبة العزوف السياسي (85,27%)، وانخفضت نسبة التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، إلى (29,5%)، وبلغت نسبة العزوف السياسي (70,5%)، ارتفاع معدلات الأصوات الباطلة في انتخابات مجلس النواب لعام 2015م، إلى (8,7%)، وانتخابات الرئاسة لعام 2018 إلى (7%) مقارنة بنسبة بطلان (1%) في انتخابات الرئاسة لعام 2011م.

الكلمات المفتاحية: العزوف، المشاركة، شبكات، التواصل، الاجتماعي.

## Abstract

The study topic deals with the determinants of youth's reluctance to participate in voting in the 2020 House of Representatives elections and their relationship to their hypothetical political participation levels on social networks.

The study also relies on the media survey method, this approach has been employed in the field section, by scanning a sample of (400) individual members of the social media audience to identify the impact of social networks on reluctance to participate in the elections. Parliament 2020, in the age group (18-40) in Cairo Governorate.

the study reached a number of results, the most important of which are:

The House of Representatives elections for the year 2020 AD is the third legislative elections after the 2011 elections and the 2015 elections.

The high rate of invalid votes in the individual system elections to (12.5%) and the absolute party-list system to (24.2%), which are very high rates that reflect dissatisfaction with the electoral system and the effectiveness of the House of Representatives and its oversight role.

The increase in the rate of null votes in the 2015 elections to the House of Representatives, to (8.7%) and the 2018 presidential elections to (7%).

**Key words:** reluctance - participate - networks - communicate- social.



تناول موضوع الدراسة محددات عزوف الشباب عن المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020 وعلاقتها بمستويات مشاركتهم السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي، وتكتسب هذه الدراسة أهميتها في ضوء الاعتبارات الآتية: أولاً: أن انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، تُعدُّ ثالث انتخابات تشريعية بعد انتخابات عام 2011م، وانتخابات عام 2015م، الأمر الذي جاء في أعقاب ثورتي 25 يناير عام 2011م و30 يونيو عام 2012م.

ثانياً: أن تلك الانتخابات أجريت في أعقاب تعديلات الدستور لعام 2019م، وبعد تعديل قانون مباشرة الحقوق السياسية، والأخذ بنظام يجمع بين نظام القوائم الحزبية المطلقة، ونظام الانتخابات الفردي، علماً بأن نظام القوائم الحزبية المطلقة لا يوجد سوى في أربعة دول فقط هي: مصر، وجيبوتي، وسنغافورة، والكاميرون.

ثالثاً: تراجع معدلات المشاركة في التصويت وارتفاع معدل العزوف السياسي بالمقارنة بانتخابات مجلس الشعب لعام 2012م، حيث بلغت نسبة المشاركة (60%) حيث بلغ إجمالي عدد المشاركين 27 مليوناً و851 ألفاً و70 ناحباً من بين 50 مليوناً، بينما انخفضت نسبة المشاركة في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م، إلى (14,23%) وبلغت نسبة العزوف السياسي (85,27%)، وانخفضت نسبة التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، إلى (29,5%)، وبلغت نسبة العزوف السياسي (70,5%).

رابعاً: ارتفاع معدل الأصوات الباطلة في الانتخابات بالنظام الفردي إلى (12,5%)، وفي نظام القوائم الحزبية المطلقة إلى (24,2%)، وهي نسب مرتفعة جداً تعكس عدم الرضا عن نظام الانتخابي، وفعالية دور مجلس النواب الرقابي.

خامساً: ارتفاع معدلات الأصوات الباطلة في انتخابات مجلس النواب لعام 2015م، إلى (8,7%)، وانتخابات الرئاسة لعام 2018 إلى (7%) مقارنة بنسبة بطلان (1%) في انتخابات الرئاسة لعام 2011م.

### الدراسات السابقة:

يمثل الاطلاع على التراث العلمي السابق الخطوة الأولى من الخطوات المنهجية اللازمة للبحث العلمي، حيث تساعد الدراسات السابقة على وضع حدود مباشرة، وغير مباشرة للدراسة المزمع إجراؤها في ضوء نتائج هذه الدراسات، كما يساعد ذلك في بلورة المشكلة البحثية بشكل أكثر تحديداً، ويتحدد بها أيضاً الإضافة العلمية المتوقعة من هذه الدراسة مقارنة بالدراسات السابقة، خاصة تلك الدراسات التي تتشابه مع نفس موضوع الدراسة وتنقسم الدراسات السابقة إلى محورين دراسات سابقة تتعلق بدور وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية، ودراسات سابقة تتعلق بدور وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية.

المحور الأول: دراسات سابقة تتعلق بدور وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية.

1) دراسة منة الله مجدي محمد (٢٠١٨)، حول "اعتماد الشباب على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي":<sup>(1)</sup>

استهدفت الدراسة الوقوف على الدور الذي تؤديه تلك الصفحات الإخبارية في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية والمعرفية بالقضايا الحالية، ومدى اعتماد الشباب عليها للحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية ودراسة المتغيرات التي تؤثر في هذه العلاقة لقياس مدى تفاعلية الصفحات في المعرفة السياسية لدى الشباب بالإضافة إلى التعرف على مستويات التفاعلية في هذه الصفحات وتأثيرها على اتجاهات الشباب وآرائهم حول القضايا المختلفة.

اعتمدت على المنهج المسحي، تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب المصري من مستخدمي مواقع التواصل على عينة عمدية قوامها 400 مفردة أعمارهم 18-35.

أشارت نتائج الدراسة إلى:

- 1- جاء اختيار المضمون السياسي في مقدمة المضامين المفضلة بنسبة 78٪، ثم الفني بنسبة 76.1٪، ثم الرياضي بنسبة 72.6٪.
- 2- 61.2 من عينة الدراسة يناقشون أحياناً ما يقدم على الصفحات الإخبارية و 28.1٪ بصفة دائمة و 10.2٪ لا يناقشون أبداً.
- 3- أكثر محتوى أخباري يميل الشباب المصري لمشاركته هو المحتوى المصحوب بفيديو بنسبة 66.5٪، أما المحتوى المصحوب بصورة بنسبة 53٪.
- 4- 61.7٪ يرون أن هناك أحياناً موضوعات أو أحداث تعرض عبر الصفحات الإخبارية وتجدها عبر الإعلام التقليدي.

5- ترتيب القضايا والأحداث الجارية التي أثارت اهتمام العينة (ارتفاع الأسعار - التوارث في مصر - الهجرة غير الشرعية - حالات الاعتقال والتعذيب - أزمة المواصلات - أزمة سد النهضة - التعليم - الرياضة - الفن - الصحة - تيران وصنافير).

(2) دراسة ميرهان محمد هشام (2018) حول "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على الثقافة السياسية في مصر: دراسة حالة للجامعات المصرية"<sup>(2)</sup>: سعت هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية لدى طلاب الجامعات المصرية، وإلقاء الضوء على الثقافة السياسية بصفة عامة والثقافة السياسية المصرية بصفة خاصة، وذلك دراسة حالة لطلاب الجامعات المصرية، حالة من جامعة في العاصمة وهي جامعة القاهرة، وأخرى من جامعة إقليمية وهي جامعة الزقازيق، وقد تم استخدام الاستبيان لمعرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في عناصر الثقافة السياسية المصرية.

وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

- أثبتت نتائج الدراسة أن لشبكات التواصل الاجتماعي أثر ضعيف على عناصر الثقافة السياسية المصرية حيث لا يوجد تأثير لشبكات التواصل الاجتماعي على المعارف السياسية لشباب الجامعات المصرية.
- عدم وجود تأثير على مفهوم المشاركة السياسية للشباب وعدم وجود تأثير على التوجهات تجاه السلطة على الرغم من وجودها الفاعل في المجتمع، ولكن تأثيرها يكون فقط على حرية الفكر والتعبير لدى الشباب.

(3) دراسة محمود أحمد (٢٠١٧)، حول "الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة منها"<sup>(3)</sup>

وسعت الدراسة إلى التعرف على مدى الاتصال التفاعلي لمستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة منها، قامت الدراسة بتحليل شكل ومضمون صفحات القنوات الإخبارية بموقع الفيس بوك (صفحة بي بي سي عربي BBC Arabic، فرنس 24 عربي FIRANCE 24)، ورصد أنماط التفاعل حول القضايا موضوع البحث التي تثير اهتمام مستخدمي هذه الصفحات محل الدراسة.

وتم إجراء دراسة ميدانية على عينة عددية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري المستخدم لصفحات القنوات الإخبارية. وأشارت النتائج إلى:

- 1- ارتفاع متابعة القضايا السياسية (الإرهاب، داعش) بنسبة 47.4%، وجاء في الترتيب الثاني القضايا الرياضية بنسبة 26.4%، ثم الثقافية بنسبة 14.8%، والدينية (التحريض على العنف والكرهية ضد المسلمين) بنسبة 8.6%، ثم الاقتصادية بنسبة 1.7% والاجتماعية (الفقر) بنسبة 1.1%.
- 2- ارتفاع نسبة مشاركات المبحوثين للقضايا السياسية والرياضية بصفحة فرانس 24 بنسبة 57.26%، ثم الرياضية بنسبة 23.52%، ثم الدينية بنسبة 6.92%، ثم الاجتماعية (الفقر) بنسبة 3.64%.
- 4) دراسة إيمان السيد جمعة رمضان (2016) حول "دور الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية"<sup>(4)</sup>:

سعت هذه الدراسة إلى بحث العلاقة بين كثافة التعرض للشبكات الاجتماعية (الفييس بوك، وتويتر، واليوتيوب) وتنمية الوعي السياسي والاتجاهات تجاه الأحداث الجارية لدى المغتربين بالدول العربية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وبلغ حجم العينة (500) مفردة من المغتربين المصريين بالدول العربية.

وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

- جاء الفييس بوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المغتربون بالدول العربية ويعتمدون عليها كمصدر من مصادر المعلومات والأحداث الجارية.
- جاء الاستخدام اليومي في مقدمة الاستخدام الأسبوعي للشبكات الاجتماعية التي يستخدمها المغتربون بالدول العربية.
- النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة اعتادوا قراءة الموضوعات السياسية سواء بشكل انتقالي أو أجزاء متفحصة أو قراءة الموضوع بشكل كامل، ويسعون لالتماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي.

5) دراسة أسماء مسعد عبد المجيد (2015) حول "الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية"<sup>(5)</sup>:

تناولت هذه الدراسة العوامل المحيطة بعملية الاتصال التفاعلي على شبكة الإنترنت لدى المستخدمين في المنطقة العربية، والتي تتحكم في تأثير المستخدم معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا بما هو معروض من مضمون على الشبكة في ضوء الاختلافات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع العربي، وعوامل أخرى خاصة بالفرد نفسة منها الضغوط النفسية والاجتماعية والأسرية الواقعة عليه، وإلى أي مدى يهتم المستخدم في المنطقة العربية بقضايا مجتمعة المصيرية التي يروج لها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على نموذج التلقي والقبول ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:

- تجاوز عدد مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك 677 مليون مستخدم في أبريل من العام 2011 (وجاءت منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها النصيب الأكبر من حيث عدد المستخدمين الجدد).
  - وقد وصل عدد مستخدمي الفيس بوك في مصر إلى 6586260 في منتصف شهر مايو 2011 بزيادة قدرها 1951960 عن بداية أحداث ثورة 25 يناير 2011 بنسبة مئوية مقدارها 42,12% مما يعني اهتمام شريحة كبيرة من المصريين بمتابعة الموقع وعمل حسابات خاصة بهم عليها وذلك لمتابعة الأحداث التي تمر بها البلاد.
- 6) دراسة شيماء العزب (2014) حول "شبكات الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية"<sup>(6)</sup>:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على آليات تشكيل وتكوين اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية في مصر من خلال التعرض لشبكات الفيس بوك باعتباره أكثر الشبكات استخدامًا في مصر، وذلك بالتطبيق على بعض القضايا التي أفرزتها ثورة 25 يناير 2011، وثار حولها النقاش وجدال على صفحات الفيس بوك، وقد تمثلت هذه القضايا في (التعديلات الدستورية عام 2011، وإقامة المدينة أو الدولة الدينية ومحكمة الرئيس الأسبق محمد حسني مبارك، ورصد إلى أي مدى يُعدُّ الفيس بوك مجال عام يمكن لمستخدميه مناقشة تلك القضايا عبر صفحاته بهدف تشكيل الرأي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي، باستخدام صحيفة استقصاء

إلكترونية تم إرسالها للعينة متاحة من مستخدمى الفيس بوك، بلغ قوامها (407) مبحوث.

وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

- تأرجح المبحوثين بين الاتجاه المحايد والاتجاه الإيجابي، وذلك فيما يتعلق بالاتجاه نحو الفيس بوك بصفة عامة، وكذلك الاتجاه نحو دوره في تحريك الوضع السياسي، بينما أغلب اتجاه المبحوثين الإيجابي نحو الفيس بوك كمجال عام، وأيضاً نحو دوره في تغطية أحداث الثورة.
- نشر ومشاركة الفيديو والصور من أهم آليات إبداء الرأي والتعبير عن الأفكار، أما عندما يتطلب الأمر إقناع الآخرين، فإن المبحوثين يستخدمون نشر ومشاركة مقالات الصحف، كذلك الدخول في مناقشات كثيرة مع الآخرين حول القضية.
- ارتفاع نسبة الاشتراك في المجموعات التي تهتم بالشأن السياسي على موقع الفيس بوك، كذلك أوضحت النتائج أن غالبية أفراد عينة الدراسة كانوا يتابعون المجموعات السياسية قبل ثورة 25 يناير، ولم يكن لقيام الثورة تأثيراً ملحوظاً في إقبال أفراد العينة على الانضمام إلى هذه المجموعات السياسية، أما عن مدى تأثيرها فقد اتضح أن حوالي نصف العينة يرون أن الصفحات والمجموعات السياسية لم يكن لها أي دور في قرار نزولهم إلى ميدان التحرير واشتراكهم في المظاهرات، بينما يري النصف الآخر أن هذه الصفحات والمجموعات كانت مؤثرة (ضمن أسباب أخرى) ولكن بدرجة متوسطة.

(7) دراسة أحمد يونس (2013) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"<sup>(7)</sup>؛

سعت هذه الدراسة على بيان دور التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياهم المجتمعية وتحديد مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي؛ وذلك من خلال استخدام صحيفة الاستقصاء بمستوييه الإلكتروني والمقابله الشخصية، وقد أجريت على عينة قوامها (410) مبحوث من جميع الشباب الفلسطيني في المرحلة العمرية من 18 سنة إلى أقل من 35 سنة من الذكور والإناث.

وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

- كشفت الدراسة أن جميع الباحثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية إذ جاءت نسبة من يستخدمونه بشكل دائم بنسبة 96,1%، والذين يستخدمونه أحياناً بنسبة 3,9%.
  - الباحثون يثقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة 60,5%، والذين لا يثقون بها 1,2%.
  - أوضحت الدراسة أن الباحثين يتابعون بكثافة المواد حسب ترتيبها من الأكثر تفضيلاً وهي: الاجتماعية، الثقافية، السياسة، والإخبارية، التعليمية.
  - أوضحت الدراسة أن الحصول على الأخبار من أكثر الفوائد التي تعود على الباحثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يليها التواصل مع الآخرين.
- (8) دراسة عبد الكريم صالح باحاج (2013) حول "استخدام الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي"<sup>(8)</sup>:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي والكشف عن طبيعة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح؛ وذلك من خلال استمارة استقصاء كأداة لجمع بيانات دراسة ميدانية من الشباب العربي في عشر دول عربية قوامها 230 مبحوثاً، حيث قام بالتطبيق في كل من السعودية على عدد 84 مفردة، وفي مصر على عدد 70 مفردة، وفي اليمن على عدد 48 مفردة، أما باقي مفردات العينة من الدول العربية السبع الأخرى التي يبلغ عددها 28 مفردة من خلال إجراء مقالات ميدانية معهم في معهد الدراسات العربية، مكتبة الآداب بجامعة القاهرة.

وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

- أشارت النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الشبكات التي يستخدمها الشباب العربي عينة الدراسة حيث أظهرت إجابات الباحثين احتلال موقع اليوتيوب على أعلى نسب الاستخدام بمعدل بلغ 83,9%، يليها موقع فيسبوك وماي سبيس بنسبة بلغت 75,2%، وفي الترتيب الثالث جاء موقع تويتر بنسبة 60,4%.
- أكثر من نصف عينة الدراسة من الشباب العربي يستخدمون الإنترنت منذ 6 سنوات حيث أجاب بذلك 53% من أفراد العينة و25,2% من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت من ثلاث سنوات إلى أقل من 6 سنوات.
- يستخدم الإنترنت يوميًا 67% من أفراد العينة ويستخدمها أكثر من ثلاثة أيام أسبوعيًا 19,1%.

• احتلال الشبكات الإخبارية مقدمة الشبكات التي يرتادها المبحوثون عينة الدراسة بنسبة بلغت 52,6% يليها بفارق نسبي الشبكات الرياضية 30,4%.  
 (9) دراسة McKinney, & et al (2012) حول "استخدام موقعي فيسبوك وتويتر"<sup>(9)</sup>؛ سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن استخدام الشباب الجامعي لموقعي فيسبوك وتويتر من حيث النرجسية (التكلف في الحديث مع الآخرين أو الانفتاح على العالم الخارجي)، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (233) من طلاب جامعتي Northern University و Southern University بالولايات المتحدة الأمريكية (144 من الإناث بنسبة 62%، و 89 من الذكور بنسبة 38%).  
 وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

• يتعلق اتجاه الشباب الجامعي إيجابياً نحو الانفتاح مع تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد مرات استخدام فيسبوك وتويتر -2- يتعلق اتجاه الشباب الجامعي إيجابياً نحو التكلف مع تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد أصدقائهم في موقعي فيسبوك وتويتر وعدد التغريدات Tweets التي يقومون بإرسالها إلى الآخرين.  
 • لا توجد علاقة بين تبادل الشباب الجامعي المتكلف "النرجسي" مع الآخرين وعدد مرات استخدام موقعي فيسبوك وتويتر.  
 (10) دراسة Gilad Lotan et al (2011) حول "تويتر" والتعرف على الدور الرئيس لتويتر في نشر معلومات ثورتي مصر وتونس"<sup>(10)</sup>؛

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على تدفق المعلومات خلال الثورتين التونسية والمصرية 2011م على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" والتعرف على الدور الرئيس لتويتر في نشر معلومات ثورتي مصر وتونس، وطبقت الدراسة على 100 تغريدة تم نشرها بصفة عامة وتحتوي على الكلمات الرئيسية sidibuzid or Tunisia أو الكلمات المفتاحية الرئيسية Egypt or # Jan 25.

وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

• ارتباط الأفراد على موقع التواصل الاجتماعي تويتر مباشرة بالحدث.  
 • استعان المستخدمون على موقع تويتر بوسائل الإعلام السائدة في إعلام الأفراد على أرض الواقع وتحديث المادة الإعلامية بشكل مستمر.



11) دراسة Barry, Wail A, Bouvior, Gwen (2011) حول "السمات الاجتماعية والثقافية لمستخدمي موقع فيسبوك في الإمارات العربية والمملكة المتحدة"<sup>(11)</sup>؛ سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن السمات الاجتماعية والثقافية لمستخدمي موقع فيسبوك في الإمارات العربية والمملكة المتحدة بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي بالإمارات تمثلت في (100) مفردة (20 من الذكور و80 من الإناث) و (100) مفردة Glamorgan (38 من الذكور، و62 من الإناث).

وأهم ما أظهرته نتائج الدراسة ما يأتي:

- أوضحت النتائج وجود عدة اختلافات بين الشباب الجامعي في جامعة الشارقة وجامعة Glamorgan، ويتعلق تركيز الطلاب في جامعة Glamorgan على استخدام موقع فيسبوك للتعبير عن آرائهم في المجال العام، بينما يركز طلاب جامعة الشارقة على البحث عن أصدقاء جدد.
- تمثل معدل استخدام موقع فيسبوك في أقل من ساعة (50% لجامعة الشارقة، مقابل 20% لجامعة الشارقة).

12) دراسة محمود محمد حسن (2020) حول " دور الفيسبوك في المشاركة السياسية للشباب بصعيد مصر"<sup>(12)</sup>؛

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو دور موقع الفيسبوك في المشاركة السياسية للشباب بصعيد مصر إلى جانب التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب لموقع الفيسبوك في صعيد مصر والتعرف على دوافعهم للاستخدام، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي وتناولها للموضوعات السياسية وتأثيرها على تنمية وتفعيل مشاركة الشباب بصعيد مصر، وتم الاستعانة بالمنهج المسحي على عينة من جمهور الشباب باستخدام أسلوب المسح بالعينة. كما استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان؛ للتحقق من فروض الدراسة وتم تطبيق الدراسة على عينة من 435 مفردة من الشباب على محافظات سوهاج وقنا وأسوان بصعيد مصر.

وجاءت أهم نتائج الدراسة على النحو الآتي:

- أن من أكثر المواقع التي يوجد للشباب بصعيد مصر حساب عليها هو موقع الفيسبوك.
- أن من أهم الدوافع النفسية لدى الشباب في صعيد مصر هي متابعة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية.

- أهمية الحملات الانتخابية في مشاركة الشباب في الأنشطة السياسية خاصة في الإدلاء بالتصويت في الانتخابات، فأكثر الشباب بصعيد مصر عينة الدراسة يكتفي بالتعرف على الآراء السياسية ومتابعتها على موقع الفيس بوك دون المشاركة والتفاعل معها.

- أن من أهم الأهداف التي شارك من أجلها الشباب بصعيد مصر في الانتخابات الرئاسية 2018 هي الإصلاح السياسي.

13) دراسة هنا جلال علي (2020) حول "معالجة صفحات الفيسبوك للرسوم الساخرة التي تدعم المشاركة السياسية"<sup>(13)</sup>:

تحددت المشكلة البحثية في التعرف على كيفية معالجة صفحات الفيسبوك للرسوم الساخرة التي تدعم المشاركة السياسية من خلال التعرف على أنواع الرسوم الساخرة المقدمة بصفحات الفيسبوك والموضوعات والقضايا التي تناولتها الرسوم الساخرة التي تدعم المشاركة السياسية والتقنيات المستخدمة في عرض الرسوم الساخرة بصفحات الفيس بوك وتدعم المشاركة السياسية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على استخدام المسح بالعينة، تمثلت عينة الدراسة التحليلية في الرسوم الساخرة المقدمة بصفحات الفيسبوك في صفحات (نكته كل ثانية- كاريكاتير- أزومل)، استخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون بالإضافة إلى استمارة استبيان لدراسة ميدانية.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ومنها:

- تصدرت القضايا الاجتماعية الترتيب الأول في صفحات الدراسة.

- بلغت نسبة استخدام أرشيف لصورة والرسوم النكات السياسية التي عرضها على صفحات العينة بنسبة 100٪.

- ثبت صحة الفرض القائل "يوجد تأثير بين نوعية الموضوعات والقضايا المعروضة بصفحات الفيسبوك وتدعيم المشاركة السياسية"

14) دراسة مها مصطفى محمود مصطفى (2015)، حول "دور التعرض للفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية: دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة في مصر"<sup>(14)</sup>:

هدفت الدراسة معرفة دور الفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية، ومدى استفادتهم من الموقع وانغماسهم في الدعاية الانتخابية للمرشحين السياسيين لعام 2014، ودور المجموعات السياسية للموقع في إقناع المستخدم

بالتصويت في الانتخابات لصالح مرشح معين وتوفير المعلومات عنهم (المشير عبد الفتاح السيسي - الناشط السياسي حمدين صباحي)، ومعرفة دور الموقع في تواصل مستخدميه مع بعض سياسيًا، وتوصلهم مع المرشح للانتخابات وتحقيق الديمقراطية في المجتمع المصري.

15) دراسة, lohman lance (2011) "حول" المشاركة السياسية في عصر الإنترنت" (15): ركزت الدراسة على التحول الجذري في كيفية حصول الناس على المعلومات السياسية، حيث إنه في الستينات كانت وسائل الإعلام التلفزيونية تهيمن على المشهد وتؤثر في الحياة السياسية، ثم ظهرت شبكة الإنترنت بعد ذلك وأدى التوسع في استخدامها على مدى السنوات العشرين الماضية إلى التغيير في طبيعة الاتصال الجماهيري وزيادة توجه الناخبين نحو المشاركة في الانتخابات. وقد اعتمدت الدراسة على بيانات من الدراسات التي أجريت على الانتخابات الأمريكية في عام 2008-2009، وكان التساؤل الرئيس الذي سعت الدراسة للإجابة عنه يتمثل في: هل التعرض للإنترنت يؤثر على التصويت أو التبرع للحملات الانتخابية بين المواطنين الأمريكيين؟

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها في الآتي:

- أن إمكانية الوصول إلى الإنترنت لا تجعل الشخص أكثر إقدامًا على التصويت في الانتخابات، ولكن ربما تزيد من احتمال تبرعه بالمال.
- أن الآثار المترتبة على استخدام الإنترنت تتوقف على:
  - استراتيجيات حملة جمع التبرعات.
  - حجم السياسات وتنظيمها وعرضها على شبكة الإنترنت.

16) دراسة Rontynen,Christin (2011) حول: أثر وسائل الإعلام في المشاركة

السياسية: دراسة على استخدام الفيس بوك وتويتر في البرقة-أمريكا<sup>(16)</sup>

اهتمت هذه الدراسة باكتشاف وسائل الإعلام الاجتماعية خاصة فيس بوك وتويتر وقدراتها على إشراك الأفراد في الحوارات السياسية أونلاين بفاعلية، واستهدفت الدراسة المحادثات على الإنترنت بمعرفة احتمال تحول المشاركة العادية للأفراد إلى مشاركة سياسية، وذلك من خلال دراسة كيفية استخدام الأشخاص في ولاية البرقة لفيس بوك، وأثرها على المشاركة السياسية، وكيف يمكن تسخير وسائل الإعلام الاجتماعية لإشراك مزيد من المواطنين في الحياة العامة عبر الإنترنت؟  
وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها في:

- هناك مجموعة من الخصائص هي محور الاشتراك في العمل السياسي من

خلال الإنترنت يمكن الحكم عليها بتحليل المحتوى للمواقع الاجتماعية فيس بوك وتويتر على مستوى (عضوية-التردد-المشاركات-التعرض لوسائل الإعلام التقليدية-التشجيع على المشاركة) عندما تكون هذه الصفات موجودة في محادثة فردية عبر الإنترنت يمكن لها أن تتحول إلى مشاركة سياسية خاصة إذا كانت تتصل بقضية سياسية.

- الخبرات والمواقف المكتسبة تنتقل من خلال الشبكات الاجتماعية إلى أرض الواقع ويمارسها الأفراد في الحياة العامة الفعلية.

#### المحور الثاني: دراسات تتعلق بالعزوف السياسي لدى الشباب:

تركز دراسات المحور الثاني على العزوف السياسي لدى الشباب العربي والاغتراب السياسي ودور الإعلام في المشاركة السياسية للشباب.

(1) دراسة أحمد محمد عبد الغني (2019) حول "أنماط المشاركة السياسية، دراسة ميدانية للطبقات الشعبية بمدينة بني سويف"<sup>(17)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط المشاركة السياسية داخل الأحياء الشعبية الحضرية بمدينة بني سويف، من خلال الكشف عمل إذا كان التعليم له دور في تحول الطبقات الشعبية إلى أنماط جديدة، وللإجابة على تساؤلات الدراسة تم صياغة الدراسة في إطار نظري يعبر عن رؤية الفرضية الجرامشية الجديدة. وقد اعتمد البحث على منهج المسح الاجتماعي عن طريقة العينة متعددة المراحل بلغت 725 مبحوثاً.

انتهت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- حصرت الأعباء البنائية والثقافية في أعباء طبقية كالانقسامات الطبقية، أعباء الشعور بالظلم وعدم العدالة، وأعباء الاستبعاد من التوقعات الاجتماعية، إضافة إلى أعباء الاستبعاد من الفوائد الشخصية للتكامل الاجتماعي، وأعباء الاستبعاد من التنظيمات العامة والخاصة.

(2) دراسة آية نظمي محمود بركة (2016) حول "المتغيرات السياسية وأثرها على تطور المشاركة السياسية للمرأة الفلسطينية"<sup>(18)</sup>:

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على المتغيرات السياسية التي أسهمت في تطوير مشاركة المرأة في الفترة الزمنية المحددة ما بين 1992: 2012، ومعرفة حجم المشاركة السياسية للمرأة الفلسطينية، وانعكاسها على أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية، استخدمت في هذه الدراسة المنهج التاريخي؛ للتعرف على المسيرة النضالية للمرأة الفلسطينية والظروف والأحداث والمراحل التي عاصرتها المرأة الفلسطينية، مستخدمة المنهج

التحليلي الوصفي، وقد تم توظيف عدد من الأدوات البحثية ومنها: المصادر والمراجع والبيانات الإحصائية.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ضعف مشاركة المرأة سياسيًا بالرغم من مشاركتها في عملية التحرير والبناء ويعود ذلك لعدم التخطيط الرسمي التنموي، وللموروث الثقافى السلبى اتجاه المشاركة السياسية للمرأة الفلسطينية، وتبوءها لمراكز صنع القرار.
- أن وجود المرأة في الهيئات الدنيا للفصائل أضعف من وصولها للمناصب العامة وبالتالي عدم وصولها للمواقع التنفيذية القيادية.
- أن مشكلة تغيير المفاهيم الذكورية حول مشاركة المرأة ووصولها لمراكز صنع القرار يجعلها في سباق دائم لإثبات الذات.

(3) دراسة محمود محمد عبد الحليم (2018) حول "علاقة تعرض الشباب للحملات الإعلامية حول الانتخابات الرئاسية المصرية 2018 والمشاركة السياسية لديهم<sup>(19)</sup>؛

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهو الوسائل الإعلامية التي تعرف من خلالها الناخب على المرشحين في الانتخابات، مع التوصل إلى أهم أسباب مشاركة الناخبين في الانتخابات الرئاسية مع التوصل إلى أهم أسباب عدم مشاركة الناخبين في الانتخابات الرئاسية. تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتشخيص السلوك الانتخابي واتجاهات الشباب إزاء الانتخابات الرئاسية المصرية 2018، مستخدمًا منهج المسح من خلال المسح الميداني، ومعمدًا على الاستبيان المقنن من خلال أسلوبين بالمقابلة الشخصية تم توزيعه على العينة المختارة من الجمهور، وأيضًا تم الاعتماد على صحيفة الاستبيان الإلكترونية كأداة لجمع البيانات من المبحوثين عن طريق الإنترنت.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج جاء أهمها:

- ارتفاع نسبة اهتمام المبحوثين بمتابعة الحملات الإعلامية حول الانتخابات الرئاسية المصرية انعكس على نسبة مشاركتهم في الانتخابات الرئاسية.
- تعددت أسباب مشاركة المبحوثين في الانتخابات الرئاسية فمنهم من شعر أن صوته سوف يؤثر في نتائج الانتخابات، ومنهم من يريد الاستقلال للبلاد.
- أكثر الوسائل التي اعتمد عليها الناخبون كمصدر للمعلومات عن الانتخابات الرئاسية هي مواقع الإنترنت، وقد جاءت في مقدمة الوسائل التي يهتم الشباب بمتابعتها.

4) دراسة جهاد حجازي شحاتة الشرقاوي (2016) حول "دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي الانتخابات من الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية: دراسة تطبيقية على الانتخابات البرلمانية 2015، 2016" (20):

تتلخص مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية" من خلال الاعتماد على منهج المسح الإعلامي وأداة استمارة تحليل محتوى - استمارة استبيان. بالتطبيق على القناة الأولى ممثلة للتلفزيون الحكومي، وقناة CBC ممثلة للقنوات الخاصة، وأخذ عينة من المطبوعات (اللافتات، الملصقات). عينة الدراسة الميدانية: 500 مفردة من إقليم شمال الصعيد.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

بلغت نسبة من متابعة حملات مرشحي الأحزاب السياسية في انتخابات مجلس النواب 75.2%: من عينة الدراسة، وهذا يدل على الوعي بأهمية حملات التسويق السياسي. جاء الإنترنت في المرتبة الأولى لمتابعة حملات التسويق السياسي بنسبة 23.06%، وكانت الصحف الحزبية في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.8%. وهذا يؤكد تعاظم دور الإنترنت كوسيلة اتصال وسرعته في تداول المعلومات. جاءت نسبة الاعتماد على حملات مرشحي الأحزاب السياسية لمجلس النواب كمصدر للمعلومات عن شخصياتهم وبرامجهم بنسبة 60%، ويؤكد ذلك تعاظم دور حملات التسويق السياسي. جاءت نسبة الثقة في المعلومات التي تتضمنها حملات مرشحي الأحزاب السياسية في انتخابات مجلس النواب بنسبة 61.6%. جاءت نسبة المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب 43.6% بينما عدم المشاركة 56.4%. أسباب عدم المشاركة في التصويت الانتخابي هي عدم الثقة في نزاهة الانتخابات جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 46.8%، وأخرى في المرتبة الأخيرة 12.23%. العوامل المؤثرة على القرار التصويتي جاء قادة الرأي من العلماء والمفكرين ورجال الدين في الترتيب الأول بنسبة 50%، وجاء المرشحون في الترتيب السابع بنسبة 32%. التزمت الإعلانات التلفزيونية والمطبوعات لحمليتي في حب مصر وكتلة الصحوة الوطنية المستقلة بتوقيت النشر في المدة القانونية المحددة.

#### مشكلة الدراسة:

يتضح من خلال مسح الدراسات السابقة العربية والأجنبية ارتفاع مستوى المشاركة السياسية الافتراضية على شبكة الإنترنت وبوجه خاص وسائل التواصل الاجتماعي

وتدني مستويات المشاركة السياسية الفعلية ممثلة في المشاركة في التصويت في الانتخابات.

ويلاحظ من خلال مقارنة النسب الرسمية للمشاركة في التصويت التي أعلنتها الهيئة الوطنية للانتخابات في مصر، تدني نسب المشاركة حيث بلغت (2,14%) في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م و(5,29%) في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، حيث لم يتجاوز عدد المشاركين في التصويت 9 ملايين ناخب من بين 62 مليوناً و940 ألفاً و165 ناخباً.

كما يلاحظ ارتفاع نسبة الأصوات الباطلة حيث بلغت (5,12%) في النظام الفردي، و(2,24%) في نظام القوائم في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، وهي نسبة مرتفعة تعكس حجم العزوف السياسي.

وفى هذا الإطار تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد العوامل المؤثرة في العزوف السياسي لدى الشباب المصري بالتطبيق على انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، وقياس معدلات المشاركة السياسية الفعلية في الانتخابات والمشاركة السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد العلاقة الارتباطية السلبية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت.

#### أهمية الموضوع وأسباب اختياره:

- 1- تناولت الدراسة أحد الموضوعات الحديثة نسبياً في مجال العلوم السياسية وبحوث التواصل، حيث ركزت على دراسة دور شبكات التواصل في عزوف الشباب على المشاركة في انتخابات مجلس النواب لعام 2020.
- 2- ارتباط شبكات التواصل الاجتماعي بالأحداث والظواهر الكبرى في المجتمعات العربية، كالدعوة لحشد الجماهير للإضراب، أو التظاهر نتيجة سرعة تكوين المجموعات، وتشكيل قوة الضغط على صانعي القرار.
- 3- اهتمام الدراسة بالشباب بوصفهم العنصر الأهم في تقدم المجتمع وازدهاره، ولا يمكن أن تتحقق أية تنمية وإن كانت سياسية من دون مساهمة جادة للشباب.

#### أهداف الدراسة:

#### سعت الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1) تحديد العوامل المؤثرة في العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، لدى الشباب المصري.
- 2) قياس معدلات المشاركة السياسية الفعلية في التصويت في الانتخابات.

- (3) قياس معدلات المشاركة السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي.
- (4) قياس معدلات العزوف السياسي عن التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م.
- (5) قياس العلاقة الارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات العزوف السياسي عن التصويت في الانتخابات.

#### الإطار النظري للدراسة:

يرتكز الإطار النظري لهذه الدراسة على نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تبرهن هذه النظرية على زيادة احتمالية أو إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية نطاقاً واسعاً من التأثيرات المعرفية والسلوكية والعاطفية والوجدانية التي تتوقف على مقدار ما توفره النظم الإعلامية من خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسة يعتمد عليها أفراد الجمهور في استيفاء المعلومات عن الأحداث الجارية، فالعلاقة الرئيسة التي تحكم هذه النظرية هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وتستخدم هذه النظرية في الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستفءاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي المحيط بهم.<sup>(21)</sup>

وتكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون، فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي، لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها.

وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية؛ لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة.<sup>(22)</sup>



ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنموذج الاعتماد على النحو الآتي أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرًا مرتدًا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع<sup>(23)</sup>.

#### الفروض الرئيسية لنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيس لنموذج الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دورًا مهمًا في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدًا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام<sup>(24)</sup>.

كما تقوم على عدة فروض فرعية أخرى هي<sup>(25)</sup>:

■ تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.

■ تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

■ يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية.

#### المميزات الخاصة لنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمتع نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا أهمها:

1- يعد نموذج الاعتماد نموذجًا مفتوحًا لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع.

2- يهتم نموذج الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملاءمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.

3- يؤكد نموذج الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

#### الإطار المنهجي للدراسة:

في ضوء مشكلة البحث وفروض الدراسة وتساؤلاتها تم تحديد مجتمع الدراسة واختيار أنسب أنواع العينات تمثيلاً لهذا المجتمع، وكذلك اختيار نوع المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة، القيام بإجراءات المعالجات الإحصائية اللازمة للخروج بنتائج المسح الميداني.

#### نوع الدراسة:

تتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل موضوع الدراسة وتفسيره؛ بهدف التوصل إلى درجة عالية من الدقة في صياغة النتائج.

#### منهج الدراسة:

#### - منهج المسح الإعلامي:

اعتمدت الدراسة الراهنة على منهج المسح الإعلامي، والذي يعد من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، والذي يستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام الجديد، وأنماط سلوكه بصفة خاصة، وتم توظيف هذا المنهج في شقه الميداني، وذلك بمسح عينة من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي؛ للتعرف على تأثير شبكات التواصل على العزوف على المشاركة في انتخابات البرلمان 2020م، واستخدم منهج المسح في توصيف وتحليل بمعدلات المشاركة السياسية الفعلية والافتراضية وعلاقتها بمعدلات العزوف السياسي.

- أسلوب المقارنة المنهجية حيث تتم المقارنة بين الشباب ذوي المستوى المرتفع والمتوسط والمنخفض للمشاركة السياسية الفعلية والمشاركة السياسية الافتراضية.

- كما تمت المقارنة بين مستويات العزوف السياسي وعلاقته بمعدلات المشاركة السياسية الفعلية والافتراضية.

## فروض الدراسة:

### سعت الدراسة إلى اختبار صحة الفروض الآتية:

1. توجد علاقة ارتباطية عكسية بين معدلات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات المشاركة السياسية بالتصويت في الانتخابات.
2. توجد علاقة ارتباطية عكسية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية من خلال التصويت في الانتخابات.
3. توجد علاقة ذات دلالة بين معدلات اعتماد الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة مساعدة في اتخاذ القرار بالمشاركة السياسية ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات.
4. توجد علاقة ذات دلالة بين مستويات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات ومعدلات العزوف السياسي عن التصويت في الانتخابات.
5. توجد علاقة ذات دلالة بين مستويات المشاركة السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات العزوف السياسي عن التصويت في الانتخابات.
6. توجد علاقة ذات دلالة بين الانتماء الحزبي ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت في الانتخابات.
7. توجد علاقة ذات دلالة بين السمات الديموجرافية للمبحوثين (النوع- العمر- التعليم- المستوى الاجتماعي) ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة بالتصويت في الانتخابات.

### عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة تشمل (400) مفردة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18- 40 سنة في محافظة القاهرة، وروعي في تصميم العينة وسحب مفرداتها اختبار عينة عشوائية طبقية بأسلوب العينة متعددة المراحل حيث تم اختيار وسحب المفردات عبر عدة خطوات هي:

(1) تحديد ثلاثة أحياء تمثل المستويات الاجتماعية المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة في محافظة القاهرة، وتتمثل في (التجمع الخامس - حي عابدين - حي بولاق أبو العلا).

(2) تحديد شارع رئيس في كل حي من الأحياء الثلاثة.

- 3) تحديد عشوائياً لأول منزل في كل شارع بأسلوب العينة العشوائية البسيطة.
- 4) سحب عينة عشوائية منتظمة من المنازل في الشارع الرئيس بالأحياء الثلاثة.
- 5) سحب مفردات العينة مع مراعاة متغيرات النوع والعمر والتعليم.

وجاءت مفردات العينة على النحو الآتي:

- التجمع الخامس (120) مفردة.
- حي عابدين (140) مفردة.
- حي بولاق أبو العلا (140) مفردة.

#### جدول (1) يوضح السمات الشخصية

السمة الشخصية	ك	%
النوع	ذكور	40.75
	إناث	59.25
الوظيفة	طالب	43.5
	موظف	30.5
	لا يعمل	26.0
العمر	من 18 - أقل من 25 سنة	46.25
	من 25 - أقل من 32 سنة	28.75
	من 32 - 40 سنة	25.0
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	28.75
	مؤهل جامعي	21.25
	ماجستير	43.75
	دكتوراه	6.25
متوسط الدخل الشهري	ليس لي مصدر دخل شهري ثابت	19.75
	أقل من 3000 جنيه شهرياً	42.0
	من 3000 - أقل من 10 آلاف جنيه	16.75
	20 ألف جنيه فأكثر	21.25
الإجمالي=400		

أدوات الدراسة (أدوات جمع البيانات)

صحيفة الاستبيان Questionnaire:

يُعدُّ الاستبيان أحد الأساليب أو الأدوات البحثية الأساسية التي تستخدم في الحصول على البيانات المعرفية المختلفة بناءً على توجيه مجموعة من التساؤلات إلى عدد من

المبحوثين من خلال صحيفة أو استمارة معدة منهجياً، تجمع إجاباتهم لهذه الأسئلة ليتعرف على الحقائق. حيث قامت الباحثة باستخدام الاستبيان أو صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، وهو ما يناسب عينة البحث ممن تبلغ أعمارهم 18-40 سنة.

#### إجراءات الصدق والثبات:

بعد عرض صحيفة الاستقصاء على مجموعة من المحكمين، أسفر ذلك عن إدخال بعض التعديلات للاستبيان بناءً على ملاحظات المحكمين وهي.

(1) إضافة مقياس لمعدلات المشاركة السياسية الفعلية والمشاركة السياسية الافتراضية.

(2) إضافة مقياس لمعدلات العزوف السياسي.

حساب معدلات العزوف السياسي من خلال قياس معدلات المشاركة والعزوف في عدد من الانتخابات (2014 - 2015 - 2020م).

#### ■ الثبات:

ولقياس ثبات البيانات اتبعت الباحثة أسلوبين، الأول: أسلوب إعادة الاختبار Test- Retest على عينة عشوائية مكونة من 30 استمارة بواقع نسبة 10% من حجم العينة وبلغت قيمة معامل الثبات 0.92

والثاني: قامت الباحثة مع أحد الباحثين بإعادة تحليل فئات الاستمارة، وتم استخدام معادلة هولستي لقياس الثبات، معامل الثبات =  $2 - 1 + 2$ ، وقد بلغت نسبة الثبات بين المحللين 92.0.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي وتمت معالجة البيانات وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف بـ SPSS اختصاراً لـ Statistical Package for Social Sciences. وتم الاستعانة بالمعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- معامل ارتباط بيرسون.
- T\_test
- Anova

## نتائج الدراسة الميدانية:

## أولاً: معدل التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي:

## جدول (2)

## توزيع أفراد العينة حسب معدل التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
معدل منخفض	77	19.25
معدل متوسط	135	33.75
معدل مرتفع	188	47.0
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب معدل التعرض اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي ففي الترتيب الأول ذوو معدل التعرض المرتفع بنسبة 47.0%، وفي الترتيب الثاني ذوو معدل التعرض المتوسط بنسبة 33.75%، وفي الترتيب الثالث ذوو معدل التعرض المنخفض بنسبة 19.25%.

يتضح مما سبق أن مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت، لا تفصل بينهم أية عوامل مثل السن أو النوع أو المهنة، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة، وهو ما يجعل الشباب أكثر لهذه المواقع نظرًا لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات أكثر من أي فئة أخرى.

## جدول (3)

## توزيع أفراد العينة حسب معدل التعرض الأسبوعي لوسائل التواصل الاجتماعي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
معدل منخفض	85	21.25
معدل متوسط	136	34.00
معدل مرتفع	179	44.75
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب معدل التعرض الأسبوعي لوسائل التواصل الاجتماعي ففي الترتيب الأول ذوو معدل التعرض المرتفع 44.75%، وفي الترتيب الثاني ذوو معدل التعرض المتوسط بنسبة 34.0%، وفي الترتيب الثالث ذوو معدل التعرض المنخفض بنسبة 21.25%.

يتضح مما سبق أن الشبكات الاجتماعية تمثل اليوم أهم ثورة إلكترونية عرفتها البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية، ليكونوا بناءً

إلكترونيًا تفاعلًا يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل وأبسطها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم التي تتراوح بين الحاجة إلى المعرفة والوصول إلى المعلومات الجديدة.

**ثانيًا: تفضيلات الباحثين لوسائل التواصل الاجتماعي:**

جدول (4)

توزيع أفراد العينة حسب أبرز وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة ن= (400)

الوسائل	التكرار	النسبة المئوية
فيس بوك	325	81.3
واتس آب	150	37.5
اليوتيوب	200	50.0
سناب شات	199	49.8
توتير	275	68.8
انستجرام	301	75.3

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد حسب أبرز وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة، ففي الترتيب الأول فيس بوك بنسبة 81.3%، وفي الترتيب الثاني انستجرام بنسبة 75.3%، وفي الترتيب الثالث توتير بنسبة 68.8%، وفي الترتيب الرابع اليوتيوب بنسبة 50.0%، وفي الترتيب الخامس سناب شات بنسبة 49.8%، وفي الترتيب السادس واتس آب بنسبة 37.5%.

يتضح مما سبق أن أشهر الشبكات الاجتماعية وأكثرها جماهيرها، هناك الفيسبوك وإنستجرام، حتى وصل الأمر لاستخدامها كوسيلة سياسية تسهم في الحراك السياسي والاجتماعي لدول العالم. وقد وفر ظهور الفيس بوك فتحًا ثوريًا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصًا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود أو رقابة إلا بشكل نسبي محدود.

**ثالثًا: عدد المتابعين لصفحات الباحثين على وسائل التواصل الاجتماعي:**

جدول (5)

توزيع أفراد العينة حسب عدد المتابعين للصفحة الخاصة

بأفراد العينة على وسائل التواصل الاجتماعي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 1000	165	41.2
1000 إلى أقل من 3000	141	35.3
أكثر من 3000	94	23.5
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب عدد المتابعين للصفحة الخاصة بأفراد العينة على وسائل التواصل الاجتماعي، ففي الترتيب الأول أقل من 1000 بنسبة 41.2%، وفي الترتيب الثاني 1000 إلى أقل من 3000 بنسبة 35.3%، وفي الترتيب الثالث أكثر من 3000 بنسبة 23.5%.

يتضح مما سبق أن وسائل التواصل الاجتماعي المنتشرة تتيح سهولة التواصل مع الآخرين في شتى أنحاء العالم بسرعة وكفاءة عالية، وتعدّ هذه النقطة هي أكثر الإيجابيات المباشرة والواضحة لوسائل التواصل الاجتماعي.

خامساً: اشتراك المبحوثين في المنتديات والجروبات (مجموعات):

### جدول (6)

توزيع أفراد العينة حسب وجود اشتراك في منتديات وجروبات (مجموعات)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	241	60.25
لا	159	39.75
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب وجود اشتراك في منتديات وجروبات (مجموعات) بنسبة (60.25%)، مقابل (39.75%) غير مشتركين. يتضح مما سبق اشتراك الغالبية العظمى من عينة الدراسة في منتديات وجروبات (مجموعات) يتشاركون فيها الحوار السياسي والاجتماعي وغيره.

سادساً: المواقع المفضلة لدى المبحوثين:

### جدول (7)

توزيع أفراد العينة حسب أهم المواقع المفضلة

ن= (400)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مواقع سياسية	203	75.3
مواقع ثقافية	241	60.3
مواقع علمية	219	54.8
مواقع رياضية	166	41.5
مواقع فنية	196	49.0

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب أهم المواقع المفضلة، ففي الترتيب الأول مواقع سياسية بنسبة 75.3%، وفي الترتيب الثاني مواقع ثقافية بنسبة



60.3%، وفي الترتيب الثالث مواقع علمية بنسبة 54.8%، وفي الترتيب الرابع مواقع فنية بنسبة 50.8%، وفي الترتيب الخامس مواقع رياضية بنسبة 49.0%.

يتضح مما سبق أن الإعلام في صورته الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي) يؤدي دوراً في تشكيل الوعي السياسي للشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، كما يساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل التام إذ يشار إلى الوعي السياسي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني.

سابعاً: معدل المشاركة بالتعبير عن الرأي في الأحداث السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي:

### جدول (8)

توزيع أفراد العينة حسب الحرص على المشاركة في التعبير عن الرأي في الأحداث والقضايا السياسية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أحرص دائماً	111	27.75
أحرص أحياناً	149	37.25
أحرص نادراً	84	21.0
لا أحرص مطلقاً	56	14.0
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب الحرص على المشاركة في التعبير عن الرأي في الأحداث والقضايا السياسية، ففي الترتيب الأول أحرص أحياناً بنسبة 37.25%، وفي الترتيب الثاني أحرص دائماً بنسبة 27.75%، وفي الترتيب الثالث أحرص نادراً بنسبة 21.0%، وفي الترتيب الرابع لا أحرص مطلقاً بنسبة 14.0%.

يتضح مما سبق أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أدوات تقوية وتمكين للجميع: تجسد ذلك فيما حدث في الوطن العربي مؤخراً فبعد الاستبعاد السياسي الطويل، وجد الشباب العربي في وسائل الاتصال الحديثة طريقاً يصل صوتهم إلى جميع أنحاء العالم، وقدمت لهم الإنترنت وسيلة سريعة ليتمكنوا من المشاركة في إحداث التغيير.

## جدول (9)

توزيع أفراد العينة حسب أسباب رفض التعبير عن الرأي في الأحداث والقضايا السياسية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
لا أحب السياسة	168	42.0
بسبب الرقابة على الإنترنت	79	19.75
لعدم جدوى التعبير	86	21.5
لتراجع مساحة حرية الرأي	67	16.75
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب أسباب رفض التعبير عن الرأي في الأحداث والقضايا السياسية، ففي الترتيب الأول (لا أحب السياسة) بنسبة 42.0%، وفي الترتيب الثاني لعدم جدوى التعبير بنسبة 21.5%، وفي الترتيب الثالث بسبب الرقابة على الإنترنت بنسبة 19.75%، وفي الترتيب الرابع لتراجع مساحة حرية الرأي بنسبة 16.75%.

يتضح مما سبق أن أفراد العينة لا يحبون السياسة؛ وذلك نتيجة غياب التنشئة الاجتماعية السليمة التي تحث الشباب على المشاركة الإيجابية، بل وخوف معظم الأسر من السياسة ومعارضتها لاهتمام الأبناء بالسياسة، ولأي شكل من أشكال المشاركة السياسية.

ثامناً: الانتماء الحزبي للمبحوثين:

## جدول (10)

توزيع أفراد العينة حسب الانتماء لعضوية أحد الأحزاب السياسية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
منتم	234	58.5
غير منتم	166	41.5
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل المنتمين لأحزاب سياسية حيث ارتفعت نسبتهم إلى (58.5%)، وجاءت الغالبية العظمى من المنتمين لحزب مستقبل وطن وهو حزب الأغلبية داخل مجلس النواب والشيوخ والذي حل محل الحزب الوطني الديمقراطي المنحل، وجاءت نسبة صغيرة من المنتمين لحزب الوفد، ورغم أن هذا المعدل المرتفع يثير التساؤل في إطار محدودية المشاركة السياسية للشباب، إلا أنه يبدو منطقيًا في إطار اعتماد حزب مستقبل وطن على الشباب بوجه عام والشباب الجامعي بوجه خاص، وإقبال نسبة كبيرة على الحزب؛ بهدف الحصول على وظائف.

تاسعاً: معدل انتماء الباحثين للجمعيات الأهلية والمنظمات الحقوقية:

### جدول (11)

توزيع أفراد العينة حسب الانتماء لعضوية إحدى الجمعيات الأهلية أو المنظمات الحقوقية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أعضاء	160	40.0
غير منتم	240	60.0
الإجمالي	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن (40%) من الباحثين منتمين للجمعيات الأهلية والمنظمات الحقوقية، كما يتضح أن أفراد العينة يفضلون المنظمات الحقوقية أن مجموعات حقوق الإنسان عن غيرها من العناصر السياسية في مجتمع ما هو أن الدعاة السياسيين غالباً ما يسعون إلى حماية حقوق ناخبهم فقط، في حين يسعى نشطاء مجموعات حقوق الإنسان إلى حماية حقوق الإنسان في ذلك المجتمع والمجتمعات الأخرى. وهي بخلاف الجماعات السياسية التي سعت لتحقيق مصالح خاصة منفصلة.

عاشراً: معدل المشاركة في عرائض احتجاج على شبكات التواصل الاجتماعي:

### جدول (12)

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تبني قضية

أو مشكلة أو الدعوى للاحتجاج

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	219	54.75
لا	181	45.25
الإجمالي	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل الباحثين المشاركين في تبني قضايا أو مشاكل أو جمع عرائض احتجاج حيث ارتفعت نسبتهم إلى (54,75%)، وهذا ما يعكس ارتفاع معدل المشاركة الافتراضية.

يتضح مما سبق أن المشاركة السياسية في أي مجتمع هي محصلة نهائية لجملة من العوامل الاجتماعية الاقتصادية والمعرفية والثقافية والسياسية والأخلاقية؛ تتضافر في تحديد بنية المجتمع المعني ونظامه السياسي وسماتها وآليات اشتغالها، وتحدد نمط العلاقات الاجتماعية والسياسية ومدى توافقها مع مبدأ المشاركة الذي بات معلماً رئيساً من معالم المجتمعات المدنية الحديثة، المجتمعات التي أعاد العمل الصناعي وتقدم العلوم والتقانة والمعرفة الموضوعية والثقافة الحديثة بناء حياتها العامة وعلاقاتها الداخلية،

على أساس العمل الخلاق، والمبادرة الحرة، والمنفعة والجدوى والإنجاز، وحكم القانون، في إطار دولة وطنية حديثة، دولة الحق والقانون والمؤسسات.

حادي عشر: معدل متابعة انتخابات مجلس النواب على وسائل التواصل الاجتماعي:

### جدول (13)

توزيع أفراد العينة حسب متابعة ما تم نشره عن انتخابات مجلس النواب 2020م في

#### وسائل التواصل الاجتماعي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
معدل مرتفع	91	22.25
معدل متوسط	201	50.75
معدل منخفض	108	27.0
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية المبحوثين يندرجون تحت فئة معدل المتابعة المتوسط (50,75%)، في حين بلغت نسبة المتابعة المرتفعة (22,25%)، والمتابعة المنخفضة (27%).

يتضح مما سبق أن هناك اهتماماً سياسياً من قبل أفراد العينة ويندرج هذا الاهتمام من مجرد الاهتمام أو متابعة الاهتمام بالقضايا العامة وعلى فترات مختلفة قد تطول أو تقصر، بالإضافة إلى متابعة الأحداث السياسية. حيث يميل بعض الأفراد إلى الاشتراك في المناقشات السياسية مع أفراد عائلاتهم أو بين زملائهم في العمل، وتزداد وقت الأزمات أو في أثناء الحملات الانتخابية.

ثاني عشر: أسباب عدم متابعة انتخابات مجلس النواب على وسائل التواصل الاجتماعي:

### جدول (14)

توزيع العينة حسب أسباب عدم متابعة أخبار انتخابات مجلس النواب 2020م في وسائل

#### التواصل الاجتماعي (ن=108)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
لعدم اقتناعي بجدوى الانتخابات وجديتها	101	93.5
لعدم اقتناعي بالأحزاب وبرامجها	55	50.9
لرفض النظام الانتخابي المطبق	86	79.6
لمقاطعتي المشاركة في الانتخابات	95	88.0
لعدم ثقتي في نزاهة الانتخابات	55	50.9
لعدم فعالية دور مجلس النواب	103	95.4

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد حسب أسباب عدم متابعة ما نشر عن انتخابات مجلس النواب 2020م في وسائل التواصل الاجتماعي ففي الترتيب الأول لعدم فعالية دور مجلس النواب بنسبة 95.4%، وفي الترتيب الثاني لعدم اقتناعي بجدوى الانتخابات وجديتها بنسبة 93.5%، وفي الترتيب الثالث لمقاطعتي المشاركة في الانتخابات بنسبة 88.0%، وفي الترتيب الرابع لرفض النظام الانتخابي المطبق بنسبة 79.6%، وفي الترتيب السابع جاء كل من لعدم اقتناعي بالأحزاب وبرامجها، لعدم ثقتي في نزاهة الانتخابات بنسبة 55.9%.

يتضح مما سبق أن أفراد العينة يجدون مجلس النواب غير فعال؛ ويعود ذلك لعدم إدراكهم لأهمية دور مجلس النواب، فمعرفة أهمية هذا الدور تؤثر جذريًا على سير العملية الانتخابية إيجابيًا وسلبًا فعندما يعي الشباب المهام الأساسية الموكلة للمجلس قد يتشجعون لاختيار المرشح المناسب.

ثالث عشر: تفضيلات المبحوثين للمواقع التي يتابعون من خلالها أخبار انتخابات مجلس النواب:

### جدول (15)

توزيع أفراد العينة حسب أفضل المواقع الإلكترونية التي تابع أفراد العينة من خلالها أخبار انتخابات مجلس النواب

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
موقع اليوم السابع	137	34.25
موقع الأهرام	133	33.75
موقع مصراوي	130	32.0
الإجمالي	400	100%

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب أفضل المواقع الإلكترونية التي تابع أفراد العينة من خلالها أخبار انتخابات مجلس النواب ففي الترتيب الأول جاء اليوم السابع بنسبة 34.25%، وفي الترتيب الثاني موقع الأهرام بنسبة 33.75%، وفي الترتيب الثالث موقع مصراوي بنسبة 32.0%.

يتضح مما سبق أن للإعلام الإلكتروني دورًا مهمًا في تغيير الخارطة السياسية لبعض الدول العربية عبر الثورات المتتالية، التي أطاحت بالأنظمة الدكتاتورية، وأسست لواقع جديد، قوامه الحرية والكرامة.

رابع عشر: معدل اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة كوسيلة مساعدة لقرار عدم المشاركة بالتصويت في الانتخابات:

جدول (16)

توزيع أفراد العينة حسب معدل الاعتماد على الوسائل التالية كوسيلة مساعدة في اتخاذ القرار بعدم المشاركة في انتخابات مجلس النواب

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	لا أتعتمد إطلاقاً		أتعتمد إلى حد ما		أتعتمد إلى حد كبير		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
45.0	1.35	540	7.5	30	20.0	80	72.5	290	الصحف المصرية
48.3	1.45	580	12.5	50	20.0	80	67.5	270	القنوات المصرية
38.3	1.15	460	5.0	20	5.0	20	90.0	360	مواقع الأحزاب
45.0	1.35	540	10.0	40	15.0	60	75.0	300	مواقع المرشحين
79.2	2.38	950	18.8	75	25.0	100	56.3	225	مواقع الصحف العربية
76.7	2.30	920	17.5	70	35.0	140	47.5	190	مواقع الصحف الأجنبية
75.8	2.28	910	23.8	95	25.0	100	51.3	205	القنوات الفضائية العربية
65.4	1.96	785	23.8	95	56.3	225	20.0	80	القنوات الفضائية السياسية
80.0	2.40	960	17.5	70	25.0	100	57.5	230	مواقع المنظمات الحقوقية

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب معدل الاعتماد على الوسائل التالية كوسيلة مساعدة في اتخاذ القرار بعدم المشاركة بالتصويت في انتخابات مجلس النواب، ففي الترتيب الأول مواقع المنظمات الحقوقية بوزن نسبي 80.0%، وفي الترتيب الثاني مواقع الصحف العربية بوزن نسبي 79.2%، وفي الترتيب الثالث مواقع الصحف الأجنبية بوزن نسبي 76.7%، وفي الترتيب الرابع القنوات الفضائية العربية بوزن نسبي 75.8%، وفي الترتيب الخامس القنوات الفضائية السياسية بوزن نسبي 65.4%، وفي الترتيب السادس القنوات المصرية بوزن نسبي 48.3%، وفي الترتيب السابع الصحف المصرية، مواقع المرشحين بوزن نسبي 45.0%، وفي الترتيب الأخير مواقع الأحزاب بوزن نسبي 38.3%.

يتضح مما سبق أن مواقع المنظمات الحقوقية تقوم بدور المراقبة على الانتخابات والتي أصبحت تحظى بموافقة شريحة كبيرة من دول العالم، وتؤدي دورًا حيويًا في مضمار توفير تقييم دقيق ومتجرد عن طبيعة العملية الانتخابية. خامس عشر: معدل ثقة المبحوثين فيما ينشر حول انتخابات مجلس النواب:

### جدول (17)

توزيع أفراد العينة حسب معدل الثقة فيما تنشره الوسائل الآتية حول انتخابات مجلس النواب 2020م

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	لا أثق إطلاقاً		أثق إلى حد ما		أثق إلى حد كبير		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
70.8	2.13	850	21.3	85	45.0	180	33.8	135	الصحف المصرية
55.0	1.65	660	13.8	55	37.5	150	48.8	195	القنوات المصرية
65.4	1.96	785	28.8	115	46.3	185	25.0	100	مواقع الأحزاب
59.5	1.79	50	32.1	9	57.1	16	10.7	3	مواقع المرشحين
70.2	2.11	59	42.9	12	3.6	1	53.6	15	مواقع الصحف العربية
75.8	2.28	910	23.8	95	25.0	100	51.3	205	مواقع الصحف الأجنبية

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب معدل الثقة فيما تنشره الوسائل حول انتخابات مجلس النواب 2020م، ففي الترتيب الأول مواقع الصحف الأجنبية بوزن نسبي 75.8%، وفي الترتيب الثاني الصحف المصرية بوزن نسبي 70.8%، وفي الترتيب الثالث مواقع الصحف العربية بوزن نسبي 70.2%، وفي الترتيب الرابع مواقع الأحزاب بوزن نسبي 65.4%، وفي الترتيب الخامس مواقع المرشحين بوزن نسبي 59.5%، وفي الترتيب السادس القنوات المصرية بوزن نسبي 55.0%

يتضح مما سبق أن مؤشر المصدقية ينحاز إلى المواقع الإلكترونية الإخبارية على حساب الشبكات الاجتماعية، التي تتعرض ثقة الجمهور فيها لهزات كبيرة، لكونها تستقي الخبر والشائعة في آن دون تمحيص، عكس المواقع المهنية المعروفة بنزاهتها وقدرتها على التحري وتقصي الخبر قبل نشره للقراء.

سادس عشر: معدل قيد المبحوثين في جداول الناخبين:

جدول (18)

توزيع أفراد العينة حسب القيد في جداول الناخبين

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مقيد	183	45.75
غير مقيد	217	54.25
الإجمالي	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع الأفراد حسب امتلاك أفراد العينة بطاقة انتخاب، ففي الترتيب الأول مقيدون بنسبة 54.25٪، وفي الترتيب الثاني غير مقيدون بنسبة 45.75٪.

يتضح مما السابق ارتفاع معدل المبحوثين غير المقيدون في جداول الناخبين حيث ارتفعت نسبتهم إلى (54,25٪) مقابل (45,75٪) للمقيدون بجدول الناخبين وهو ما يشير إلى ارتفاع معدل العزوف السياسي بالنظر إلى انخفاض نسبة المشاركة في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م، إلى (14٪)، وفي انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، إلى (29٪) ولجوء مكتب النائب العام للتلويح بفرض غرامات على 52 مليون ناخب امتنعوا عن المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس الشيوخ.

سابع عشر: معدل مشاركة المبحوثين في التصويت في الانتخابات السابقة:

جدول (19)

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في التصويت في انتخابات سابقة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مشارك	212	53.0
غير مشارك	188	47.0
الإجمالي	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل المشاركة في التصويت إلى (53٪) وهي نسبة مبالغ فيها بالنظر إلى النسب الحقيقية للمشاركة.

يتضح مما سبق أن المشاركة في الانتخابات واجب وطني وحق كفله الدستور ويدخل في صميم عملية التحول الديمقراطي الناجز بتوسيع قواعد المشاركة الشعبية في الانتخابات، وتعزيز دورها المحوري في صناعة القرار الذي يستمد قوته من أثر المشاركة الشعبية، وهو



ما يجعل المترشحين أكثر إدراكًا لحالة الوعي المجتمعي الذي يدفع لقيامه بدوره التشريعي والرقابي على نحو أفضل.

ثامن عشر: معدل المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م:

### جدول (20)

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مشارك	220	55.0
غير مشارك	180	45.0
الإجمالي	400	٪100

توضح نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع معدل المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، إلى (55٪)، وهي نتيجة منطقية بالنظر إلى انخفاض نسبة التصويت الفعلية في الجولة الأولى إلى (28,6٪) والجولة الثانية (29,5٪) حيث شارك في الجولتين معاً 18 مليوناً و252 ألفاً و647 ناخباً من بين 62 مليوناً و940 ألفاً و165 ناخباً أي أن حوالي 34 مليون ناخب لم يشاركوا في التصويت بنسبة (71٪). ويمكن تفسير استجابات المبحوثين غير المنطقية برد الفعل والمخاوف من فرض غرامات على غير المشاركين في التصويت الأمر الذي يعكس عدم جدية المشاركة وتظاهر غالبية المبحوثين بالمشاركة في التصويت.

تاسع عشر: معدل المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م:

### جدول (21)

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مشارك	173	43.25
غير مشارك	227	56.75
الإجمالي	400	٪100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة غير المشاركين في التصويت في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م، إلى (56,75٪) مقابل (43,25٪) للمشاركين، وهي أيضاً نسبة مرتفعة وغير منخفضة حيث بلغت النسبة الفعلية (14,23٪) حيث شارك 8 ملايين و959 ألفاً و35 ناخباً، في حين بلغ إجمالي غير المشاركين حوالي 53 مليون ناخب يمثلون (86٪) من إجمالي الناخبين.

عشرون: معدل المشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية لعام 2018:

## جدول (22)

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية لعام 2018م

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مشارك	261	65.25
غير مشارك	139	34.75
الإجمالي	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل المشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية لعام 2018م، بنسبة 65.25%.

يتضح مما سبق أن الانتخابات الرئاسية المصرية للعام 2018 هي رابع انتخابات رئاسية تعددية في تاريخ مصر، وثالث انتخابات رئاسية بعد ثورة 25 يناير، كان من المقرر إجراؤها في الفترة ما بين 8 فبراير 2018 حتى 8 مايو 2018، إلا أن الهيئة الوطنية للانتخابات في مصر قد قدّمت موعداً بديلًا بحيث بدأت أولى إجراءاتها بتلقي طلبات الترشح في 20 يناير 2018. وبعد غلق باب الترشح وانتهاء فترة التظلمات صار هناك مرشحان فقط هما عبد الفتاح السيسي وموسى مصطفى موسى.

ويذكر أن إجمالي عدد المشاركين في التصويت في انتخابات الرئاسة لعام 2018م، بلغ 22 مليوناً و391 ألفاً و921 ناخباً، وحصل الرئيس عبد الفتاح السيسي على 21 مليوناً و735 ألفاً و387 صوتاً مقابل 656 ألفاً و534 صوتاً للمرشح الرئاسي موسى مصطفى موسى، وسجلت محافظة القاهرة أعلى معدل تصويت حيث شارك 2 مليون و580 ألفاً عن إجمالي 7 ملايين و409 ألفاً و843 ناخباً بنسبة (34,8%)، يليها محافظة الشرقية حيث شارك مليوناً و950 ألفاً من إجمالي 3 ملايين و174 ألفاً و430 ناخباً.

حادي وعشرون: معدل المشاركة في التصويت على تعديلات الدستور لعام 2019م:

## جدول (23)

توزيع أفراد العينة حسب المشاركة في التصويت على تعديلات الدستور لعام 2019م

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مشارك	170	42.5
غير مشارك	230	57.5
الإجمالي	400	%100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع معدل حسب المشاركة في التصويت على تعديلات الدستور لعام 2019م، بنسبة (57.5%).

يتضح مما سبق أن الاستفتاء على تعديلات دستورية أجري في مصر في الفترة من 20 إلى 22 أبريل 2019م، وتسمح التغييرات المقترحة للرئيس عبد الفتاح السيسي بالبقاء في السلطة حتى عام 2030؛ والذي بموجب دستور 2014 قبل التعديل كان سيمنع من المنافسة في الانتخابات المقرر إجراؤها في عام 2022م، أيضاً أضيف للمادة المتعلقة بدور القوات المسلحة نصاً يشير إلى أنها مسؤولة عن الدفاع عن مقومات الدولة ومدنيها. في 23 أبريل أعلنت الهيئة الوطنية للانتخابات الموافقة على التغييرات بنسبة 88.83%، ومعارضة (11.17%)، بمشاركة أكثر من 27 مليون مواطن وفقاً للجنة.

#### جدول (24)

توزيع العينة حسب المشاركين في التصويت في الانتخابات والعاشرين عن المشاركة

النسبة المئوية	العدد	المشاركة في التصويت
50,25%	201	مشارك
49,75%	199	عازف
100%	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقارب النسب بين المشاركين في التصويت في انتخابات مجلس النواب ومجلس الشيوخ والانتخابات الرئاسية والاستفتاء على التعديلات الدستورية لعام 2019م، والعاشرين عن المشاركة، حيث بلغت المشاركة السياسية الفعلية (50,25%) مقابل (49,75%) لنسبة العزوف السياسي وهي نسبة مشاركة فعلية مرتفعة وغير منطقية وتفوق بكثير نسبة التصويت الفعلية في كافة الانتخابات.

#### جدول (25)

معدلات العزوف السياسي لدى المبحوثين

النسبة المئوية	العدد	معدلات العزوف السياسي
52,8%	105	معدل مرتفع
36,2%	72	معدل متوسط
11%	22	معدل منخفض
100%	199	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ما يزيد عن نصف المبحوثين يندرجون تحت فئة ذوي معدل العزوف السياسي المرتفع حيث بلغت نسبتهم (52,8%) مقابل (36,2%) لذوي معدل العزوف المتوسط و(11%) لذوي معدل العزوف المنخفض.

## جدول (26)

## مستويات قياس معدلات المشاركة السياسية الافتراضية

النسبة المئوية	العدد	معدلات المشاركة الافتراضية
72%	288	معدل مشاركة مرتفع
18%	72	معدل مشاركة متوسط
10%	40	معدل مشاركة منخفض
100%	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن غالبية المبحوثين يندرجون تحت فئة ذوي معدل المشاركة السياسية الافتراضية المرتفع (72%) في حين بلغت نسبة ذوي معدل المشاركة السياسية المتوسط (18%) وذوي معدل المشاركة السياسية المنخفض (10%).

## جدول (27)

## توزيع أفراد العينة حسب البنود التي تقيس مستوى المشاركة السياسية الافتراضية

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	عدد النقاط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
97.3	2.92	1168	2.5	10	3.0	12	94.5	378	مشاركة الآخرين في مناقشات سياسية إلكترونية
94.2	2.83	1130	7.8	31	2.0	8	90.3	361	حث الناخبين على مقاطعة التصويت في الانتخابات
96.0	2.88	950	17.5	70	27.5	110	55.0	220	توجيه شكاوى أو تقارير بشأن حقوق الإنسان
55.0	1.65	660	37.5	150	48.8	195	13.8	55	توقيع عرائض احتجاج إلكترونية
62.4	1.87	749	21.5	86	69.8	279	8.8	35	تدشين احتجاج أو مظاهرة عبر الهاتف
95.7	2.87	1148	2.8	11	7.5	30	89.8	359	المشاركة في منديات سياسية إلكترونية
96.3	2.89	1156	2.0	8	7.0	28	91.0	364	بناء شبكة من الناشطين السياسيين
96.2	2.89	1154	3.3	13	5.0	20	91.8	367	إنتاج مقاطع فيديو سياسية وبنها على شبكات التواصل الاجتماعي
96.8	2.90	1161	2.3	9	5.3	21	92.5	370	التسجيل الإلكتروني للانضمام لحركة أو تجمع سياسي افتراضي
96.8	2.90	1161	2.3	9	5.3	21	92.5	370	إرسال تقارير لمنظمات حقوقية دولية

تشير بيانات الجدول السابق إلى توزيع أفراد العينة حسب البنود التي تقيس مستوى المشاركة السياسية الافتراضية، ففي الترتيب الأول مشاركة الآخرين في مناقشات سياسية إلكترونية بوزن نسبي 97.3%، وفي الترتيب الثاني بالتساوي في النسبة المئوية ما بين التسجيل الإلكتروني للانضمام لحركة أو تجمع سياسي افتراضي، إرسال تقارير لمنظمات حقوقية دولية بوزن نسبي 96.8%، وفي الترتيب الثالث بناء شبكة من الناشطين السياسيين بوزن نسبي 96.3%، وفي الترتيب الرابع إنتاج مقاطع فيديو سياسية وبثها على شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 96.2%، وفي الترتيب الخامس توجيه شكاوى أو تقارير بشأن حقوق الإنسان بوزن نسبي 96.0%، وفي الترتيب السادس المشاركة في منديات سياسية إلكترونية بوزن نسبي 95.7%، وفي الترتيب السابع حث الناخبين على مقاطعة التصويت في الانتخابات بوزن نسبي 94.2%، وفي الترتيب الثامن تدشين احتجاج أو مظاهرة عبر الهاتفشاج بوزن نسبي 62.4%، وفي الترتيب التاسع توقيع عرائض احتجاج إلكترونية بوزن نسبي 55.0%.

يتضح مما سبق أن الشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستفيد من الأنشطة والبرامج المتاحة له ويتفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة، وبذلك يتبادل أنواعًا من السلوك الإنساني مع غيره فيفيد ويستفيد من غيره، ويتعلم أنواعًا من السلوك، ويكتسب خبرات إيجابية من خلال ذلك التفاعل والأنشطة، ويحاول أن ينمي لنفسه الإحساس بالمسؤولية والاعتماد على الذات وهو يقوم بذلك من خلال المشاركة مع الآخرين من الجماعات الأخرى على صفحات الفيس بوك. فالجماعة هي وحدة اجتماعية مكونة من مجموعة من الأفراد ترتبط بينهم علاقات اجتماعية ويحدث بينهم تفاعل اجتماعي متبادل فيؤثر بعضهم في بعض.

### نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:

#### فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية طردية بين معدلات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات.

#### جدول (28)

يوضح العلاقة الطردية الارتباطية بين معدلات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات.

الدالة	معامل الارتباط	المتغيرات	
دالة 0.000	0.549**	معدلات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات	معدلات استخدام صفحات التواصل الاجتماعي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط طردية دالة إحصائية معدلات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات، حيث إن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.549 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية طردية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات المشاركة الفعلية بالتصويت في الانتخابات.

#### جدول (29)

يوضح العلاقة الارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية

الدالة	معامل الارتباط	المتغيرات	
دالة 0.000	0.611**	ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية	معدلات المشاركة السياسية الافتراضية

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية، حيث إن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.611 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة بين معدلات اعتماد الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة مساعدة في اتخاذ القرار في المشاركة بالتصويت ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية من خلال التصويت في الانتخابات.

### جدول (30)

يوضح العلاقة الارتباطية بين اعتماد الشباب - عينة الدراسة - على صفحات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية

الدلالة	معامل الارتباط	المتغيرات	
دالة 0.000	0.769**	المشاركة السياسية الفعلية	اعتماد الشباب على صفحات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين اعتماد الشباب - عينة الدراسة - على صفحات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية وعزوفه عن المشاركة في انتخابات البرلمان 2020، حيث إن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.769 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطية بين معدل اعتماد الشباب عينة الدراسة على صفحات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية ومعدلات المشاركة الفعلية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة بين مستويات المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات ومعدلات العزوف السياسي.

### جدول (31)

يوضح دلالة العلاقة بين معدلات المشاركة السياسية الفعلية ومعدلات العزوف السياسي

الدلالة	معامل الارتباط	المتغيرات	
		معدلات العزوف السياسي	معدلات المشاركة السياسية الفعلية
دالة 0.000	0.816**		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معدلات المشاركة السياسية الفعلية ومعدلات العزوف السياسي، حيث إن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.816 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الفعلية ومعدلات العزوف السياسي.  
الفرض الخامس: توجد علاقة ذات دلالة بين مستويات المشاركة السياسية الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي ومعدلات العزوف السياسي عن التصويت في الانتخابات.

### جدول (32)

يوضح دلالة العلاقة بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات العزوف السياسي

الدلالة	معامل الارتباط	المتغيرات	
		معدلات العزوف السياسي	معدلات المشاركة السياسية الافتراضية
دالة 0.000	0.647**		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات العزوف السياسي، حيث إن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.647 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الخامس بوجود علاقة ارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات العزوف السياسي.



الفرض السادس: توجد علاقة ذات دلالة بين الانتماء الحزبي ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت في الانتخابات.

### جدول (33)

يوضح اختبارت لدلالة الفروق بين الانتماء الحزبي ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت في الانتخابات.

المتغير	منتم لحزب سياسي		غير منتم لحزب سياسي		ت	مستوى معنوية د.ح
	م	ع	م	ع		
معدلات العزوف السياسي.	1.63	0.198	1.59	0.741	32.021	0.01

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الانتماء الحزبي ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت في الانتخابات. حيث إن قيمة  $t = 32.021$  وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.001.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض السادس بوجود فروق بين الانتماء الحزبي ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت في الانتخابات.

الفرض السابع: توجد علاقة ذات دلالة بين السمات الديموجرافية للمبحوثين (النوع - العمر - التعليم - المستوى الاجتماعي) ومعدلات العزوف السياسي.

### جدول (34)

يوضح اختبارت لدلالة الفروق بين المبحوثين طبقاً للنوع ومعدلات العزوف السياسي.

المتغير	ذكور (ن=163)		إناث (ن=237)		ت	مستوى معنوية د.ح
	م	ع	م	ع		
معدلات العزوف السياسي.	1.32	0.163	1.66	0.412	18.071	0.01

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين طبقاً للنوع ومعدلات العزوف السياسي حيث إن قيمة  $t = 18.071$  وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.001. وذلك لصالح الإناث.

جدول (35)

يوضح العلاقة بين العمر ومعدلات العزوف السياسي

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	المتوسط	ف	الدلالة
العمر	بين المجموعات	35.9	2	17.950	63.456	دالة 0.01
	داخل المجموعات	112.3	397	0.283		
	مجموع	148.200	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار (ف) بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العمر ومعدلات العزوف السياسي حيث تشير نتائج تطبيق اختبار (ف) بالجدول السابق إلى وجود فروق بين العمر ومعدلات العزوف السياسي، حيث تبين إن قيمة ف= 63.456 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العمر ومعدلات العزوف السياسي، لصالح الفئة العمرية من 18 لأقل من 25 سنة.

جدول (36) يوضح اختبار LSD (المتوسطات والانحرافات المعيارية) للعمر ومعدلات العزوف السياسي

العمر	ك	المتوسط	الانحراف المعياري	18 لأقل من 25 سنة	25 لأقل من 32 سنة	32 لأقل من 40 سنة
معدلات العزوف السياسي	18 لأقل من 25 سنة	185	0.216	1.36	0.200	0.019
	25 لأقل من 32 سنة	115	0.447	1.20		0.181
	32 لأقل من 40 سنة	100	0.139	1.02		
	الاجمالي	400	0.233	1.06		

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العمر، ومعدلات العزوف السياسي، لصالح الفئة العمرية من 18 لأقل من 25 سنة.

جدول (37)

يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ومعدلات العزوف السياسي

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	دح	المتوسط	ف	الدلالة
المستوى التعليمي	بين المجموعات	48.6	2	24.300	82.313	دالة 0.01
	داخل المجموعات	117.2	397	0.295		
	مجموع	165.800	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار (ف) بالجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ومعدلات العزوف السياسي حيث تشير نتائج تطبيق اختبار (ف) بالجدول السابق إلى وجود فروق بين المستوى التعليمي ومعدلات العزوف السياسي، حيث تبين إن قيمة ف = 82.313 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ومعدلات العزوف السياسي وذلك لصالح المستوى التعليمي مؤهل ماجستير.

جدول (38) يوضح اختبار LSD (المتوسطات والانحرافات المعيارية) للمستوى التعليمي ومعدلات العزوف السياسي

المستوى التعليمي	ك	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤهل متوسط	مؤهل جامعي	ماجستير	دكتوراه
معدلات العزوف السياسي	115	3.04	0.200		1.034	1.040	1.040
	85	1.07	0.264			0.074	1.074
	175	2.04	0.171				1.014
	25	3.03	0.435				
	400	1.04	0.198				

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ومعدلات العزوف السياسي، وذلك لصالح المستوى التعليمي مؤهل ماجستير.

## جدول (39)

## يوضح العلاقة بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومعدلات العزوف السياسي

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	دح	المتوسط	ف	الدلالة
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	بين المجموعات	46.7	2	23.350	78.920	دالة 0.01
	داخل المجموعات	117.46	397	0.296		
	مجموع	164.160	399			

تشير نتائج تطبيق اختبار (ف) بالجدول السابق إلى وجود فروق بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومعدلات العزوف السياسي حيث تشير نتائج تطبيق اختبار (ف) بالجدول السابق إلى وجود فروق بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومعدلات العزوف السياسي، حيث تبين إن قيمة ف= 78.920، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض بوجود فروق بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي ومعدلات العزوف السياسي وذلك لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط.

## جدول (40) يوضح اختبار LSD (المتوسطات والانحرافات المعيارية) للمستوى الاقتصادي والاجتماعي ومعدلات العزوف السياسي

المتوسط	الانحراف المعياري	مرتفع	متوسط	منخفض	ك	المستوى الاقتصادي والاجتماعي
2.41	1.21		1.9745	1.4517	247	متوسط
4.12	2.13			1.9864	67	منخفض
3.24	2.16				86	مرتفع
5.4	1.55				400	الاجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي، وذلك لصالح المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط عند مستوى معنوية 0.01.

ومما سبق يمكن القول بثبوت صحة الفرض السابع بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين طبقاً للمتغيرات الديموغرافية في معدلات العزوف السياسي.

## الخاتمة:

استهدفت الدراسة التعرف على محددات عزوف الشباب عن المشاركة في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، وعلاقتها بمستوى مشاركتهم الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي، واستعانت الدراسة بنموذج (الاعتماد على وسائل الإعلام) كإطار نظري للدراسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل موضوع الدراسة وتفسيره؛ بهدف التوصل إلى درجة عالية من الدقة في صياغة النتائج، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي والذي يعد من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، وتم توظيف هذا المنهج في شقه الميداني، وذلك بمسح عينة قوامها (400) مفردة من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي؛ للتعرف على تأثير شبكات التواصل على العزوف عن المشاركة في انتخابات البرلمان 2020، في الفئة العمرية من (18-40) بمحافظة القاهرة، وكشفت نتائج الدراسة عن:

- ❖ معدل التعرض اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي ففي الترتيب الأول ذوو معدل التعرض المرتفع بنسبة 47.0٪، وفي الترتيب الثاني ذوو معدل التعرض المتوسط بنسبة 33.75٪، وفي الترتيب الثالث ذوو معدل التعرض المنخفض بنسبة 19.25٪.
- ❖ معدل التعرض الأسبوعي لوسائل التواصل الاجتماعي ففي الترتيب الأول ذوو معدل التعرض المرتفع بنسبة 44.75٪، وفي الترتيب الثاني ذوو معدل التعرض المتوسط بنسبة 34.0٪، وفي الترتيب الثالث ذوو معدل التعرض المنخفض بنسبة 21.25٪.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أبرز وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة، ففي الترتيب الأول فيس بوك بنسبة 81.3٪، وفي الترتيب الثاني انستجرام بنسبة 75.3٪، وفي الترتيب الثالث توتير بنسبة 68.8٪، وفي الترتيب الرابع اليوتيوب بنسبة 50.0٪، وفي الترتيب الخامس سناب شات بنسبة 49.8٪، وفي الترتيب السادس واتس آب بنسبة 37.5٪.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى عدد المتابعين للصفحة الخاصة بأفراد العينة على وسائل التواصل الاجتماعي، ففي الترتيب الأول أقل من 1000 بنسبة 41.2٪، وفي الترتيب الثاني 1000 إلى أقل من 3000 بنسبة 35.3٪، وفي الترتيب الثالث أكثر من 3000 بنسبة 23.5٪.

- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى وجود اشتراك في منتديات وجروبات (مجموعات) بنسبة (60.25%)، مقابل (39.75%) غير مشتركين.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أهم المواقع المفضلة، ففي الترتيب الأول مواقع سياسية بنسبة 75.3%، وفي الترتيب الثاني مواقع ثقافية بنسبة 60.3%، وفي الترتيب الثالث مواقع علمية بنسبة 54.8%، وفي الترتيب الرابع مواقع فنية بنسبة 50.8%، وفي الترتيب الخامس مواقع رياضية بنسبة 49.0%.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى الحرص على المشاركة في التعبير عن الرأي في الأحداث والقضايا السياسية، ففي الترتيب الأول أحرص أحياناً بنسبة 37.25%، وفي الترتيب الثاني أحرص دائماً بنسبة 27.75%، وفي الترتيب الثالث أحرص نادراً بنسبة 21.0%، وفي الترتيب الرابع لا أحرص مطلقاً بنسبة 14.0%.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أسباب رفض التعبير عن الرأي في الأحداث والقضايا السياسية، ففي الترتيب الأول (لا أحب السياسية) بنسبة 42.0%، وفي الترتيب الثاني لعدم جدوى التعبير بنسبة 21.5%، وفي الترتيب الثالث بسبب الرقابة على الإنترنت بنسبة 19.75%، وفي الترتيب الرابع لتراجع مساحة حرية الرأي بنسبة 16.75%.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل المنتمين لأحزاب سياسية حيث ارتفعت نسبتهم إلى (58.5%)، وجاءت الغالبية العظمى من المنتمين لحزب مستقبل وطن وهو حزب الأغلبية داخل مجلس النواب والشيوخ والذي حل محل الحزب الوطني الديمقراطي المنحل، وجاءت نسبة صغيرة من المنتمين لحزب الوفد.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أن (40%) من المبحوثين منتمين للجمعيات الأهلية والمنظمات الحقوقية، كما يتضح أن أفراد العينة يفضلون المنظمات الحقوقية.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل المبحوثين المشاركين في تبني قضايا أو مشاكل أو جمع عرائض احتجاج حيث ارتفعت نسبتهم إلى (54,75%)، وهذا ما يعكس ارتفاع معدل المشاركة الافتراضية.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى غالبية المبحوثين يندرجون تحت فئة معدل المتابعة المتوسط (50,75%)، في حين بلغت نسبة المتابعة المرتفعة (22,25%)، والمتابعة المنخفضة (27%).
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أسباب عدم متابعة ما نشر عن انتخابات مجلس النواب 2020م في وسائل التواصل الاجتماعي ففي الترتيب الأول لعدم فعالية دور مجلس

النواب بنسبة 95.4%، وفي الترتيب الثاني لعدم اقتناعي بجدوى الانتخابات وجديتها بنسبة 93.5%، وفي الترتيب الثالث لمقاطعتي المشاركة في الانتخابات بنسبة 88.0%، وفي الترتيب الرابع لرفض النظام الانتخابي المطبق بنسبة 79.6%، وفي الترتيب السابع جاء كل من لعدم اقتناعي بالأحزاب وبرامجها، لعدم ثقتي في نزاهة الانتخابات بنسبة 55.9%.

❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أفضل المواقع الإلكترونية التي تابع أفراد العينة من خلالها أخبار انتخابات مجلس النواب ففي الترتيب الأول جاء اليوم السابع بنسبة 34.25%، وفي الترتيب الثاني موقع الأهرام بنسبة 33.75%، وفي الترتيب الثالث موقع مصرأوي بنسبة 32.0%.

❖ أشارت نتائج الدراسة إلى معدل الاعتماد على الوسائل التالية كوسيلة مساعدة في اتخاذ القرار بعدم المشاركة بالتصويت في انتخابات مجلس النواب، ففي الترتيب الأول مواقع المنظمات الحقوقية بوزن نسبي 80.0%، وفي الترتيب الثاني مواقع الصحف العربية بوزن نسبي 79.2%، وفي الترتيب الثالث مواقع الصحف الأجنبية بوزن نسبي 76.7%، وفي الترتيب الرابع القنوات الفضائية العربية بوزن نسبي 75.8%، وفي الترتيب الخامس القنوات الفضائية السياسية بوزن نسبي 65.4%، وفي الترتيب السادس القنوات المصرية بوزن نسبي 48.3%، وفي الترتيب السابع الصحف المصرية، مواقع المرشحين بوزن نسبي 45.0%، وفي الترتيب الأخير مواقع الأحزاب بوزن نسبي 38.3%.

❖ أشارت نتائج الدراسة إلى معدل الثقة فيما تنشره الوسائل حول انتخابات مجلس النواب 2020م، ففي الترتيب الأول مواقع الصحف الأجنبية بوزن نسبي 75.8%، وفي الترتيب الثاني الصحف المصرية بوزن نسبي 70.8%، وفي الترتيب الثالث مواقع الصحف العربية بوزن نسبي 70.2%، وفي الترتيب الرابع مواقع الأحزاب بوزن نسبي 65.4%، وفي الترتيب الخامس مواقع المرشحين بوزن نسبي 59.5%، وفي الترتيب السادس القنوات المصرية بوزن نسبي 55.0%.

❖ أشارت نتائج الدراسة إلى امتلاك أفراد العينة بطاقة انتخاب، ففي الترتيب الأول مقيدون بنسبة 54.25%، وفي الترتيب الثاني غير مقيدون بنسبة 45.75%.

❖ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل المشاركة في التصويت إلى (53%) وهي نسبة مبالغ فيها بالنظر إلى النسب الحقيقية للمشاركة.

- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل المشاركة في التصويت في انتخابات مجلس النواب لعام 2020م، إلى (55%)، وهي نتيجة منطقية بالنظر إلى انخفاض نسبة التصويت الفعلية في الجولة الأولى إلى (28,6%) والجولة الثانية (29,5%) حيث شارك في الجولتين معاً 18 مليوناً و252 ألفاً و647 ناخباً من بين 62 مليوناً و940 ألفاً و165 ناخباً أي أن حوالي 34 مليون ناخب لم يشاركوا في التصويت بنسبة (71%).
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة غير المشاركين في التصويت في انتخابات مجلس الشيوخ لعام 2020م، إلى (56,75%) مقابل (43,25%) للمشاركين، وهي أيضاً نسبة مرتفعة وغير منخفضة حيث بلغت النسبة الفعلية (14,23%) حيث شارك 8 ملايين و959 ألفاً و35 ناخباً، في حين بلغ إجمالي غير المشاركين حوالي 53 مليون ناخب يمثلون (86%) من إجمالي الناخبين.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل المشاركة في التصويت في الانتخابات الرئاسية لعام 2018م، بنسبة 65.25%.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل حسب المشاركة في التصويت على تعديلات الدستور لعام 2019م، بنسبة (57.5%).
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى تقارب النسب بين المشاركين في التصويت في انتخابات مجلس النواب ومجلس الشيوخ والانتخابات الرئاسية والاستفتاء على التعديلات الدستورية لعام 2019م، والعازفين عن المشاركة، حيث بلغت المشاركة السياسية الفعلية (50,25%) مقابل (49,75%) لنسبة العزوف السياسي وهي نسبة مشاركة فعلية مرتفعة وغير منطقية وتوقع بكثير نسبة التصويت الفعلية في كافة الانتخابات.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أن ما يزيد عن نصف المبحوثين يندرجون تحت فئة ذوي معدل العزوف السياسي المرتفع حيث بلغت نسبتهم (52,8%) مقابل (36,2%) لذوي معدل العزوف المتوسط و(11%) لذوي معدل العزوف المنخفض.
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين يندرجون تحت فئة ذوي معدل المشاركة السياسية الافتراضية المرتفع (72%) في حين بلغت نسبة ذوي معدل المشاركة السياسية المتوسط (18%) وذوي معدل المشاركة السياسية المنخفض (10%).
- ❖ أشارت نتائج الدراسة إلى توزيع أفراد العينة حسب البنود التي تقيس مستوى المشاركة السياسية الافتراضية، ففي الترتيب الأول مشاركة الآخرين في مناقشات سياسية



- إلكترونية بوزن نسبي 97.3٪، وفي الترتيب الثاني بالتساوي في النسبة المئوية ما بين التسجيل الإلكتروني للانضمام لحركة أو تجمع سياسي افتراضي، إرسال تقارير لمنظمات حقوقية دولية بوزن نسبي 96.8٪، وفي الترتيب الثالث بناء شبكة من النشطين السياسيين بوزن نسبي 96.3٪، وفي الترتيب الرابع إنتاج مقاطع فيديو سياسية وبثها على شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي 96.2٪، وفي الترتيب الخامس توجيه شكاوى أو تقارير بشأن حقوق الإنسان بوزن نسبي 96.0٪، وفي الترتيب السادس المشاركة في منديات سياسية إلكترونية بوزن نسبي 95.7٪، وفي الترتيب السابع حث الناخبين على مقاطعة التصويت في الانتخابات بوزن نسبي 94.2٪، وفي الترتيب الثامن تدشين احتجاج أو مظاهرة عبر الهاتفشاج بوزن نسبي 62.4٪، وفي الترتيب التاسع توقيع عرائض احتجاج إلكترونية بوزن نسبي 55.0٪.
- ❖ وأكدت النتائج ثبوت وجود علاقة ارتباطية عكسية بين معدلات استخدام الشباب- عينة الدراسة- لصفحات التواصل الاجتماعي ومستوى المشاركة السياسية الفعلية بالتصويت في الانتخابات.
  - ❖ كما اتضح وجود علاقة ارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات المشاركة السياسية الفعلية.
  - ❖ كما أكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين معدل اعتماد الشباب عينة الدراسة على صفحات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية ومعدلات المشاركة الفعلية.
  - ❖ كما اتضح وجود علاقة ارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الفعلية ومعدلات العزوف السياسي
  - ❖ وأكدت النتائج بوجود علاقة ارتباطية بين معدلات المشاركة السياسية الافتراضية ومعدلات العزوف السياسي.
  - ❖ وأكدت النتائج بثبوت صحة الفرض بوجود فروق بين الانتماء الحزبي ومعدلات العزوف السياسي عن المشاركة في التصويت في الانتخابات.
  - ❖ وأوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة احصائية بين السمات الديموجرافية ومعدلات العزوف السياسي.

هوامش الدراسة:

- (1) منة الله مجدي محمد، اعتماد الشباب على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الإذاعة والتلفزيون، 2018).
- (2) مبرهان محمد هشام، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على الثقافة السياسية في مصر: دراسة حالة للجامعات المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2017).
- (3) محمود أحمد، الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي صفحات القنوات الإخبارية بمواقع الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2017).
- (4) إيمان السيد جمعة رمضان، دور الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى الشباب المصري المغتربين بالدول العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2016).
- (5) أسماء مسعد عبد المجيد، الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015).
- (6) شيماء العزب حسين، شبكات الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2014).
- (7) أحمد يونس محمد حمده، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركات الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة بالقاهرة، (جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013).
- (8) عبد الكريم صالح باحاج، استخدام الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013).
- (9) Mckinney, Bruce c: Kelly, Lynne, Duran, Robert I. Nar. cissimer openness?: college students, use of facebook and twitter, communication Research Reports , Apr 2012, vol.29 issue 2.
- (10) Gilad Loton, etal, The Arab Spring| The Revolutions Were Tweeted Information Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. 2011 , International Journal of Communication , May, Available at <http://ijoc.org>
- (11) Barry, Wail A. Bouvier. Gwen, 2011, cultural communication Arab and Welsh students, use of facebook, journal arab 8 Muslim Media Be search, Jul 2011, vol.4 issue 283
- (12) محمود محمد حسن، دور الفيسبوك في المشاركة السياسية للشباب بصعيد مصر، (جامعة سوهاج، كلية الآداب، 2020).
- (13) هنا جلال علي، معالجة صفحات الفيسبوك للرسوم الساخرة التي تدعم المشاركة السياسية، جامعة عين شمس، (كلية الدراسات العليا للطفولة، مجلة دراسات الطفولة، 2020)

(14) **مها مصطفى محمود مصطفى**، دور التعرض للفيس بوك في المشاركة السياسية لمستخدمي المجموعات السياسية: دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة في مصر، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة. كلية الإعلام، 2015).

(15) **lohman.lanec A.**(2011) political participation in the internet ageUnpublishedm.p.pdissertation.georgetown university.

(16) **Rontynen Christina Irene paula.**(2011) social media Influence on political Engagement:examining the usa of face book &Twitter in Alberta ,unpublished MA.dissertation ,University of colgry,canada

(17) **أحمد محمد عبد الغني**، أنماط المشاركة السياسية، دراسة ميدانية للطبقات الشعبية بمدينة بني سويف، (جامعة القاهرة: كلية الآداب، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية)، 2019.

(18) **آية نظمي محمود بركة**، المتغيرات السياسية وآثرها على تطور المشاركة السياسية للمرأة الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة، جامعة الأزهر، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، 2016

(19) **محمود محمد عبد الحلیم**، علاقة تعرض الشباب للحملات الإعلامية حول الانتخابات الرئاسية المصرية 2018 والمشاركة السياسية لديهم، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2018.

(20) **جهاد حجازي شحاتة الشرقاوي**، دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي الانتخابات من الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية: "دراسة تطبيقية على الانتخابات البرلمانية 2015، رسالة ماجستير، (جامعة المنيا، كلية الآداب، 2016).

(21) **حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد**، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، 2006)، ص314، 318.

(22) **عبد الحافظ عواجصولي**، نظريات التأثير الإعلامية، نسخة إلكترونية، ص 29

(23) **السيد بهنسي حسن**، مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات، دراسة ميدانية على طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، أكتوبر، ديسمبر 2000م، ص36

(24) **صالح خليل أبو إصبع**، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان، دار آدم للدراسات والنشر والتوزيع، 2004)، ص121.

(25) **حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد**، مرجع سابق، ص106.

(26) شملت قائمة المحكمين كلاً من الآتي أسماؤهم، حسب الترتيب الأبجدي:

(1) أ.د/ إبراهيم عبد الله المسلمي، أستاذ الصحافة بكلية الآداب، جامعة الزقازيق.

(2) أ.د/ أميمة عمران، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام، جامعة أسيوط.

(3) أ.د/ محمد المرسي، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(4) أ.د/ محمد سعد، أستاذ الصحافة وعميد المعهد العالي للإعلام بالشروق.

(5) أ.د/ محمد شومان، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام الجامعة البريطانية.

(6) أ.د/ محمود علم الدين، أستاذ الصحافة، بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

(7) أ.د/ مرعي مدكور، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر سابقاً.

(8) أ.د/ نجوى كامل، أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

(9) أ.د/ هويدا مصطفى، أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام جامعة القاهرة.

## References

- Muhamad, M. (2018). etimad alshabab ealaa alsafahat al'iikhbariat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii kamasdar lilmaelumat hawl al'ahdath aljariati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, Alezaa waltilifizyun).
- Hisham, M. (2017). 'athar aistikhdam shabakat altawasul alaijtimaeii eabr al'iintirnit ealaa althaqafat alsiyasiat fi masra: dirasatan halat liljamieat almisriati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat alqahirati, kuliyyat Alaiqtisad waleulum Alsiyasia, qism Aleulum Alsiyasiati).
- Ahmed, M. (2017). alaitisal altafaeuliu ladaa mustakhdimi safahat alqanawat al'iikhbariat bimawaqie alshabakat alaijtimaeiat wal'iishbaeat almutahaqiqat minha, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alminy, kuliyyat Altarbia alnaweiat, qism Al'ielam Altarbawi).
- Ramadan, I. (2016). dawr alshabakat alaijtimaeiat fi tanmiat alwaey alsiyasii walaitijahat nahw al'ahdath aljariat laday alshabab almisriu almughtaribin bialduwal alearabiati, risalat dukturat ghayr manshuratin, (jamieat Almansura, kuliyyat Altarbiat Alnaweia, qism Al'ielam Altarbawi).
- Abd Almajid, S. (2015). alaitisal altafaeuliu ladaa mustakhdimi mawaqie alshabakat alaijtimaeiat fi almintaqat alearabiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat alqahirati, kuliyyat al'ielami, qism Alezaa waltilifizyun).
- Hussein, S. (2014). shabakat alshabakat alaijtimaeiat waealaqatuha bitashkil aitijahat alraay aleami nahw alqadaya alsiyasiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat hulwan, kuliyyat Aladab, qism Al'ielam).
- Hamda, A. (2013). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tanmiat musharakat alshabab alfilastinii fi alqadaya almujtamaeiat, risalat majistir ghayr manshuratin bialqahirati, (jamieat alduwal alearabiati, maehad Albu huth waldirasat alearabiati, qism aldirasat Al'ielamia).
- Bahaj, A. (2013). aistikhdam alshabab alearabii lishabakat altawasul alaijtimaeii, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam)
- (9) **Mckinney**, Bruce c: Kelly, Lynne, Duran, Robert I. Nar«cissimer openness?: college students, use of facebook and twitter, communication Research Reports , Apr 2012, vol.29 issue 2.
- (10)**GiladLoton**, etal, The Arab Spring| The Revolutions Were TweetedInformation Flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. 2011 , International Journal of Communication , May,Available at <http://ijoc.org>

(11) **Barry, Wail A.** Bouvier. Gwen, 2011, cultural communication Arab and Welsh students, use of facebook, journal arab 8 Muslim Media Be search, Jul 2011, vol.4 issue 283

-Hassan, M. (2020). dur al fisbuk fi almusharakat alsiyasiat lilshabab bisaeid masr, (jamieat Suhaj, kuliyyat Aladab).

-Ali, H. (2020). muealajat safahat al fisbuk lilrusum alsaakhirat alati tudeam almusharakat alsiyasiata, jamieat eayn shams, (kuliyyat Aldirasat Aleulya liltufulati, majalat dirasat Altufula)

-Mustafa, M. (2015). dawr altaearud lilfis buk fi almusharakat alsiyasiat limustakhdimi almajmueat alsiyasiati: dirasat tatbiqiat ealaa aintikhabat alriyasat fi Masr, risalat majistir, (jamieat Alqahira. kuliyyat Al'ielam).

(15) **lohman.lanec A.**(2011) political participation in the internet age Unpublished m.p. dissertation. georgetown university.

(16) **Rontynen Christina Irene paula.**(2011) social media Influence on political Engagement: examining the use of face book & Twitter in Alberta , unpublished MA. dissertation , University of colgry, canada

-Abd Alghani, A. (2019). 'anmat almusharakat alsiyasiati, dirasat maydaniat liltabaqat alshaebiat bimadinat bani suif, (jamieat Alqahira: kuliyyat Aladab, markaz albu huth waldirasat alaijtimaieati), 2019.

-Baraka, A. (2016). almutaghayirat alsiyasiat watharaha ealaa tatawur almusharakat alsiyasiat lilmar'at alfilastiniati, risalat majistir ghayr manshurati, Gaza, jamieat Al'azhar, kuliyyat aladab waleulum Al'iinsania.

-Abd Alhalim, M. (2018). ealaqat taearud alshabab lilhamalat al'ielamiat hawl alaintikhabat alriyasiat almisriat 2018 walmusharakat alsiyasiat ladayhim, jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielam, almajalat Almisria libuhuth Al'ielam.

-Alsharqawi, J. (2016). dawr hamalat altaswiq alsiyasii fi tashkil alsuwrat aldhihnati limurashahi alaintikhabat min al'ahzab alsiyasiat wainekasiha ealaa aitijahat alshabab nahw almusharakat alsiyasiati: "dirasat tatbiqiat ealaa alaintikhabat albarlamaniat 2015, risalat majistir, (jamieat Alminya, kuliyyat Aladab)

-Mikawi, H., Al-Sayed, L. (2006). alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, Alqahira, jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, Aldaar almisriat Allubnaniati, 314, 318.

-Awajslawy, A. nazariaat altaathir ali'ielamiatu, nuskhata 'iiliktiruniatan, 29

-Hassan, A. (2000). madaa aietimad aljumphur ealaa wasayil al'ielam almisriat 'athna' al'azmati, dirasatan maydaniatan ealaa tulaab aljamieati, almajalat almisriat libuhuth Alraay Aleam, 4, 36

-Abu Asba, S. (2004). alaitisal wal'ielam fi almutjamaeat almueasirati, (Aman, dar Adam lildirasat walnashr waltawziei), 121.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 58 July 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.