مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

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

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدققا اللغة العربية:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الرابع والستون - الجزء الثاني - جمادى الآخر ١٤٤٤هـ - يناير ٢٠٢٣ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

تفاعلية الجمهور مع صفحات الشخصيات النسائية العامة على موقع (فيسبوك)- دراسة تحليلية
أ.م.د/ ولاء إبراهيم عقاد
٥٩١

فعالية حملات التسويق الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية - دراسة ميدانية
د/ أحمد عبده محمد - د/ آلاء محمد ممدوح
٦٥٥

الانعكاسات الوجدانية لتداول أخبار الوفيات على موقع فيسبوك إبان جائحة كورونا - في إطار نموذج العملية المزدوجة للتأقلم مع الأحداث المفجعة
د/ سمر صبري صادق
٧١٧

تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي الرقمي وعلاقته ببناء تصوراتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي
د/ هبة محمد شفيق
٧٧٧

توظيف الاتصال الحكومي لأساليب الابتكار وانعكاسها على محتوى الرسالة الإعلامية- دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الحكومية الإماراتية
د/ سمر عبد الحليم جمال الدين
٨٩٥

اتجاهات مقدمي البرامج نحو توظيف «تقنية مذيع الروبوت» بالقنوات التليفزيونية «دراسة ميدانية»
د/ زينب عبد العظيم عبد الواحد
٩٧٧

الإعلام الرقمي وانعكاساته على العلاقات الأسرية في المجتمع المصري الهواتف الذكية نموذجًا - دراسة ميدانية
د/ شيرين جمال حسن
١٠٣٣

اتجاهات الجمهور الكويتي نحو خدمة العملاء الإلكترونية في الشركات الخاصة - دراسة ميدانية فرح عبد اللطيف عبد العزيز ١٠٩٣

تعرض الشباب الجامعي للأفلام المصرية وتأثيرها على إدراكه لمفهوم العولمة والهوية الثقافية (دراسة تطبيقية) مي رضا محمد ١١٣٧

The Journalists' Attitudes towards the Role of Media on Civilian- Military Relations in Sudan Dr. Musa Abdelgadir ١١٨٣

الصفحة الرئيسية

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجله يوليو2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	**Egyptian Public Relations Association**	7	2314-8721	2314-873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536-9237	2735-4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي الرقمي وعلاقته ببناء تصوراتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي

The Exposure of the Egyptian Youth to the Digital Political Content and Its Relationship to Build Their Perceptions toward the Future of Their Political and Economic Empowerment

د/ هبة محمد شفيق عبد الرازق

مدرس بكلية الإعلام، جامعة عين شمس

heba.shafeek@masscomm.asu.edu.eg

ملخص الدراسة

ركَّز اهتمام القيادة المصرية- منذ عام -2014 على تأهيل الشباب، والعمل على التواصل المستمر بين الدولة والشباب، وأعلن الرئيس عبد الفتاح السيسي عام 2016 عامًا للشباب المصري؛ ليكون بداية البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة، وحازت تلك الفعاليات انتباه وسائل الإعلام الرقمية، وسادت النقاشات حول المشاركة السياسية والاجتماعية للشباب، ودورهم في خطط التنمية المستدامة ممثلة في رؤية مصر 2030. ومن هنا ظهرت حاجة إلى دراسة دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، وتحديد درجة وعيهم بآليات التمكين واستراتجياته وأبعاده المختلفة، ومن ثمَّ يمكن صياغة المشكلة البحثية في السؤال الآتي: ما علاقة تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية ببناء تصوراتهم وتوقعاتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي؟، وتعد الدراسة الحالية دراسة ميدانية، استخدمت أداة الاستبانة في جمع البيانات، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، ووظفت نظرية هابرماس للمجال العام، كما استفادت من نظرية التوقعات الاجتماعية.

وأوضحت النتائج أن «فيسبوك» جاء في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون بصفة دائمة في الحصول على المعلومات حول قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب. كما أظهرت النتائج وجود معرفة قوية من جانب المبحوثين بالإستراتيجيات التي تتبعها الحكومة المصرية في سبيل تمكين الشباب.

الكلمات المفتاحية: تمكين الشباب- الإعلام الرقمي- المجال العام- التوقعات الاجتماعية.

Abstract

The Egyptian leadership has focused -since 2014 -on the empowerment of young people and work on continuous communication between the state and the youth. President Abdel Fattah Al-Sisi declared 2016 the year of the Egyptian youth to be the beginning of the presidential program to qualify young people for leadership. These events attracted the attention of the digital media, and discussions dominated the political and social participation of youth, and their role in sustainable development plans represented in Egypt's Vision 2030. This study discussed the role of digital media in supporting the political and economic empowerment of youth, and aimed to determine the degree of their awareness of empowerment mechanisms, strategies and various dimensions, and thus the research problem can be formulated as follows: What is the relationship of Egyptian youth's exposure to political content through digital media to building their perceptions and expectations about the future of their political and economic empowerment? The current study is a field study, which used a questionnaire to collect the data. A descriptive study relied on the media survey method, and used Habermas' theory of the public sphere, as well as the interactivity model and the social expectations theory.

The results showed that "Facebook" came at the forefront of the social networks that respondents always rely on for information about youth empowerment. The results also showed a strong knowledge of the youth empowerment strategies accomplished by the Egyptian government.

Key Words: Youth Empowerment- Digital Media- Public Sphere - Social Expectations.

مقدمة:

يُعد مفهوم التنمية السياسية من المصطلحات التي باتت تتردد عبر وسائل الإعلام الرقمية، وتوضع في سياق الحديث عن التنمية المستدامة بالدولة، مع التركيز على أهميتها بوصفها أحد المحاور المهمة في عملية التنمية الشاملة. ويلاحظ أنه في ظل التنمية التقليدية، كان مسؤولو التنمية نادراً ما يشركون الشباب في عملية صنع القرار أو حتى يستشيرونهم، حيث كان يُنظر إلى الحكمة من الناحية التقليدية على أنها تتزايد مع التقدم في العمر، ومن ثَم كانت القرارات التي تتعلق بالشباب يتخذها الكبار نيابةً عنهم. وتختلف التنمية المستدامة عن التنمية التقليدية من هذه الناحية، فهي تؤمن بامتلاك الشباب إمكانيات ضخمة يمكن استثمارها وتسخيرها لتعزيز تنمية المجتمع، وأكثر من ذلك، فإن التنمية المستدامة تعمل على تعزيز الدور القيادي للشباب[1]. وبعد إطلاق الرئيس عبد الفتاح السيسي مصطلح "الجمهورية الجديدة"؛ تعبيراً عن بناء إنسان ومؤسسات ودولة قادرة على مواكبة العصر ومواجهة تحدياته، أعلنت الدولة المصرية ضرورة تأهيل الشباب ثم تمكينهم، فالجمهورية الجديدة "دولة شابة"، وتدشين "اتحاد شباب الجمهورية الجديدة" هدفه تمكينهم من القيادة؛ إيماناً بدورهم كأطراف فاعلة في تعزيز التنمية المستدامة ودفع عجلة الإصلاح للوصول إلى حلم الجمهورية الجديدة.

ومن غير المتوقع أن تتحقق التنمية السياسية دون الانتباه لمفهومي المشاركة والتمكين، فهما دعامتان أساسيتان لها في سبيل إتمام عملية الإصلاح السياسي وإرساء الثقة السياسية. ويعتبر الكثير من المفكرين أن عملية الإصلاح السياسي ليست بالضرورة حصيلة لما تعانيه معظم دول العالم من تراكمات القهر السياسي والاجتماعي، وعجز الإصلاحات الاقتصادية والاجتماعية على مدى عقود من الزمن في تحقيق التنمية[2]. ويرتبط التمكين السياسي للشباب بعدد من الأبعاد؛ تشمل المشاركة السياسية

والوعي السياسي، ويعد تعزيز قدرات الشباب وتنمية مهاراتهم في هذا الجانب ذا أهمية كبيرة، فمن الأرجح أن يُصبح الشباب الذين يشاركون بنشاط في مجتمعاتهم في وقت مبكر مواطنين وناخبين ملتزمين، فتنمية القدرات بين المرشحين الشباب -على سبيل المثال- أثبتت أنها أكثر فاعلية كمجهود متواصل من كونها حدثًا لمرة واحدة فقط قبل ثلاثة أشهر من الانتخابات، ومن ثَم يجب دعم المشاركة السياسية للشباب على امتداد الدورة الانتخابية، ويقتضي ذلك أن تكون مشاركة الشباب السياسية مجدية وفعَّالة، وأن تنمية قدرات الشباب جزء جوهري لتمكين بيئة ما، أو أفراد، أو مؤسسات، من المشاركة في العمليات السياسية[3]. وتجدر الإشارة هنا إلى أن المسائل المتعلقة بالمواطنة والهوية والانتماء تؤثر في الاندماج الكامل للشباب في المجتمع، وتؤثر في القدرة والرغبة في المشاركة الديمقراطية الفعالة[4]. وتُعد المشاركة السياسية للشباب أحد أشكال الديمقراطية التشاركية، كما أنها أحد أشكال الحكم الجيد، وهي أحد أشكال الرقابة الشعبية، كما أن مشاركة الشباب سيعزز من التنمية السياسية، وتفعيلُ المشاركة السياسية للشباب من شأنه أن يقلل حالة الفراغ السياسي الناتجة عن تهميشهم وعدم الاهتمام بقضاياهم؛ مما يستوجب إعادة النظر في كيفية تفعيل طاقات الشباب وإعادة جذبها إلى الأحزاب والعمل العام، وتفعيل دور المؤسسات الأهلية، وذلك من خلال إعادة صياغة أولوياتها وبرامجها انسجامًا مع الأجندة الوطنية، بما يحقق التكامل في العمل بينها وبين المؤسسات الرسمية[5]. وفي هذا الجانب، أعلن الرئيس عبد الفتاح السيسي تأسيس تنسيقية شباب الأحزاب والسياسيين في شهر أبريل من عام 2018، عقب دعوته لتنمية الحياة السياسية، ودُشنت التنسيقية لتكون منصة حوارية بين الشباب من مختلف التيارات السياسية، تحمل شعار "سياسة بمفهوم جديد".

ويتعلق أيضًا مفهوم التمكين (Emopwerment) بالحكم الجيد (Good Governance)، الذي يشير إلى الدولة الديمقراطية، التي يتوافر فيها جهاز تشريعي منتخب وممثل ديمقراطي، ويتسم بالشفافية في سياق يحترم حقوق الإنسان وتهيئة السياق الملائم والجاذب للتطور الاقتصادي، ويتأسس على محاربة الفساد والمحسوبية والبيروقراطية وسوء الإدارة، وتشجيع الشفافية والمساءلة، وهو مؤشر للانتقال في فكر

الإصلاح من التعامل النظري إلى التفكير العملي، وتحديد مؤشرات قابلة للقياس لتقويم حالة الحكم وصنع السياسة، لا سيما في الدول التي تشهد عمليات إصلاح اقتصادي وسياسي. ومن ثَم تتضح العلاقة بين تفعيل الحكم الجيد وتمكين الشباب داخل المجتمع، في إطار مؤسسي يعكس القيم السياسية، ويعزز السعي والمنافسة وتنمية القدرات، دون عرقلة في إدارة شئون الدولة والمجتمع[6].

وللاعتماد على الحكم الجيد أهمية كبرى في تحقيق التنمية المحلية المستدامة من خلال النهوض بالعامل البشري، وتقريب الشباب من الإدارة، وترسيخ روح الديمقراطية والمشاركة السياسية، وتفعيل مبدأ الشفافية في التعامل[7]. وتعمل الحكومات في إطار تطبيق سياستها لمفهوم الحكم الجيد من منطلق علاقتها بالتنمية لتوسيع دائرة المشاركة العامة للفرد في المجتمع، مع التركيز على فئة الشباب القادرة على تنمية مفهوم الشراكة من أجل الإصلاح[8]. فعلى مستوى الحوكمة، بذلت مصر جهوداً مهمة في تعزيز مسارات الحوكمة بها، فواصلت جهدها لتطوير وإصلاح الجهاز الإداري للدولة، وتعزيز المساءلة من خلال تفعيل دور نظم المتابعة والتقييم وتأهيل الكوادر، وخاصة الشباب، مع تعظيم فرص مشاركتهم في صنع القرار، وقد تمكنت مصر من تطوير آليات جديدة أثبتت فاعليتها في تعزيز مشاركة الشباب في صنع وتنفيذ السياسات العامة[9].

الدراسات السابقة:

من خلال تتبع الدراسات السابقة، وبعد مراجعة الإسهامات البحثية المتعلقة بموضوع الدراسة، لاحظت الباحثة ندرة الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية التي اهتمت بدراسة قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، فعلى الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت قضايا المشاركة السياسية للشباب وأدوارهم واتجاهاتهم في عملية التنمية المستدامة، إلا أن البحث حول دور وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في دعم قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب لم يلقَ الاهتمامَ الكافيَ، لذلك قُسمت الدراسات وفقًا للمتغيرات التي يشملها ضمنيًّا مفهوم التمكين السياسي الاقتصادي وأبعاده، مثل: المشاركة المجتمعية والسياسية للشباب، ودور الشباب في التنمية المستدامة،

ودور الإعلام في دعم قيم المواطنة لدى الشباب. وتستعرض الباحثة تلك الأدبيات في ثلاثة محاور، وذلك على النحو الآتي:

- **المحور الأول: الدراسات التى اهتمت بدور الإعلام الرقمى في تشكيل وعى الشباب واتجاهاتهم نحو قضايا التمكين والتنمية المستدامة**

رصدت دراسة (**دعاء فكري**، 2021)[10] وحللت الأطر الخبرية لتغطية الصحف الإلكترونية المصرية لمعوقات التنمية الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل مدركات الشباب الجامعي نحوها، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديد أهم مصادر حصول الشباب الجامعي على المعلومات، واختلاف تقييم التغطية الصحفية لمعوقات التنمية الاجتماعية في الصحف الإلكترونية لدى الشباب الجامعي. واهتمت دراسة (**Fab-Ukozor and Ojiakor,** 2020)[11]، التي طُبقت على الشباب النيجيري، بالبحث في دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التمكين الاقتصادي للشباب، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة بالتطبيق على عينة قوامها 143 مبحوثًا من الفئة العمرية 23-37 عامًا، وكشفت النتائج ارتفاع وعي الشباب بإمكانيات التمكين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن تسخير إمكانيات تلك الوسائل من قِبل قادة الأعمال والصناعة لإرشاد الشباب نحو إمكانيات التمكين. وسعت دراسة (**منى طه**، 2019)[12] لمعرفة مدى إسهام الصحف الإلكترونية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة ومجالاتها وتحدياتها في إطار رؤية مصر 2030، وأهمية المشاركة المجتمعية في تنفيذ خططها، وأوضحت نتائج الدراسة تركيز المواقع الالكترونية على المجال الاقتصادي في التنمية المستدامة، يليه المجال الاجتماعي، ثم الأمني والسياسي، وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية انخفاض نسبة المبحوثين الذين يدركون معنى التنمية المستدامة ومجالاتها. واهتمت دراسة (**أحمد الزهرانى ودعاء سالم**، 2018)[13] بدور مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجًا) في تشكيل اتجاهات مستخدميها من الشباب الجامعي السعودي نحو رؤية المملكة 2030، وأظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الشباب السعودي يتعرضون لموقع تويتر بنسبة 74.5%، وأن 91.3% منهم كان دافعهم الأساسي انطلاق حساب الرؤية السعودية 2030 على تويتر، وجاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة

التأثيرات الناتجة عن التعرض لتلك المضامين. واستهدفت دراسة (**أحمد سامى**، 2018)[14] التعرف على استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية الوعي لديهم بخطط وقضايا التنمية المستدامة بالمملكة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: جاءت درجة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة دائما بنسبة 46.5%، وشملت الإشباعات المتحققة من متابعة قضايا التنمية توسيع المعرفة بقضايا التنمية، والإسهام في تكوين رؤية نقدية نحوها، والتشجيع على المشاركة المجتمعية. فيما كشفت دراسة (**أسامة المدنى**، 2018)[15] عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الشباب الجامعي السعودي، فأظهرت نتائج الدراسة أن 51.25% من عينة الدراسة يتابعون بانتظام قضايا التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن نسبة من يثقون بدرجة كبيرة بالمعلومات التي يحصلون عليها من تلك المواقع بلغت 56.54%. وأكدت وجود دلالة إحصائية بين درجة ثقة عينة الدراسة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة. وسعت دراسة (**لامان أحمد، وسمر مهران**، 2017)[16] للتعرف على دور موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري، وأكدت نتائج الدراسة قدرة فيسبوك على التأثير في الوعي بالأنشطة التنموية، حيث بلغ التأثير المرتفع نسبة 36.6%. كما أثبتت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين نمط تفاعل مستخدمي الصفحات التنموية واتجاهاتهم نحو الأعمال التنموية. وركَّزت دراسة (**Amita Chaudhary,** 2016)[17] على دور الإعلام الرقمي في تمكين الشباب بالهند، وتحريك الشباب نحو المشاركة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، واستخدمت الدراسة أداة المقابلة مع الطلاب الشباب، وأوضحت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت الشباب في تطوير مهاراتهم وقدراتهم، وتمكينهم من المشاركة في التنمية المستدامة من خلال فتح قنوات اتصال مباشرة مع مصادر المعلومات.

- **المحور الثانى: الدراسات التى عُنيت بدور الإعلام الرقمى في دعم المشاركة السياسية للشباب**

هدفت دراسة (**هانى نادي**، 2022)[18] إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، وأوضحت نتائج الدراسة تصدر موقع فيسبوك قائمة المواقع الأكثر استخداماً لدى الشباب، وأكدت وجود علاقة دالة إحصائيًا بين تعرض الشباب للشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية. وحللت دراسة (**إيمان شومان**، 2021)[19] دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التعبئة السياسية للشباب، والكشف عن دوافع استخدامها، وأوضحت نتائج الدراسة زيادة قدرة وسائل التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها فيسبوك، على التعبير السياسي وعملية المشاركة السياسية والاجتماعية، وتعزيز قيم الديمقراطية والحرية، وانخراط الشباب في الأحزاب السياسية. وبحثت دراسة (**Yiben Liu,** 2021)[20] في دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تعزيز المشاركة السياسية للشباب، وقياس العلاقة بين الحتمية التكنولوجية والبناء الاجتماعي، واختبرت الدراسة العلاقات المباشرة بين السمات التكنولوجية والفعالية السياسية للإنترنت، كما اعتمدت في جمع البيانات على أسلوب المجموعات البؤرية. وأوضحت النتائج أن السمات التكنولوجية لوسائل الإعلام، وبالتحديد (الأجهزة المحمولة "الذكية")، التي تستخدم الوسائط المتعددة والهجينة، تعمل على دعم إحساس الشباب بالفاعلية السياسية، وشملت تلك السمات: سهولة الوصول، والحداثة، وتحكم المستخدم، والتشعبية، والفورية، والملاءمة. وحددت دراسة (**وسام صلاح**، 2021)[21] تأثير الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للشباب، وأوضحت نتائج الدراسة أن فيسبوك من أكثر الوسائل التي يتعرض لها الشباب، حيث توفر مجالًا ديمقراطيًا للتعبير بحرية في النقاش السياسي عبر الإنترنت وزيادة الاهتمام بالقضايا والأحداث السياسية، وكان اعتقاد عينة الدراسة بتأثير الشائعات في مشاركة الشباب السياسية قويًا بنسبة موافقة بلغت 48.8%. بينما سعت دراسة (**ياسر سليمان**، 2021)[22] للتعرف على دور الإعلام الشبكي في تدعيم وتنمية الثقافة السياسية لدى الشباب، مع تحديد أهم مصادر الثقافة

السياسية للمبحوثين، وأوضحت نتائج الدراسة أن المبحوثين يتعرضون دائمًا لوسائل الإعلام الشبكي بنسبة 82.5%، وتُعد هذه الوسائل المصدر الأول لثقافتهم السياسية، وتمثلت أهم دوافع تعرض المبحوثين في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب، وتنمية المعلومات والأفكار السياسية، وأن غالبية أفراد العينة يعتبرون الثقافة السياسية هي مجمل الأفكار والمعتقدات حول المجال السياسي. وبحثت دراسة (**Haslina Halim, et al.,** 2021)[23] في دور وسائل التواصل الاجتماعي في إشراك الشباب في عملية صنع القرار السياسي، واستعانت بأداة الاستبانة بالتطبيق على عينة قوامها 476 من الشباب الماليزي تتراوح أعمارهم بين 18-35 عامًا، واختبرت الدراسة مفاهيم المشاركة السياسية والاهتمامات السياسية والمعرفة السياسية، وأوضحت نتائج الدراسة أن فيسبوك أبرز أداة للمشاركة السياسية عبر الإنترنت، ويعتمدون عليه للحصول على المعلومات ومناقشة الآراء، كما يسهم بشكل فعَّال في تعبئة الشباب، وتحقيق الفاعلية السياسية ودعم العملية الديمقراطية. واهتمت دراسة (**Franziska Marquart, et al.,** 2020)[24] بتحديد درجة اعتماد الشباب الدنماركي على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات السياسية، بالتطبيق على عينة من الشباب في المرحلة العمرية من 15- 25 عامًا قوامها 567 مبحوثًا، وتوصلت النتائج إلى اتجاه الشباب بدرجة متزايدة إلى منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، حيث توفر تلك المنصات تواصلًا مباشرًا بين السياسيين والمواطنين، ومن ثَمَّ تؤثر في المشاركة السياسية للشباب، حيث ألغت شبكة الإنترنت الوساطة السياسية، وفقدت الوسائل الإخبارية التقليدية نفوذها كمصدر للمعلومات بالنسبة للمواطنين من الشباب. وكشفت دراسة (**علاء عبد العاطى**، 2020)[25] عن العوامل التي تشكل ظاهرة الاستقطاب السياسي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب الجامعي، والعوامل المرتبطة بالأيديولوجيات السياسية، وأوضحت نتائج الدراسة أن فيسبوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب الجامعي لمناقشة القضايا السياسية، وجاءت دوافع متابعة العينة لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالشأن السياسي ممثلة في معرفة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية، والانخراط في الأحداث

السياسية التي تمر بها البلاد، كما اتضح اهتمام الشباب بالقضايا التي تتفق مع أجندة القيادة السياسية ووسائل الإعلام. وقد استهدفت دراسة (**نادية إبراهيم وهالة عبد الله**، 2020)[26] الكشف عن أهمية توظيف وسائل الإعلام الجديد في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب، وأوضحت نتائج الدراسة أن 80% من المبحوثين يعتمدون على وسائل الإعلام الجديد، وأن السبب يرجع إلى رغبتهم في الحصول على المعلومات، وأن ما نسبته 90% من المبحوثين يتفقون على أن تلك الوسائل لديها مصداقية بدرجة متوسطة، وأن 70% يرون مواقع التواصل الاجتماعي ذات تأثير إيجابي نحو القضايا السياسية. فيما سعت دراسة (**محمود حسن وعادل صادق وسحر وهبى**، 2020)[27] إلى التعرف على دور فيسبوك في المشاركة السياسية للشباب بصعيد مصر، وتوصلت إلى أن موقع فيسبوك أكثر المواقع التي تستخدمها عينة الدراسة، وأن الشباب على فيسبوك اكتفوا بالتعرف على القضايا السياسية ومتابعتها دون المشاركة والتفاعل معها. واهتمت دراسة (**Ida, Saud, and Mashud,** 2020)[28] بتحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الشباب في التعلم السياسي والمشاركة السياسية والفاعلية السياسية، واستعانت الدراسة بأداة الاستبانة الإلكترونية لجمع المعلومات من عينة قوامها 400 مبحوث بالتطبيق على الشباب في باكستان خلال الانتخابات العامة 2018، وإندونيسيا خلال الانتخابات الوطنية 2019، وأشارت النتائج إلى أن الشباب استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي لمناقشة المسائل السياسية ولتوعية الجمهور من أجل تغيير الأوضاع السياسية في كلا البلدين، وأن الشباب من جيل الألفية أسهم بشكل ملحوظ في الخطاب السياسي. وناقشت دراسة (**Arpannudin & Aulia ,** 2019)[29] كيف يسهم الإعلام في بناء اتجاه المواطن نحو المشاركة الديمقراطية، وأوضحت النتائج تأثير تعرض الطلاب لوسائل الإعلام المختلفة (الصحف والراديو والتلفزيون) في المشاركة في المناقشات السياسية حول قضايا المواطنة والديمقراطية، كما تساعد وسائل الإعلام في تعلم الديمقراطية من خلال تطوير فهم الأفراد الديمقراطية، ومعنى المشاركة المستنيرة، ومدى استعداد الفرد للتحول للديمقراطية للدخول في حوار مجتمعي، حيث يجب تضمين المواقف الديمقراطية في عملية التنشئة السياسية. واهتمت دراسة (**بشرى السنجري**،

وسينهات الداوودي، 2019)[30] بالكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي، حيث ساعدت في تكوين الآراء والاتجاهات حول بعض القضايا والموضوعات المهمة، مثل المشاركة بالانتخابات، وتميزها بتحقيق التواصل والحوار مع الشباب وإقناعهم بأهمية مشاركتهم السياسية. وقد اهتمت دراسة (**Ahmad, Alvi, and Ittefaq,** 2019)[31] باختبار العلاقة بين تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي والمشاركة السياسية والوعي السياسي، بتطبيق استبانة على عينة قوامها 200 مفردة من الطلاب الجامعيين بباكستان، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن تفاعل الشباب كبير عبر وسائل التواصل الاجتماعي للمشاركة في الأحداث السياسية عبر شبكة الإنترنت وخارجها، وأنها أسهمت في رفع الوعي السياسي من خلال التعرض لمواقع الويب السياسية ومدونات القادة السياسيين والمرشحين المحليين، وأن اهتمام الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 24 و28 سنة بالمشاركة السياسية عبر الإنترنت أكثر مقارنة بالطلاب الذين تبلغ أعمارهم 18 إلى 23 سنة عامًا. وتناولت دراسة (**صفا عثمان**، 2018)[32] طبيعة دور شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الشباب المصري ودفعه للمشاركة السياسية، وأوضحت نتائج الدراسة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على متابعتها فيسبوك بنسبة 51.1%، وبالنسبة للتفاعلية السياسية والنشاط السياسي الافتراضي عبر مواقع فإن 60% من العينة يمارسون حقهم في كتابة التعليقات. واهتمت دراسة (**Mohammad Ehsan,** 2018)[33] بمعرفة دوافع المشاركة السياسية غير الانتخابية بين الشباب البريطاني، بالتركيز على تبادل الرسائل السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بتطبيق استبانة على 1351 مبحوثًا في المرحلة العمرية من 18 حتى 30 عامًا، وأوضحت النتائج وجود علاقة دالة بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين وشكل المشاركة السياسية، حيث كان المبحوثون ذوو المستوى التعليمي المرتفع يميلون للمشاركة السياسية من خلال التوقيع على عريضة مطالبة ومشاركة رسائل سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وطُبقت دراسة (**Ashley Lee,** 2018)[34] على الشباب في كمبوديا لاختبار استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا العامة وتشجيع المشاركة السياسية، باستخدام

أداة المقابلة المتعمقة مع 30 شاباً من المنتمين إلى المنظمات الشبابية والمدنية، تتراوح أعمارهم بين 18 و31 عاماً، وأوضحت النتائج أن غالبية المبحوثين يستخدمون موقع Facebook لتحقيق أهدافهم المدنية والسياسية، وللمشاركة السياسية خارج حدود المؤسسات العامة التقليدية، ومن القضايا التي ناقشوها: الحكم الديمقراطي، والثقافة الديمقراطية، والعملية الانتخابية. وسعت دراسة [35] **,,Kim, Russo and Amna** (2017) لتحديد العلاقة بين المشاركة السياسية عبر الإنترنت وخارجه بين الشباب، بالاعتماد على نموذج mass media information paradigm، كما اهتمت بالبحث في دور شبكة الإنترنت في الحياة السياسية للشباب، وكيفية ارتباط المشاركة السياسية عبر الإنترنت بنظيرتها غير المتصلة بالإنترنت، وأشارت النتائج إلى الإمكانات الإيجابية للمشاركة السياسية عبر الإنترنت في حياة الشباب السياسية، ويختلف تأثيرها بين المراهقين والشباب، حيث تعزز وتسهل دخول المراهقين إلى أشكال الممارسة السياسية، والسماح للشباب بممارسة نفوذهم بشكل أكبر في النقاشات والمشاركة في الأنشطة السياسية على أرض الواقع، وأوضحت النتائج أن الإعلام الرقمي له دور إيجابي في تعزيز المشاركة السياسية للشباب وممارستهم لأنشطة سياسية، وأن درجة المشاركة السياسية تختلف وفقًا لدرجة التنمية بالمجتمع. وبحثت دراسة **Patrick Readshaw,** (2017)[36] في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للشباب، وكذلك في مواقفهم واتجاهاتهم السياسية من أجل تحقيق التمكين السياسي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة بالتطبيق على الشباب البريطاني من الفئة العمرية 18- 25عاماً، وأوضحت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي مثل Twitter تمتلك القدرة على تسهيل المشاركة السياسية للشباب ودعم تمكينهم سياسيًّا، بما يتجاوز ما حققته وسائل الإعلام التقليدية البريطانية، ووجود تحول في مفاهيم الشباب للسياسة والسلوكيات السياسية التقليدية، مثل التصويت وعضوية الأحزاب. ورمت دراسة (**مريهان عبد الموجود، وآخرون** 2017)[37] إلى التعرف على دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في المشاركة السياسية للشباب الجامعي المصري، وأوضحت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين ونوع النشاط

السياسي للشباب خارج الجامعة. ومن الدراسات التي طبقت على الشباب الجزائري دراسة (**بثينة حمدي**، 2017)[38]، التي حددت دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية إمداد الشباب الجامعي بالمعرفة السياسية، وأظهرت نتائج الدراسة استحواذ موقع فيسبوك على أكبر نسبة تفضيلات بين المبحوثين بنسبة بلغت 61.49%، يليه يوتيوب، واعتمد المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية، فنسبة 63.33% من المبحوثين يطلعون "أحيانًا" على الأحداث السياسية. ومن الدراسات التي طُبقت على الشباب بالمغرب دراسة (**رضوان قطبى**، 2017)[39]، التي سعت لمعرفة مدى إسهام استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي في التأثير في المشاركة السياسية في الانتخابات، وأظهرت النتائج إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في التعبئة نحو القضايا المتعلقة بالحريات والحقوق العامة، وأنها عملت على تلبية إشباعاتهم السياسية وتشكيل الوعي السياسي وتشكيل رؤيتهم واتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية والانتخابية. ورصدت دراسة (**محمد جاد المولى**، 2017)[40] تأثير إعلام الموبايل في المشاركة السياسية للشباب، في إطار إعادة رسم مفهوم المشاركة السياسية المتنقلة، وأوضحت نتائج الدراسة أن 81.25% من المبحوثين يستخدمون إعلام الموبايل أداة للمشاركة السياسية، وفي مقدمته (فيسبوك، وتويتر، وجوجل بلس)، وترجع أسباب ذلك إلى التفاعل مع النخبة، وتنمية المعارف والمعلومات السياسية. أما بالنسبة للأنشطة السياسية للشباب فتمثلت في الإدلاء بالصوت في الانتخابات، وحضور الندوات السياسية. وبحثت دراسة (**Pop, Ham and Bilandzic,** 2017)[41] في استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية بتطبيق استبانة على الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 15 إلى 29 عامًا، وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام فيسبوك للوصول للمعلومات السياسية ومناقشتها كان له تأثير إيجابي في النية للمشاركة السياسية، وأن تويتر كان له تأثير كبير في المشاركة السياسية في الفضاء الإلكتروني فقط. وسعت دراسة (**Shelley Boulianne,** 2016)[42] لبحث تعرض الشباب للأخبار عبر الإنترنت واتجاهاتهم نحو المشاركة المدنية والسياسية، وتأثير مواقع الإنترنت في الوعي المدني للشباب، بالتطبيق

على 875 طالبًا بالجامعات الكندية، وأوضحت نتائج الدراسة وجود تأثيرات غير مباشرة لوسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة في الحياة المدنية والسياسية، وأثبتت تأثير الأخبار عبر الإنترنت في درجة الوعي المدني. وسعت دراسة (**نجلاء فهمى**، 2016)[43] للتعرف على دور الإعلام الجديد في التأثير في المنظومة القيمية للشباب المصري، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن موقعي التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر احتلا المرتبة الأولى، وزيادة تأثير الإعلام الجديد في قيمتي "المشاركة المجتمعية، والمشاركة السياسية" بوصفهما من أهم القيم التي اكتسبها الشباب نتيجة اعتماده على الإعلام الجديد في عملية التواصل الاجتماعي. واهتمت دراسة (**سامح الشريف، وشريف درويش اللبان**، 2016)[44] برصد وتحليل وتفسير استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية ودورها في تشكيل الاتجاهات السياسية لهم، وأوضحت نتائج الدراسة أن المواقع الاجتماعية التي يفضل المبحوثون متابعتها هي فيسبوك بنسبة 92.8%، يليها يوتيوب ثم تويتر، وجاء الإدلاء بالصوت في الانتخابات في صدارة الأنشطة السياسية التي شارك فيها المبحوثون من الشباب المصري بنسبة 52.9%، وأكدت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية ومستويات مشاركتهم السياسية. وطُبقت دراسة (**Yang and DeHart,** 2016)[45] على الشباب الجامعي الأمريكي وقت انتخابات 2012 للتحقيق في العوامل النفسية والسلوكية المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي، التي تنبأت بمشاركتهم السياسية عبر الإنترنت، وأظهرت النتائج وجود علاقة بين الاستخدام السياسي لوسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية عبر الإنترنت، نظرًا لشعورهم بالحرية في مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية. ورمت دراسة (**علياء كامل**، 2015)[46] لمعرفة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في وعي الشباب في المشاركة السياسية، وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب أكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي، وينشئون مجموعات شبابية على هذه المواقع يتبنون فيها قضية ما ليعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدامهم مهارات التواصل والمناصرة والضغط. ومن الدراسات التي طُبقت على الشباب الفلسطيني دراسة (**عبد الناصر قاسم**، 2015)[47]، حول دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب

الفلسطيني في القضايا السياسية، وأشارت الدراسة إلى أن نسبة 56.14% من الشباب الفلسطيني استطاعت مواقع التواصل تنمية مشاركتهم في القضايا السياسية، وأن فيسبوك كان من أكثر مواقع التواصل الإلكتروني استخداماً بنسبة 96.5%، يليه موقع يوتيوب، ثم تويتر، وجوجل بلس، والمدونات. وكشفت دراسة (**علا عامر**، 2015)[48] عن دور وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية لطلاب الجامعات المصرية، بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية 2015، فأوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة بين اعتماد طلاب الجامعة على وسائل الإعلام الرقمية والمعرفة السياسية لديهم، وأن المعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمية ليست سبباً كافياً لتغيير الموقف نحو القضايا السياسية، وأن أكثر الحاجات التي تلبيها وسائل الإعلام الرقمية لطلاب الجامعة تتمثل في الحصول على معلومات عن الحياة السياسية، والتنفيس بحرية عن الآراء. واهتمت دراسة (**Wojcieszak and Smith,** 2014)[49] بمشاركة الشباب الإيراني في الانتخابات ومدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية عبر الإنترنت في تشكيل تصوراتهم حول فاعليتهم السياسية، وأوضحت نتائج الدراسة أن الإنترنت كانت أهم مصادر الأخبار بالنسبة لعينة الدراسة، وأن أقل مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بين الشباب هو "تويتر"، ووجود علاقة بين المناقشات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأداء سلوك المواطنة performance of citizenship. فيما سعت دراسة (**أمل خطاب**، 2013)[50] لمعرفة طبيعة وحدود تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى مشاركة الشباب المصري بالريف والحضر بالواقع المجتمعي، وفي ترويج الأفكار تجاه بعض قضايا الشأن العام، وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع مشاركة شباب الحضر عن الريف في الفعاليات المتعلقة بقضايا مجتمعه، وفي الانضمام لحزب سياسي أو منظمة مجتمع مدني، وفي حضور ندوات تناقش قضايا الشأن العام.

- **المحور الثالث: الدراسات التى عُنيت بدور وسائل الإعلام الرقمى في دعم قيم المواطنة لدى الشباب**

ركَّزت تلك الدراسات على شبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص من بين وسائل الإعلام الرقمي الأخرى، في سبيل الكشف عن العلاقة بين التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة. ومن الدراسات التي طُبقت على الشباب المصري دراسة (**صبري خالد**، 2021)[51]، التي استهدفت الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي، ودوافع استخدامهم لها، وأوضحت نتائج الدراسة أن موقع فيسبوك جاء في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب عينة الدراسة في متابعة قضايا المواطنة التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي، وجاء حرص العينة على متابعة قضية حرية الانتماء السياسي للأحزاب في المركز الأول، يليها المساواة والعدالة الاجتماعية، ثم الحق في الضمان الاجتماعي. وكشفت دراسة (**Clovis Bergère,** 2020)[52] عن دور منصات وسائل التواصل الاجتماعي، ممثلة في Facebook وTwitter، في تعزيز المواطنة لدى الشباب في غينيا، وأوضحت النتائج أن الخطاب المهيمن داخل المجال العام في غينيا لا يعتبر تفاعل الشباب السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي يرقى ليكون مشاركة سياسية، وأوصت الدراسة بضرورة التعامل مع الممارسات الرقمية الناشئة للشباب الغيني على أنها مشاركات سياسية منتجة تدعم قيم المواطنة الرقمية، وأن التقنيات الرقمية تؤدي دوراً في تشكيل الآفاق السياسية للشباب الأفارقة. فيما اهتمت دراسة (**عبد الوهاب السلمى**، 2020)[53] بالشباب السعودي، وحددت طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتعزيز قيم المواطنة الرقمية لديهم، وكشفت نتائج الدراسة عن إسهام استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الفخر والانتماء للوطن بنسبة (79.2%)، كما أسهمت في زيادة هامش حرية الرأي والتعبير، وأن استخدام الشباب الجامعي لتلك المواقع جعلهم يرفضون فكرة مظاهر التعصب القبلي والجهوي. وبحثت دراسة (**Daniel Lane,** 2019)[54] في أهمية التعبير عن الآراء السياسية للمواطنين الشباب وعلاقتها بالتغييرات التكنولوجية والمجتمعية، ومدى قدرة

وسائل التواصل الاجتماعي على تسهيل أساليب التعبير السياسي، كونها تعمل على تشكيل هويات الشباب السياسية وتشجيعهم على التعبير، واستخدمت الدراسة أداتي المقابلة والاستبانة، بالتطبيق على الشباب من مستخدمي تطبيق Yik Yak. وأوضحت نتائج الدراسة اختلاف المبحوثين في الاتجاه نحو قواعد المواطنة الديمقراطية بناءً على الخصائص الديموغرافية أو المواقف السياسية، وأن التعبير السياسي تشكَّل جزئيًّا من خلال الهويات الاجتماعية والمواقف السياسية لكل مستخدم. أما دراسة (**خالد منصر**، 2018)[55] فقد اهتمت بالتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، وأظهرت نتائج الدراسة أن موقع فيسبوك يعد الأكثر استخداماً بين عينة الدراسة، وقد أسهمت الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية كونها تزيد من مساحة الحريات العامة والحقوق الإنسانية، وتوفر بيئة للحوار وتعزز من قيم الانتماء الوطني. وسعت دراسة [56] (**Mohamed El Marzouki,** 2017) إلى استكشاف دور المحتوى التشاركي في تشكيل الهوية السياسية والثقافية لدى المستخدمين في المغرب، وماهية ممارسات الشباب عبر وسائل الإعلام الرقمية من أجل التغيير الاجتماعي والسياسي، وأوضحت نتائج الدراسة أن شبكة الإنترنت كانت مساحة لممارسة المواطنة الرقمية، وأسهمت في التغيير الاجتماعي من خلال إنتاج الفيديوهات والمحتوى التشاركي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. واستهدفت دراسة (**محمد عبد البديع**، 2016)[57] التعرف على مفهوم المواطنة الرقمية ودور وسائل الإعلام الجديدة في دعمها بالتطبيق على طلاب الجامعات، وأوضحت نتائج الدراسة أنه كلما زاد استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديدة تعمق لديهم مفهوم المواطنة الرقمية، وأن غالبية العينة ترى أن المواطنة هي مسؤولية المواطن في المشاركة بدور ما في الشئون العامة. وسعت دراسة [58](**Malin Sveningsson,** 2015) لبحث استخدام الشباب السويدي وسائل الإعلام لتوجيه أنفسهم والاندماج والتفاعل، ومدى اهتمام الشباب بالقضايا المدنية والسياسية، واعتمادهم على مصادر الاخبار المختلفة، وفي مقدمتها Facebook وTwitter، كمصادر للأخبار حول الشؤون العامة، ويستخدم المشروع نهجًا نوعيًّا متعدد الأساليب يتضمن مذكرات إعلامية، ومقابلات شبه منظمة،

ومجموعات بؤرية مع 26 طالبًا من طلاب المدارس الثانوية السويدية. وأوضحت النتائج أن التعرض للأخبار كان مرتبطًا ارتباطًا وثيقًا بفكرة أن تكون مواطنًا "صالحًا"؛ لكن نظرًا لأن المشاركين لم يعتبروا أخبار وسائل التواصل الاجتماعي "أخبارًا حقيقية"، فقد تأثرت صورتهم عن أنفسهم كمواطنين. وأوضحت دراسة **Robert Wicks, et al.,** (2014)[59] أن مؤسسات التنشئة الاجتماعية أدت دورًا كبيرًا قبل الانتخابات الأمريكية 2012، وفي مقدمتها وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، حيث طوَّر الشباب مواقف حول المواطنة وشاركوا في الأنشطة السياسية عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وأتى الشباب المنخرطون سياسيًّا من أسر ذات دخل عالٍ، وهم مهتمون بمناقشة الأخبار السياسية، واتخذوا سلوكًا يدعم المشاركة المجتمعية، ومنخرطون في الأنشطة السياسية عبر الإنترنت. واهتمت دراسة **Amelia Johns,** (2014)[60] ببحث دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية والمدنية للشباب المسلم في المجتمعات الغربية، وطبقت الدراسة مفهوم Isin and Neilsen "أفعال المواطنة" لتقييم مدى تأثير هذه الممارسات عبر الإنترنت في إنتاج أشكال جديدة للمواطنة، وأوضحت نتائج الدراسة أن الإنترنت وفَّرت لهم ساحة عامة للمواطنة ومساحة تشاركية للتفاعل مع مواطنين آخرين. وقد عُنيت دراسة **Hernández, et al.,** (2013)[61] بتحليل المحتوى التشاركي الذي قدمه الشباب الإسباني عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية تفاعلهم معه، وأثره في تشكيل مواطنة رقمية مستنيرة لديهم، وقد استخدمت الدراسة منهجية دراسة الحالة المتعمقة، وأداتي الملاحظة والمقابلة، كما جمعت المعلومات من الشبكات الاجتماعية (Twitter وFacebook و n-1 وTuenti)، وأكدت النتائج شعور الشباب بالمواطنة الديمقراطية، وتوسيع علاقاتهم التواصلية لخلق معانٍ جديدة للقضايا الاجتماعية والسياسية، وليسهموا بآراء جديدة للتربية المدنية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يُلاحظ قلَّة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت قضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، بوصفها أحد محاور التنمية داخل المجتمعات التي تسعى لتحقيق الاستدامة والإصلاح.

- بالنسبة للحجم، يُلاحظ من حيث العينة بشكل عام، أنها تراوحت ما بين 200 إلى 460 مبحوثًا، حيث طُبقت دراسة فكري (2021) على عينة قوامها 200 مبحوث، بينما طُبقت دراسة منى طه (2019) على 300 مبحوث، وبلغ حجم العينة ما بين 370 حتى 460 مبحوثًا من الشباب؛ كما في دراسة أحمد الزهراني ودعاء سالم (2018)، ودراسة أحمد سامي (2018)، ودراسة أسامة المدني (2018)، ودراسة عبد الناصر قاسم (2015)، ودراسة (Sarrica et al., 2010). بينما اعتمدت دراسة نادية إبراهيم وهالة عبد الله (2020)، ودراسة إيمان شومان (2021)، ودراسة (2018) Ashley Lee، على عينة قوامها 30 مبحوثًا من الشباب، أما دراسة (2014) Robert Wichs فاعتمدت على عينة قوامها 876 مبحوثًا، وطُبقت دراسة Renström, Aspernäs, and Bäck (2017) على عينة قوامها 2034 مبحوثًا، ودراسة (Wojcieszak and Smith, 2014) على عينة قوامها 2800 طالب جامعي، أما عينة المبحوثين بدراسة (2016) Yang and DeHart فبلغت 4556 طالبًا جامعيًّا.
- أما من حيث الفئة العمرية لعينة الدراسة الميدانية، فاتفقت الدراسات على أن فئة الشباب تمثل المرحلة العمرية من 18 حتى 35 عامًا، كما في دراسة صبري خالد (2021)، ودراسة سامح الشريف، وشريف اللبان (2016)، ودراسة نجلاء فهمي (2016)، ودراسة (علياء كامل، 2015)، ودراسات أخرى طُبقت على الفئة العمرية من 18 إلى 22 عامًا، مثل دراسة (2019) Daniel Lane. أما دراسة (2015) Malin Sveningsson فطُبقت على طلاب المدارس الثانوية الذين تتراوح أعمارهم ما بين 17 حتى 18 سنة.
- دراسات وصفية استعان أغلبها بمنهج المسح بالعينة، واستخدمت أداة الاستبانة بجانب أداة المقابلة لجمع البيانات من عينة عمدية، مثل دراسة محمد جاد المولى (2017)، ودراسة (2019) Daniel Lane ودراسة Sarrica et al. (2010)، وبعضها اعتمد على عينة عشوائية كما في دراسة إيمان شومان (2021)، بينما استخدمت دراسة (2018) Ashley Lee عينة كرة الثلج.

- من الدراسات التي طبقت نظرية المجال العام والمجال العام الافتراضي دراسة صبري خالد (2021)، ودراسة نجلاء الجمال (2018)، ودراسة خالد منصر (2018)، ودراسة Amelia Johns (2014)، وجميعها عُنيت بالهوية وقيم المواطنة لدى الشباب، وعُنيت دراسة لامان محمد، وسمر أحمد (2017) بدور الشباب في التنمية، أما دراسة علاء عبد العاطي (2020)، ودراسة ياسر سليمان (2021) فكان اهتمامهما بالمشاركة السياسية.
- استفادت الدراسات السابقة من نظريات أخرى، شملت نظرية الأطر الخبرية، مثل دراسة دعاء فكري (2021)، ونظرية التسويق الاجتماعي في دراسة منى طه (2019)، ونظرية الاستخدامات والإشباعات في دراسة وسام صلاح (2021) ودراسة رضوان قطبي (2017)، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، مثل دراسة علا عامر (2015)، ونظرية الشبكات Network Theory في دراسة إيمان شومان (2021)، واستخدمت دراسة هاني عبد المقصود (2022) نظرية تأثير الشخص الثالث، أما دراسة (صفا عثمان، 2018) فاعتمدت على نموذج الاستخدامات والتأثيرات، ودراسة سامح الشريف، وشريف اللبان (2016) استخدمت المدخل الشامل للاتجاه. وبعض الدراسات دمج بين مداخل نظرية مختلفة، كدراسة (بثينة حمدي، 2017) التي استخدمت نظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام والمداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد، ومدخل ثراء الوسيلة، ونظرية الاستخدامات والإشباعات، ودراسة (نجلاء فهمي، 2016) التي وظَّفت نظرية المجال العام، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الحضور الاجتماعي.

الإفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثة في:

1- معرفة كيفية تناول الدراسات السابقة لدور وسائل الإعلام الرقمي في إمداد الشباب بالمعرفة السياسية، والحث على المشاركة السياسية والمجتمعية؛ إيمانًا بدورهم في تحقيق التنمية وأهمية غرس قيم المواطنة فيهم، في ضوء ما يمكن أن

تضيفه الدراسة الحالية لتلك الأدبيات، فإن الدراسة تركز على قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، وهو مفهوم أشمل لعديد من الجوانب التي تفترض الإسهام الفاعل من الشباب في المجتمع.

2- صياغة الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة الحالية، من صياغة الأهداف والفروض والتساؤلات الخاصة بموضوع الدراسة، وتحديد المنهج المستخدم والأدوات، وكيفية صياغة أسئلة الاستبانة، والمقاييس المستخدمة.

3- تحديد الأطر النظرية والمعرفية المستخدمة في الدراسة بما يخدم أهداف الدراسة وموضوعها، مستفيدة من الإسهامات التي قدمتها الأدبيات السابقة فيما يتعلق بتوظيف نظرية المجال العام ونظرية المجال العام الافتراضي، لبحث أدوار الوسائل الرقمية وتأثيراتها المعرفية والسلوكية في الشباب.

4- تحديد مجتمع العينة، والمرحلة العمرية التي تستهدفها الدراسة استناداً لما قدمته الأدبيات السابقة في مجال الدراسات الميدانية المستهدفة للشباب في المرحلة العمرية التي تراوحت ما بين 18 حتى 35 عاماً، إلا أن الدراسة الحالية تتفق مع دراسة ياسر سليمان (2021)، ودراسة مريهان عبد الموجود وآخرين (2017) في التطبيق على عينة قوامها 400 مبحوث مستهدفة المرحلة العمرية من 18 إلى أقل من 30 عاماً.

مشكلة الدراسة:

تركز اهتمام القيادة المصرية -منذ عام 2014- على تأهيل الشباب والعمل على التواصل المستمر بين الدولة والشباب، وأعلن الرئيس عبد الفتاح السيسي عام 2016 عاماً للشباب المصري ليكون بداية البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة، ومن ثَم انطلقت المؤتمرات الوطنية، وبرامج تأهيل الشباب للقيادة من خلال الأكاديمية الوطنية للتدريب، والحوارات المفتوحة بين الرئيس والشباب، ومنتدى شباب العالم، إضافة إلى تنسيقية شباب الأحزاب والسياسيين. وحازت تلك الفعاليات انتباه وسائل الإعلام الرقمية وسادت النقاشات حول المشاركة السياسية والاجتماعية للشباب، ودور الشباب في خطط التنمية المستدامة ممثلة في رؤية مصر 2030، وتناولت تلك الوسائل التي

تحظى بمتابعة غالبية الشباب قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، ودوره في المشاركة السياسية والاجتماعية وفي صياغة خطط التنمية، ودور الإستراتيجيات التي تتبناها الدولة من أجل إعداد الشباب، ليس فقط للمشاركة في إعداد وصياغة القرارات والسياسات العامة، بل لتمكين الشباب من تقلد المناصب العامة والسياسية والإدارية والقيادية. ومن هنا ظهرت الحاجة إلى دراسة دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، وتحديد درجة وعيهم بآليات التمكين وإستراتيجياته وأبعاده المختلفة، ومن ثَم يمكن صياغة المشكلة البحثية في السؤال الآتي: ما علاقة تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية ببناء تصوراتهم وتوقعاتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي؟

أهمية الدراسة:

1- تأتي الأهمية العلمية للدراسة الحالية -بعد مراجعات التراث العلمي- لكونها دراسة استطلاعية وصفية اهتمت بالربط بين التعرض لوسائل الإعلام الرقمية والتوقعات المستقبلية لدى الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، وتُعد من الدراسات العربية النادرة، حيث عُنيت أغلب الدراسات السابقة في المجال الإعلامي بقضية تمكين المرأة، وأغفلت أهمية دراسة قضية تمكين الشباب.

2- كما تكمن أيضاً أهمية الدراسة في توظيفها لإطارين نظريين، هما: نظرية المجال العام، ونظرية التوقعات الاجتماعية، وتسعى من خلالهما إلى الخروج بنتائج تُعد مؤشراً عن مدى فاعلية وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، ومؤشراً أيضاً لمدى قدرة الدولة المصرية في ريادة مجال تمكين الشباب عربيًّا وإفريقيًّا.

3- تناقش الدراسة إحدى القضايا التي على رأس أولويات القيادة السياسية المصرية، ومن ثَمَّ فمن الأهمية دراسة الجمهور المستهدف من الجهود التي تبذلها الدولة في إرساء مبادئ وأسس التمكين للشباب، وذلك من خلال البحث الميداني

للتعرف على معارف الشباب واتجاهاتهم وتصوراتهم نحو إستراتيجيات التمكين، ومدى تبنيهم لسلوكيات فعلية تدعم ممارسات التمكين سياسيًّا واقتصاديًّا.

4- حرص الدولة المصرية بشكل عام على إشراك جميع فئات المجتمع وتمثيلهم في خطط التنمية المستدامة من خلال رؤية مصر 2030، وبشكل خاص الشباب؛ لما تؤمن به من أهمية تسخير قدرات الشباب وطاقاتهم في تنمية المجتمع، وضرورة مشاركتهم في صنع واتخاذ القرارات والسياسات العامة.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة الحالية في الكشف عن ماهية العلاقة بين تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية وبناء تصوراتهم وتوقعاتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، وتتمثل الأهداف الفرعية في:

1- التعرف على معدل تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي المتعلق بقضية التمكين السياسي والاقتصادي، وأشكال التفاعل معه.

2- التعرف على الوسائل الرقمية التي يتعرض لها الشباب المصري في متابعة قضية التمكين السياسي والاقتصادي.

3- الوقوف على طبيعة دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم تمكين الشباب سياسيًّا واقتصاديًّا.

4- الكشف عن مدى معرفة الشباب المصري بأبعاد التمكين السياسي والاقتصادي.

5- تحديد درجة وعي الشباب بإستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي التي تنفذها الدولة المصرية.

6- تحديد الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة التعرض للمحتوى السياسي المتعلق بقضية التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية.

7- قياس مستويات التوقعات لدى الشباب عن مستقبل تمكينهم سياسيًّا واقتصاديًّا.

8- الربط بين درجة الوعي بإستراتيجيات تمكين الشباب سياسيًّا واقتصاديًّا ومستوى التوقعات لدى الشباب المصري عن التمكين.

9- تفسير العلاقة بين تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمية وتصوراتهم عن مستقبل تمكينهم سياسيًّا واقتصاديًّا.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أولًا: تساؤلات الدراسة

يتمحور التساؤل الرئيس للدراسة الحالية حول "الكيفية التي ساعد فيها التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية في بناء تصورات الشباب المصري عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي"، ويندرج تحت هذا التساؤل عددٌ من التساؤلات الفرعية، تتمثل في الآتي:

1- ما معدل متابعة الشباب عينة الدراسة للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية؟

2- كيف يتفاعل المستخدمون مع المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية؟

3- ما وسائل الإعلام الرقمية التي يتعرض لها الشباب في متابعة قضية تمكينهم سياسيًا واقتصاديًا؟

4- ما دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم تمكين الشباب سياسيًّا واقتصاديًّا؟

5- ما مدى معرفة الشباب بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي؟

6- ما درجة وعي الشباب بإستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي التي تنفذها الدولة المصرية؟

7- ما الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية؟

8- ما توقعات الشباب المصري عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي؟

9- ما مستوى توقعات الشباب المصري عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي؟

ثانيا: فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين معدل التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية وكل من (معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، ودرجة الثقة في الوسيلة، ودرجة الوعي بمفهوم

التمكين السياسي والاقتصادي، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ومستوى التوقعات لدى المبحوثين).

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين وكل من (معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ودرجة الثقة في المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسي والاقتصادي).

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائيًّا في (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي- درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي) وفقًا للمتغيرات الديمغرافية.

الإطار النظري للدراسة:

يتمثل الإطار النظري للدراسة في: نظرية المجال العام، مع التركيز على المجال العام الافتراضي من أجل تحديد دور المناقشات بين أفراد العينة حول قضية التمكين السياسي والاقتصادي، ونظرية التوقعات الاجتماعية بوصفها إحدى النظريات الاجتماعية التي من خلالها تكمن قدرة التوقعات الاجتماعية على التأثير في الاتجاهات والسلوكيات للمبحوثين، وأهمية وسائل الإعلام وتأثيرها في التصورات المستقبلية، وتطبيقها على القضايا السياسية والاقتصادية، حيث تسعى الدراسة لمعرفة دور الإعلام الرقمي الذي يقدم محتوى سياسيًّا متعلقًا بقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب. وتمثل المداخل النظرية سالفة الذكر إطاراً حددت من خلاله الدراسة آلية صياغة أداة الدراسة بما يحقق الفروض النظرية، ويخدم أهداف الدراسة.

أولاً: نظرية المجال العام Public Sphere Theory:

تَمكَّن يورغن هابرماس (Jürgen Habermas) -خلال دراسته للمجتمع الأوربي بوجه عام، والألماني على وجه الخصوص- من إنتاج مفهوم "المجال العام Public Sphere"، المرتبط بمفاهيم الرأي العام والمشاركة السياسية والمجتمع المدني[62]، فهو تلك الدائرة التي تتوسط بين الدولة والمجتمع المدني لتأسيس وبناء نظام ديمقراطي، وهو

أيضًا تلك المساحة المتاحة في النقاش العام العقلاني بين أفراد المجتمع لصياغة رأيٍ عامٍّ يتبادلون فيه وجهات النظر حول المسائل المتعلقة بالصالح العام (Public good)، ومن ثَم يُعد فضاءً رمزيًّا يتكون عبر الزمن يعكس الممارسة الديمقراطية ويوفر الشعور بالمشاركة السياسية[63]. وأولى هابرماس اهتمامًا أيضًا بأدوار الصحافة والنشر في تشكيل المجال العام في إنجلترا في القرن الثامن عشر، إلا أنه تبنى ما أسماه بالمنعطف اللغوي (The Linguistic Turn)، باعتبار اللغة الوسيط الرئيس لتحقيق مبدأ الهُوية والتعامل داخل المجتمع وتحقيق الإقناع داخل المجال العام[64]، ووفقًا لهابرماس، فإن وسائل الإعلام متحكمة فيها، إلا أنها تتدخل بقوة في صناعة الثقافة[65]. ويُعد تعبير الأفراد عن اهتماماتهم ومشكلاتهم وحاجاتهم أبرز تطلعات المجال العام، حين ينخرط المشاركون في التفاعل والتفكير المتبادل بحرية[66]. وللمجال العام أهمية للمجتمعات الحديثة، لأنه بمثابة منتدى للتواصل الجماعي مع القضايا العامة، ويسمح للمواطنين بالاطلاع على التطورات المجتمعية ومراقبة النخب السياسية والاقتصادية وغيرها، لذا فقد صاغ عديد من العلماء نظريات معيارية تصف كيفية هيكلة المجال العام من أجل تحقيق هذا الدور بشكل مثالي[67]. وغلب على تصور هابرماس عن المجال العام طابع الحوار الشخصي وجهًا لوجه، الذي يتطلب حضور المتحاورين جميعًا في مكان واحد، وهو ما يشكل استحالة لوجود مجال عام في العصر الحاضر، حيث خلقت وسائل الإعلام الجديدة مجالًا عامًّا ذا طبيعة تكنولوجية[68]. وقد ارتبط تطور المجال العام كمفهوم وممارسة بالتطورات الهيكلية والتنظيمية للدولة، وكذلك الممارسات السياسية والثقافية للمجتمع والدولة الديمقراطية. كما تُعد الشبكات الاجتماعية الرقمية فضاءً رمزيًّا يسمح بإرساء نموذج متطور للمجال العام، ويُسهِم في إرساء نمط خطابي وحواري جديد قائم على حرية الوصول والمشاركة وتساوي الفرص بين أعضاء النقاش؛ إذ تبقى طبيعة المشاركة في هذا المجال، ومدى فاعليتها وتحقيقها لشرط العقلانية من أهم التحديات التي تواجه المجال العام الرقمي[69]، على الرغم من أن وسائل الإعلام الرقمية اليوم تخلق حالة من الحوار بما يتيح تأثيرًا أكبر في القضايا العامة والسياسية، لما تمتلكه من إمكانيات تكنولوجية عالية خلقت مجالًا للمناقشة والحوارات ذات الطابع السياسي

التي تخلق حالة من الجدل بين الجمهور؛ ومن ثَمَّ ظهرت مصطلحات مثل المجال العام الإلكتروني Electronic Public Sphere، والمجال العام الرقمي Digital Public Sphere، بوصفها عملية تفاعلية تتم بين المواطنين خلال المجالات الخطابية عبر استخدام وسائل الإعلام الجديد، ممثلة في تفاعل المواطنين مع بعضهم، وتفاعل المواطنين مع وسائل الإعلام الجديدة[70]. وعليه، فلا بُدَّ من الاهتمام باختبار دور الإعلام الرقمي في تحقيق النشاط التواصلي العقلاني، حيث انطلقت قضايا النظرية للمجال العام والفعل التواصلي عند هابرماس لتحليل الدور الفعلي للإعلام التقليدي والرقمي، سواء في تداول الهيمنة الفكرية وتأمينها للقوى المسيطرة في المجتمع، أو في إتاحة النقاش الحر مع ضرورة النظر في أخلاقيات الخطاب المُقَدَّم عبر المجال العام الافتراضي[71]. إن بنية الاتصال عبر الإنترنت مختلفة بشكل أساسي عن وسائل الإعلام القديمة، حيث يقل دور المؤسسات الإعلامية، ويكون الفاعلون فيه ذوو الموارد الأقل، مثل المنظمات غير الحكومية الصغيرة أو المواطنين، قادرين على تقديم المعلومات عبر الإنترنت بطريقة أكثر فاعلية من حيث التكلفة[72].

وتوظف الدراسة الحالية نظرية المجال العام في تفسير الظاهرة موضوع الدراسة، حيث يؤدي الإعلام الرقمي دوراً مؤثراً في رفع وعي الشباب بقضية التمكين السياسي والاقتصادي، ويعمل على تشجيع المناقشات حول التمكين السياسي والاقتصادي للشباب ومشاركة المعلومات حول الجهود الوطنية لدعم أسس التمكين في إطار خطط التنمية المستدامة، كما أن استخدام الإعلام الرقمي يكثر بين فئة الشباب، حيث تعد الوسائل الرقمية مصدراً رئيساً لهم في الحصول على المعلومات، لذلك استفادت الدراسة الحالية من نظرية المجال العام الافتراضي للبحث حول تأثير تلك الوسائل في بناء رأي عام بينهم يخص قضايا ومجالات تمكينهم.

ثانيا: نظرية التوقعات الاجتماعية Social Expectations Theory:

تشير نظرية التوقعات الاجتماعية إلى مجموعة النظريات الاجتماعية التي تهتم بمدى قدرة التوقعات الاجتماعية على التأثير في السلوكيات، وقد أصبحت هذه النظرية موضع اهتمام في المجالات الأكاديمية، حيث تؤدي التوقعات الاجتماعية دوراً في إدراكنا

وتعاملنا مع حياتنا الاجتماعية، وتعد وسائل الاتصال الجماهيري مصدراً مهمًّا للتوقعات الاجتماعية النموذجية حول التنظيم الاجتماعي لجماعات معينة في المجتمع، فمضمون وسائل الإعلام يصف المعايير والأدوار للفئات المختلفة في الحياة الاجتماعية، فتركز النظرية على مدى تأثير تقديم تلك الفئات في توقعاتهم وكيفية توجيه سلوكهم[73]. ويعكس جوهر التوقعات الاجتماعية الطريقة التي تجعل وسائل الإعلام تؤثر في التطور الاجتماعي للفرد، ولا تتوقف عند مجرد تشكيل توقعاته الاجتماعية المستقبلية عن واقع مجتمعه[74]. فوسائل الإعلام يمكنها أن ترشد الجمهور إلى السلوك الذي يساعدهم على التكيف مع واقع المجتمع، ومن ثمَّ فإن هذه الوسائل تشارك في عملية التنشئة الاجتماعية[75]، كما أن الأفكار التي تقدمها وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري عن التنظيم الاجتماعي يمكن أن تُسهِم في رسم التوقعات الاجتماعية والسلوك الاجتماعي والمعايير والأدوار المتعلقة بجماعة أو فئة معينة داخل المجتمع لدى الجمهور نتيجة التعرض المستمر لتلك الوسائل. ومن الملاحظ وجود عدد محدود من الدراسات الإعلامية التي عُنيت بتطبيق نظرية التوقعات الاجتماعية على قضايا سياسية ومجتمعية، منها دراسة إيمان عبد الحكيم (2016)، ودراسة ماهيناز محسن (2011) اللتان طُبقتا على الجمهور المصري لقياس توقعاته عن المجتمع، وعليه، فإن دراسة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والتوقعات المستقبلية للجمهور بشأن واقع المجتمع، أو بشأن إحدى قضاياه، لم تحظَ بالاهتمام الكافي. وتوظف الدراسة الحالية نظرية التوقعات الاجتماعية لقياس مدى تأثير وسائل الإعلام الرقمية في التفاعلات الاجتماعية والتوجيهات السلوكية لفئة الشباب، ومدى إسهام هذه الوسائل في بناء توقعاتهم حول شكل مشاركتهم السياسية والمجتمعية، خاصة بعد اهتمام الدولة المتزايد الذي توليه لترسيخ وتفعيل تمكين الشباب السياسي والاقتصادي.

الإطار المعرفي للدراسة:

أولًا: تمكين الشباب

التمكين هو خلق فرص للشباب والشابات لكي يشاركوا كعناصر فاعلة في عملية التغيير، وكبناة للسلام في مجتمعاتهم المباشرة والمجتمعات الأوسع، إضافة إلى تعزيز رؤية الشباب البناءة كقادة لمعالجة القضايا المجتمعية والقضايا المتعلقة بالكراهية[76]. كما يعرف

تمكين الشباب بكونه عملية مستمرة تهدف إلى إيصال صوت الشباب وتعزيز إسهاماتهم، وتجهيزهم بالمهارات والمعرفة التي تتيح لهم الفرص والمشاركة بفاعلية في صنع القرار[77]. ووفقًا للأمم المتحدة، فإن تمكين الشباب هو "الظروف والعوامل التي تعزز تنمية المواطنة والإنتاجية بين الشباب، وهي معنية بتهيئة المؤسسات الحكومية لحماية وإيصال حقوق الإنسان للشباب، بما في ذلك الحق في المشاركة"[78]. وتنطوي تحديات التمكين على تحديات مسؤول عنها الشباب، مثل نقص المعرفة بالمشاركة السياسية والمجتمعية والعمل التطوعي، وقلَّة المهارات الحياتية، بجانب تدخل بعض السمات الشخصية. وتحديات مسؤول عنها المجتمع، مثل ضعف ثقافة الحوار داخل المجتمع، وانتشار السلبية واللامبالاة، وتدني النظرة للشباب، وضعف البرامج التنموية الموجهة لإشراك الشباب في عملية التنمية وصناعة القرار[79].

وينطوي مفهوم التمكين السياسي والاقتصادي على عدة متغيرات تشكل المشاركة السياسية المعبرة عن كل نشاط أو سلوك سياسي علني طوعي يؤديه الشباب، بهدف القيام بدور في الحياة السياسية لمجتمعهم، سواء كان هذا السلوك عرضيًّا يحدث في أوقات بعينها، مثل التصويت والمشاركة في الانتخابات، أو سلوكًا مستمرًّا مثل الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والعضوية في الأحزاب السياسية والانتماء لاتحادات ومنظمات أهلية[80]. ومن أشكال المشاركة السياسية للشباب الاهتمام بمتابعة الأمور السياسية، والتصويت في الانتخابات، وتقلد أو الترشح لمنصب سياسي أو إداري[81]. وتمر المشاركة السياسية بعدد من المراحل: الأولى هي مرحلة الاهتمام السياسي بالقضايا العامة، ثم المرحلة الثانية المتعلقة بالمعرفة السياسية، يليها عملية التصويت السياسي كمرحلة ثالثة، والمرحلة الأخيرة هي مرحلة المطالب السياسية. وهناك متغير المواطنة، وهو وضع المواطن في مجتمع قائم على سيادة القانون ومبادئ المساواة[82]، وهي الحقوق والواجبات التي يفرضها انتماء الفرد إلى مجتمع معين، وترتبط بشعور الفرد نحو مجتمعه ووطنه، وإقباله طواعية على المشاركة في أنشطة وإجراءات وأعمال تستهدف المصلحة العامة، والمشاركة في حماية أمن وسيادة الوطن[83]. وأخيراً متغير التنمية المستدامة، ويظهر من خلال إطلاق الإبداعات الشبابية ودعمها، وتعزيز أدوار الشباب في بناء المجتمع،والإسهام

في ترسيخ الحضارة والتراث الشعبي الوطني، وبحث قضايا الفقر والأمية ومحاولة معالجتها بشكل سليم[84].

ثانيا: إستراتيجية الدولة المصرية لتمكين الشباب

ركَّزت إستراتيجية الدولة المصرية على هدف رئيس هو التأهيل أولًا، ثم التمكين من أجل بناء شباب واعٍ في الجمهورية الجديدة، وشملت تلك الإستراتيجية عدة محاور: الأكاديمية الوطنية للتدريب وتتبع مؤسسة الرئاسة، وتسعى لتطوير رأس المال البشري المؤهل المبدع والمبتكر لقيادة عملية التنمية في المجتمع، وقادة مؤثرين في مجتمعاتهم، وحركة المحافظين التي تضمن تمثيلًا فعليًّا للشباب لتولي مناصب قيادية ما بين محافظين ونواب محافظين، ونظام مساعدي ومعاوني رئيس مجلس الوزراء والوزراء، وتنسيقية شباب الأحزاب والسياسيين، وتُعد منصة حوارية بين الشباب من مختلف التيارات السياسية، والمؤتمر الوطني للشباب، والتمكين الاقتصادي من خلال دعم المشروعات وتشجيع رواد الأعمال الشباب، وتقديم التسهيلات المالية والقروض ومشروعات إسكان الشباب، وتوفير فرص عمل وإنشاء المصانع وتشغيل الشباب، ودعم وتنفيذ الخطط التنموية المجتمعية، إضافة إلى اتحاد شباب الجمهورية الجديدة الذي يهدف لتكوين مِظلة تفاعلية لشباب مصر تعمل على تعزيز الوعي الوطني والاجتماعي والتنموي والسياسي لدى الشباب وتعزيز مهاراتهم وقدراتهم، وإشراك الخبرات العلمية الشبابية في العمل الوطني، وتوسيع نطاق الشراكات مع كافة الجهات الحكومية والخاصة لدعم الكوادر وتمكين الكوادر الشبابية ذات الخبرات العلمية والعملية، ودعم الحرك المجتمعي الشبابي ودعم سياسة الحوار المجتمعي البناء، بجانب زيادة الوعي الشبابي بالقضايا الوطنية.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات الاستطلاعية الوصفية، التي تستهدف وصف وتحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة للظاهرة محل الدراسة، وتسعى الدراسة للكشف عن دور التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية في دعم تمكين الشباب وبناء تصوراتهم حول مستقبل تمكينهم سياسيًّا واقتصاديًّا، وتحديد مستوى تلك

التوقعات، بجانب إبراز آليات تمكينهم والإستراتيجيات والخطط التي تتبناها الدولة المصرية، وقياس معارف الشباب واتجاهاتهم نحو قضايا تمكينهم، وتحديد طبيعة الممارسات السلوكية التي يتبنونها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، من خلال المسح الميداني لعينة من الشباب المصري للكشف عن العلاقة بين التعرض للمحتوى السياسي بوسائل الإعلام الرقمية وتصوراتهم عن مستقبل تمكينهم سياسيًّا واقتصاديًّا، إضافة إلى تفسير العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة للوقوف على مستوى معرفتهم بآليات وإستراتيجيات تمكين الشباب، وتوقعاتهم عن مستقبل التمكين.

أدوات جمع بيانات الدراسة:

- **أداة الاستبانة:**

تُعد الاستبانة الأداة الرئيسة في جمع المعلومات في الدراسات الإعلامية، وقد مرَّت عملية إعداد الاستبانة وتصميمها بعدة مراحل، أولها الاطلاع على الدراسات السابقة والنتائج التي توصلت إليها، إضافة إلى الاطلاع على الإطار النظري والمعرفي للدراسة، وذلك لاستخلاص بعض الملامح والمؤشرات التي ساعدت في صياغة أسئلة الاستمارة، ثم مرحلة تحويل وصياغة أهداف الدراسة إلى محاور ليضم كل محور مجموعة من الأسئلة، مع تحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها، ثم تصميم الاستمارة بشكلها النهائي. وضمت الاستبانة المحاور الآتية:

المحور الأول: معدل التعرض للمحتوى وأشكال التفاعل مع المحتوى السياسي الرقمي.

المحور الثاني: درجة المعرفة بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي وإستراتيجياته.

المحور الثالث: الآثار المترتبة على التعرض لقضية التمكين السياسي والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية.

المحور الرابع: توقعات الشباب المصري عن مستقبل التمكين السياسي والاقتصادي ومستوياتها.

المحور الخامس: سمات الشباب المصري عينة الدراسة.

تم ملء عدد 240 استمارة بالمقابلة الشخصية، بهدف توضيح بالشرح بعض المصطلحات التي وردت في الاستبانة أو تبسيطها، التي قد يجد فيها المبحوث صعوبة في فهمها، مثل: (التمكين السياسي والاقتصادي، والشمول المالي، وريادة الأعمال، والمشاركة السياسية، والثقافة السياسية)، خاصة الفئة العمرية من 18 حتى 25 عامًا، وأيضًا مع المبحوثين من طلاب الثانوية العامة والفنية، وطلاب الجامعات، وتم ملء عدد من الاستمارات بالمقابلة الشخصية بالنسبة لعينة المبحوثين المنتمين إلى أحزاب سياسية، كما تم ملء عدد 160 استمارة إلكترونيًّا Google Form، للفئة العمرية من 25 عامًا فأكثر، وتوزيعها ومشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي: فيسبوك وواتساب وماسنجر، وبلغ عدد الاستمارات الصالحة للتحليل 400 استمارة.

وقد صممت الباحثة الاستمارة وتحققت من صدقها وثباتها كما يلي:

- **إجراءات الصدق والثبات:**

1- اختبار الصدق Validity: للتأكد من صدق الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق كأداة لجمع بيانات الدراسة؛ عُرضت الاستمارة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين[85] لاستشارتهم وإبداء الملاحظات، وقد أشاروا إلى صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيقها لأهداف الدراسة، وذلك بعد إجراء عدد من التعديلات في تقسيم محاور التحليل وفئاته، واستبدال بعض الفقرات. وتحققت الباحثة من صدق الأداة من خلال استخدام أسلوب الاختبار القبلي وإعادة الاختبار من خلال التطبيق الأولي (Pre-Test) للاستمارة على عينة عشوائية تعادل 10% من العينة، وبناء عليه أجريت بعض التعديلات على الاستبانة.

2- اختبار الثبات Reliability: أعادت الباحثة تطبيق الاختبار (Re-Test) على 40 مفردة من إجمالي مفردات العينة، وذلك بعد أسبوعين من التطبيق الأول للاستمارة، ثم مقارنة نتائج المقابلتين، وكانت قيمة معامل الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمقاييس الدراسة هي 0.853، أي أن درجة الثبات بلغت 85.3%، وهي قيمة مرتفعة تدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، مع الأخذ في الاعتبار أن الدراسة تتعامل مع دوافع وآراء واتجاهات تتسم بالتغير وعدم

الاستمرارية. وبالاعتماد على اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، تم حساب الثبات لمعامل ألفا كرونباخ في العينة الاستطلاعية، التي أوصت بحذف بعض العبارات والأسئلة التي جاءت قيمتها سلبية مما يؤثر في درجة ثبات المقياس، ثم حساب قيمة ألفا كرونباخ بالنسبة للاستبانة بعد التطبيق الفعلي، التي بلغت 0.930 لإجمالي 147 عبارة (N of Items=147)، وهي قيمة موجبة تدل على ثبات نسبي للمقياس.

جدول (1): معاملات ثبات الأبعاد المختلفة للاستبانة

البُعد/ المحور	عدد العبارات	قيمة معامل الثبات
معدل التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية	10	0.736
معدل التفاعل مع المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسي والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية	20	0.865
مستوى الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي وإستراتيجياته	35	0.907
تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التمكين السياسي والاقتصادي للشباب	53	0.908
توقعات الشباب المصري عن مستقبل التمكين السياسي والاقتصادي ومستوياتها	29	0.932

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسب الثبات بين الأبعاد والمتغيرات المختلفة للاستبانة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.736- 0.932)، وهي قيم دالة على ارتفاع ثبات المقياس كلما اقتربت القيمة من الواحد الصحيح. وتمثلت متغيرات الدراسة في: قضايا التمكين في وسائل الإعلام الرقمي (المتغير المستقل)، والعوامل الديموغرافية (المتغير الوسيط)، وتصورات الشباب المصري (المتغير التابع).

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

1- معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية: يتكون مقياس معدل التعرض من عدد ثلاثة أسئلة تتراوح درجات السؤال الواحد من 1 : 3 درجات، وتتراوح درجات مستوى التعرض المنخفض من 3 إلى أقل من 6 درجات، ومستوى التعرض المتوسط من 6 درجات إلى أقل من 8 درجات، ومستوى التعرض المرتفع من 8 إلى 9 درجات.

2- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي: يتكون مقياس معدل التفاعل من عدد سؤال واحد، وتتراوح درجاته من 1 : 3 درجات: تحديد درجة

واحدة لمستوى التفاعل الضعيف، ودرجتين لمستوى التفاعل المتوسط، وثلاث درجات لمستوى التفاعل المرتفع.

3- درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين: يتكون مقياس درجة الثقة من سؤالين، وتتراوح درجاته من 2: 6 درجات، من خلال تحديد درجة واحدة لدرجة الثقة الضعيفة، ودرجتين لدرجة الثقة المتوسطة، وثلاث درجات لدرجة الثقة المرتفعة.

4- درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين: يتكون المقياس من 23 عبارة تقيس درجة المعرفة، وبلغ مجموع درجات المقياس 69 درجة تم توزيعها كما يلي: تحديد درجة واحدة لمستوى الوعي الضعيف، ودرجتين لمستوى الوعي المتوسط، وثلاث درجات لمستوى الوعي المرتفع.

5- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات الدولة لتمكين الشباب: يتكون المقياس من 12 عبارة تقيس درجة المعرفة، وبلغ مجموع درجات المقياس 36 درجة، تم توزيعها كما يلي: تحديد درجة واحدة للمعرفة الضعيفة، ودرجتين للمعرفة المتوسطة، وثلاث درجات للمعرفة القوية.

6- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي: يتكون المقياس من 17 عبارة تقيس درجة التوقع، وبلغ مجموع درجات المقياس 51 درجة، تم توزيعها كما يلي: تحديد درجة واحدة لمستوى التوقع المنخفض، ودرجتين لمستوى التوقع المتوسط، وثلاث درجات لمستوى التوقع المرتفع.

7- مقياس آثار التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي: باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي: موافق 3 درجات، محايد درجتان، معارض درجة واحدة، فيما يتعلق بمقياس الآثار المعرفية فيتكون من ثلاث عبارات، وتتراوح درجات المقياس من (3- 9) درجات، فيما يتعلق بمقياس الآثار الوجدانية فيتكون من عبارتين، وتتراوح درجات المقياس من (2- 6) درجات، فيما يتعلق بمقياس الآثار السلوكية فيتكون من اثنتي عشرة عبارة، وتتراوح درجات المقياس من (12- 36) درجة.

8- مقياس المستوى الاقتصادي: وتم قياس المستوى الاقتصادي من خلال عدة مؤشرات تناولتها أسئلة الاستبانة، وتم تحديد ثلاثة مستويات لكل مؤشر (منخفض- متوسط- مرتفع)، وبلغ مجموع درجات المقياس 12 درجة تم توزيعها كما يلي: تحديد درجة واحدة للمستوى المنخفض، ودرجتين للمستوى المتوسط، وثلاث درجات للمستوى المرتفع. تراوحت درجات المستوى الاقتصادي المنخفض من 4 إلى أقل من 7 درجات، والمستوى المتوسط تراوح من 7 إلى أقل من 10 درجات، والمستوى المرتفع من 10 إلى12 درجة.

مجتمع الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري الذين تتراوح أعمارهم من 18 حتى 29 عامًا.

عينة الدراسة: طُبقت الدراسة على عينة عمدية غير احتمالية من الشباب المصري بمختلف شرائحه وفئاته، من الأشخاص الذين تشملهم الفئة العمرية من 18 حتى 29 عامًا، من المقيمين بمحافظات القاهرة الكبرى، وبلغ قوامها (400) مبحوث، وجُمعت بيانات الدراسة من خلال الاستبانة في المدة من أبريل حتى أكتوبر 2022.

مبررات اختيار العينة:

1- اختيار الفئة العمرية التي تتراوح من سن 18 حتى 29 عامًا، واستندت الدراسة في ذلك إلى الآتي:

- تُعرِّف الأمم المتحدة الشباب بأنهم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و24 عامًا، ولكن هذا التعريف قابل للتعديل وفقًا للتقرير العالمي عن الشباب لعام 2018[86].
- يُعرَف تقرير مجلس الأمن رقم (2250) لعام 2015 أن المقصود بمصطلح الشباب هو الفئة العمرية التي تشمل الأشخاص من سن 18 إلى 29 عامًا[87].
- يحدد التقرير العربي الثالث لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، فئة الشباب في دراساته الميدانية بالفئة العمرية بين 19 و29 عامًا. حيث تُمثل هذه الفئة سن الشباب في التعليم الجامعي وبعد الجامعي، حيث يُفترض أن يكونوا مهيئين فعليًّا للإسهام في نقل المعرفة ونشرها وتوظيفها وتوطينها[88].

2- تُعد هذه الفئة العمرية من الفئات الفاعلة والمؤثرة في المجتمع، ووفقًا للبيان الذي أصدره الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بمناسبة الاحتفال باليوم العالمي للشباب في شهر أغسطس لعام 2021 فإن الشباب من الفئة العمرية بين (18 إلى 29 عامًا)، بلغ تعدادها 21.3 مليون نسمة، أي ما يشكل نسبة 21% من إجمالي السكان بجمهورية مصر العربية[89].

خصائص عينة الدراسة:

جدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة بالنسب المئوية وفقًا لخصائصهم الديموغرافية

الخصائص	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	227	56.8
	أنثى	173	43.3
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	18.8
	متوسط	231	57.7
	منخفض	94	23.5
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	27.5
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	62
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	10.5
العمل	يعمل	222	55.5
	لا يعمل	178	44.5
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	27.8
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	72.3
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	10.3
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	89.8
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	8.8
	ليس عضوا بأي من منظمات المجتمع المدنى	365	91.3

تجدر الإشارة هنا، ووفقًا لما أوضحه الجدول السابق حول خصائص عينة الدراسة، فإنه بالنظر إلى العلاقة بين النوع الاجتماعي مع متغير العمل، فقد مَثّل المبحوثون الذين لا يعملون عدد (178) مبحوثًا بنسبة (44.5%) من إجمالي عينة الدراسة، شملت تلك النسبة عدد (145) من الإناث مقابل (33) مبحوثًا من الذكور، أي ما نسبته (81.5%) و(18.5%) على التوالي، وبذلك يمكن استنتاج أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور فيما يتعلق بفئة (لا يعمل). وتمثلت الأحزاب السياسية التي ينتمي إليها المبحوثون في: حزب مستقبل وطن، وحزب الشعب الجمهوري، وحزب الغد المصري. أما بالنسبة للاتحادات والهيئات الشبابية فتمثلت في: اتحاد شباب الجمهورية الجديدة، واتحاد طلاب الجامعات، وشباب من أجل التحدي، والقيادات الإعلامية الشبابية التابع لوزارة الشباب والرياضة، ومجلس الشباب المصري.

المعاملات الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة:

باستخدام برنامج SPSS 21.0، تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والوزن النسبي الذي يحسب بالمعادلة: (المتوسط الحسابي×100)/ الدرجة العظمى للعبارة، ومعامل "ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha)، وتم استخدامه لاختبار الثبات لأسئلة الاستبانة، واختبارات كا^2 (Chi Square) لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية، ومعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)لدراسة شدة العلاقة الارتباطية واتجاهها بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة، وتحليل التباين ذي البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً بـ (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، والاختبار البعدي (Post Hoc Test) بطريقة (L.S.D) لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين وجود فروق بينها، واختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، واختبار (Wilcoxon Ranks Test- Z Test).

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- **وسائل الإعلام الرقمية:** الوسائل الاتصالية التكنولوجية الرقمية، مثل المواقع الإلكترونية، وتطبيقات الهواتف المحمولة، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات، والمنتديات، وتستخدم عبر أي جهاز رقمي، وتتمتع بسهولة في الاستخدام، وتتيح مساحة كبيرة من الحرية والتفاعلية للمستخدمين.
- **المحتوى السياسى الرقمى:** يُقصد به المحتوى السياسي المنشور عبر وسائل الإعلام الرقمية، مثل منصات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، وتطبيقات الهواتف المحمولة.
- **تمكين الشباب:** عملية تكوين وتنمية وتوظيف قدرات الشباب وإمكانياتهم من أجل تحقيق تكافؤ الفرص، والمشاركة في عملية صنع القرار، وتأهيلهم ليكونوا مؤثرين في المجتمع وإعدادهم ليصبحوا كوادر وقادة المستقبل.
- **التمكين السياسى:** ممارسة السلطة السياسية والمشاركة في صنع القرار السياسي، فضلًا عن الوصول إلى مراكز صنع القرار والمراكز القيادية التي تؤثر

في وضع السياسات واتخاذ القرار.

- **التمكين الاقتصادي:** العمل على ربط الشباب بسوق العمل، من خلال تطوير مؤهلاتهم وتنمية مهاراتهم وتوفير فرص العمل، والقضاء على الفقر والبطالة، وتشجيع المبادرات الاقتصادية والمشاريع الصغيرة والمتوسطة، وريادة الأعمال.

نتائج الدراسة:

تستعرض الدراسة النتائج التي توصلت إليها كالآتي:

أولًا: النتائج العامة للدراسة الميدانية

- **المحور الأول: معدل التعرض لقضايا التمكين السياسى والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية**

جدول (3): العلاقة بين معدل متابعة المبحوثين لقضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	معدل المتابعة						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			دائما		أحيانا		نادرا				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	83	36.5	103	45.3	41	18	19.380	2	0.000
	أنثى	173	29	16.7	107	61.8	37	21.3			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	9	8.2	74	67.3	27	27.5	37.501	4	0.000
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	88	35.5	110	44.3	50	20.2			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	15	35.7	26	62	1	2.3			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	32	34	35	37.2	8	8.5	27.346	4	0.000
	متوسط	231	71	30.7	118	51	42	18.3			
	منخفض	94	9	9.6	57	60.6	28	29.8			
العمل	يعمل	222	85	38.2	103	46.5	34	15.3	36.369	2	0.000
	لا يعمل	178	27	15.1	107	60.1	44	24.8			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	53	47.7	51	46	7	6.3	26.879	2	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	59	20.4	159	55	71	25.6			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	15	36.5	21	51.3	5	12.2	2.467	2	0.291
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	97	27	189	52.6	73	20.4			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	15	42.8	16	45.7	4	11.4	4.642	2	0.098
	ليس عضوا بأى من منظمات المجتمع المدنى	365	97	26.5	194	53.2	74	20.3			
الإجمالى		400=ن	112	28	210	52.5	78	19.5			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يتابعون قضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي "**أحيانًا**" بنسبة (52.5%)، وهي نسبة مرتفعة، تدل على حرص المبحوثين عينة الدراسة على متابعة قضية تمكين الشباب بالوسائل الرقمية، يليها متابعة تلك القضايا "**دائما**" حيث مثَّلت نسبة (28%)، فيما جاءت المتابعة "**نادرا**" بنسبة (19.5%). أما بالنسبة لاختبار العلاقة بين مدى متابعة المبحوثين لقضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية والمتغيرات الديموغرافية، فأوضحت النتائج وجود علاقة بين مدى المتابعة وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل)، لأن قيمة كا^2= 19.380، 37.501، 27.346، 36.369، 26.879، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما اتضح عدم وجود علاقة بين مدى المتابعة وكل من (عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني)؛ لأن قيمة كا^2= 2.467، 4.642، على التوالي، وهي قيمة غير دالة، حيث مستوى المعنوية= 0.291، 0.098، على التوالي. ومن ثمَّ **يمكن استنتاج** أن درجة المتابعة تختلف وفقًا لمتغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل، ولا تختلف وفقًا لمتغيري عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني.

جدول (4): العلاقة بين مدة تعرض المبحوثين أسبوعيًا لقضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	معدل التعرض						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			أكثر من ثلاث ساعات		من ساعتين إلى ثلاث ساعات		أقل من ساعتين				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	26	11.4	84	37	117	51.6	14.494	2	0.001
	أنثى	173	22	12.7	34	19.6	117	67.7			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	11	10	20	18.2	79	71.8	16.320	4	0.003
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	32	13	78	31.4	138	55.6			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	5	12	20	47.6	17	40.4			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	9	12	24	32	42	56	9.129	4	0.058
	متوسط	231	29	12.5	77	33.3	125	54.2			
	منخفض	94	10	10.6	17	18	67	71.4			
العمل	يعمل	222	29	13	87	39.2	106	47.8	26.205	2	0.000
	لا يعمل	178	19	10.6	31	17.4	128	72			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	17	15.3	42	37.8	52	46.8	8.594	2	0.014
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	31	12.7	76	26.3	182	63			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	7	17.1	12	29.2	22	53.7	1.164	2	0.559
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	41	11.4	106	29.5	212	59.1			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	4	11.4	13	37.1	18	51.5	1.098	2	0.578
	ليس عضوا بأى من منظمات المجتمع المدنى	365	44	12	105	28.8	216	59.2			
الإجمالى		400=ن	48	12	118	29.5	234	58.5			

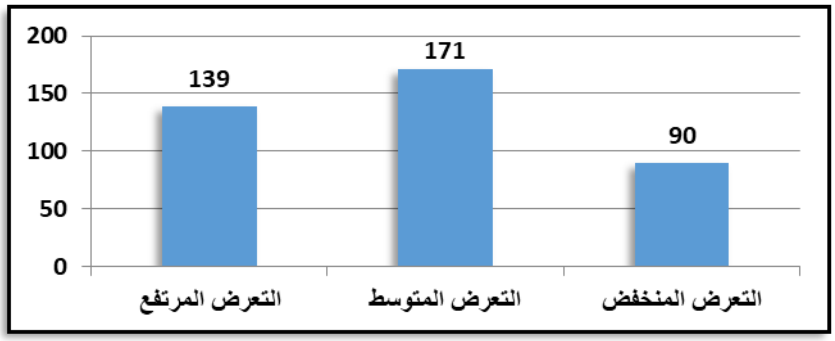
توضح بيانات الشكل السابق أن غالبية المبحوثين يتعرضون لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي "**لمدة أقل من ساعتين أسبوعيًا**" بنسبة (58.5%)، وهي نسبة مرتفعة عن الفئات الأخرى، حيث مثَّلت مدة التعرض لقضايا التمكين "**من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات أسبوعيًا**" نسبة (29.5%)، فيما جاءت مدة التعرض "**أكثر من ثلاث ساعات أسبوعيًا**" بنسبة (12%). أما بالنسبة لاختبار العلاقة بين مدة التعرض لقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بوسائل الإعلام الرقمية أسبوعيًّا والمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين، أوضحت النتائج بالجدول السابق وجود علاقة بين مدة التعرض وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 14.494، 16.320، 9.129، 8.594،

26.205، على التوالي، وجميعها قِيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما اتضح عدم وجود علاقة بين مدة التعرض وكل من (عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني)؛ لأن قيمة كا2= 1.164، 1.098، على التوالي، وهي قيمة غير دالة، حيث مستوى المعنوية= 0.559، 0.578، على التوالي. ومن ثَم **يمكن استنتاج** أن مدة التعرض تختلف وفقًا لمتغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل، ولا تختلف وفقًا لمتغيري عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني.

جدول (5): العلاقة بين عدد مرات تعرض المبحوثين أسبوعيا لقضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	عدد مرات التعرض						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			أكثر من ثلاث مرات		من مرتين إلى ثلاث مرات		مرة واحدة				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	106	46.7	48	21.1	73	32.2	39.352	2	0.000
	أنثى	173	29	16.7	58	33.5	86	49.7			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	17	15.5	38	34.5	55	50	25.183	4	0.000
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	97	39.2	58	23.3	93	37.5			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	21	50	10	23.8	11	26.2			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	35	46.6	16	21.4	24	32	17.142	4	0.002
	متوسط	231	83	36	62	26.8	86	37.3			
	منخفض	94	17	18	28	29.8	49	52.2			
العمل	يعمل	222	103	46.4	48	21.6	71	32	35.694	2	0.000
	لا يعمل	178	32	18	58	32.6	88	49.4			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	62	55.8	17	15.3	32	28.9	34.107	2	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	73	25.2	89	30.8	127	44			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	15	36.6	12	29.3	14	34.1	0.602	2	0.740
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	120	33.4	94	26.2	145	40.4			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	17	48.6	7	20	11	31.4	3.776	2	0.151
	ليس عضوا بأى من منظمات المجتمع المدنى	365	118	32.3	99	27.2	148	40.5			
الإجمالى		ن=400	135	33.8	106	26.5	159	39.8			

توضح بيانات الشكل السابق أن غالبية المبحوثين يتعرضون لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي "**مرة واحدة في الأسبوع**" بنسبة (39.8%)، وهي نسبة مرتفعة إلى حد ما عن الفئات الأخرى، حيث مثَّل التعرض لقضايا التمكين "**أكثر من ثلاث مرات في الأسبوع**" نسبة (33.8%)، فيما جاء عدد مرات التعرض "**من مرتين إلى ثلاث مرات في الأسبوع**" بنسبة (26.5%). وأوضحت النتائج وجود علاقة بين عدد مرات التعرض وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 39.352، 25.183، 17.142، 34.107، 35.694، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما اتضح عدم وجود علاقة بين عدد مرات التعرض وكل من (عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني)؛ لأن قيمة كا^2= 0.602، 3.776، على التوالي، وهي قيمة غير دالة، حيث مستوى المعنوية= 0.740، 0.151، على التوالي. ومن ثَمَّ **يمكن استنتاج** أن عدد مرات التعرض تختلف وفقًا لمتغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل، ولا تختلف وفقًا لمتغيري عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني.



شكل (1): معدل تعرض المبحوثين لقضايا التمكين السياسى والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمى

وتوضح بيانات الشكل السابق أن غالبية المبحوثين يتعرضون لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي "**بمستوى متوسط**" بنسبة (42.8%)، وهي نسبة مرتفعة إلى حد ما عن الفئات الأخرى، حيث مثَّل مستوى

التعرض "**المرتفع**" لقضايا التمكين نسبة (34.8%)، فيما جاء مستوى التعرض "**المنخفض**" بنسبة (22.5%).

جدول (6): العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين لقضايا التمكين السياسى والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمى والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	معدل التعرض						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			مرتفع		متوسط		منخفض				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	117	51.5	84	37	26	11.5	75.104	2	0.000
	أنثى	173	64	37	87	50.3	22	12.7			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	8	7.3	58	52.7	44	40	66.607	4	0.000
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	105	42.4	97	39.2	46	18.6			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	26	62	16	38	-				
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	46	61.4	22	29.3	7	9.3	70.315	4	0.000
	متوسط	231	84	36.3	108	46.7	39	17			
	منخفض	94	9	9.6	41	43.6	44	46.8			
العمل	يعمل	222	121	54.5	78	35.1	23	10.4	95.466	2	0.000
	لا يعمل	178	18	10.1	93	53.2	67	37.7			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	79	71.1	29	26.1	3	2.8	95.339	2	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	60	20.7	142	49.1	87	30.2			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	25	61	14	34.1	2	4.9	16.137	2	0.000
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	114	31.7	157	43.7	88	24.5			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	20	57.1	10	28.6	5	14.3	8.489	2	0.014
	ليس عضوا بأي من منظمات المجتمع المدنى	365	119	32.6	161	44.1	85	23.4			
الإجمالى			139	42.8	171	34.8	90	22.5	ن=400		

وأوضحت نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة لمتغير النوع، كان معدل التعرض المرتفع لقضايا التمكين بالوسائل الرقمية لصالح المبحوثين من الذكور بنسبة (51.5%)، مقارنة بالإناث بنسبة (37%)، وبالنسبة للمستوى التعليمي كان معدل التعرض المرتفع لصالح المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا بنسبة (62%) مقارنة بالحاصلين على مؤهل جامعي فقط، والحاصلين على الشهادة الثانوية العامة والفنية بنسبتين بلغتا (42.4)

و(7.3%) على التوالي، وكان معدل التعرض المرتفع وفقًا لاستجابات المبحوثين المنتمين إلى حزب سياسي، واتحادات شبابية ومنظمات مجتمع مدني بنسب (71.1%) و(61%) و(57.1%) على التوالي. أما بالنسبة للمستوى الاقتصادي، فكان معدل التعرض مرتفعًا بين المبحوثين من ذوي الدخل المرتفع بنسبة (61.4%)، مقارنة بالمستوى المتوسط والمنخفض بنسبتين بلغتا (36.3%) و(9.6%) على التوالي، ووفقًا لمتغير العمل كان معدل التعرض مرتفعًا بين المبحوثين العاملين بنسبة (54.5%). كما أوضحت النتائج وجود علاقة بين مستوى التعرض وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 75.104، 66.607، 70.315، 95.339، 16.137، 8.489، 95.466، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن ثَمَّ يمكن استنتاج أن درجة التقييم المرتفعة لدور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضايا التمكين تزداد بين المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، ومن الحاصلين على مؤهل جامعي، وكذلك بين المبحوثين العاملين، وأعضاء الاتحادات الشبابية والأحزاب السياسية، الأمر الذي يؤكد أن انتماء المبحوث لهيئة شبابية أو لحزب سياسي، بجانب كونه لديه وظيفة أو مجال عمل معين، جميعها عوامل من شأنها رفع معدل تعرض المبحوث لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بالوسائل الرقمية.

جدول (7): الوسيلة التي يتعرض المبحوثون من خلالها لقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب

الوسيلة	درجة المتابعة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانًا		نادرا						
	ك	%	ك	%	ك	%					
مواقع التواصل الاجتماعي	280	70	79	19.8	41	10.3	2.5975	0.66829	86.58	دائما	1
المواقع الإلكترونية	139	34.8	157	39.2	104	26	2.0875	0.77547	69.58	أحيانًا	2
المواقع الإخبارية	111	27.8	169	42.3	120	30	1.9775	0.76055	65.92	أحيانًا	3
الصحف الإلكترونية	86	21.5	154	38.5	160	40	1.8150	0.76304	60.50	نادرا	4
تطبيقات الهاتف المحمول	111	27.8	74	15.4	215	53.8	1.7400	8.6561	58.00	نادرا	5
المدونات	17	4.3	99	24.7	284	71	1.3325	0.55472	44.42	نادرا	6
المنتديات	12	3	53	13.2	335	83.8	1.1925	0.46474	39.75	نادرا	7

توضح بيانات الجدول السابق أن "مواقع التواصل الاجتماعي" جاءت في مقدمة الوسائل الرقمية التي يتعرض من خلالها جمهور المبحوثين لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، بوزن نسبي بلغ (86.58%) وذلك لصالح المتابعة الدائمة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Ahmad, Alvi, and Ittefaq, 2019)، ودراسة (Franziska Marquart, et al., 2020) ودراسة (ياسر سليمان، 2021) حيث أكدت أنه من بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة يعتمد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة للحصول على المعلومات السياسية. وجاء في المرتبة التالية "المواقع الإلكترونية"، يليها "المواقع الإخبارية"، ثم "الصحف الإلكترونية" بوزن نسبي بلغ (69.58%) و(65.92%) و(60.50%)، على التوالي، فيما جاءت تطبيقات الهاتف المحمول في المرتبة الخامسة بوزن نسبي بلغ (58.00%) لصالح متابعة قضايا التمكين نادراً بتطبيقات الهاتف. وتتفق هذه النتيجة جزئيًّا مع ما توصلت إليه دراسة (محمد جاد المولى، 2017) ودراسة (Yiben Liu, 2021) حيث يعتمد الشباب على تطبيقات الهواتف الذكية في الحصول على المعلومات حول القضايا السياسية وتعزيز المشاركة السياسية، لكن تستحوذ تطبيقات التواصل الاجتماعي على النسبة الأكبر، مع تهميش استخدام تطبيقات الهواتف الذكية التي تصدرها مؤسسات حكومية أو مؤسسات إعلامية أخرى.

جدول (8): شبكات التواصل الاجتماعي التي يتعرض المبحوثون من خلالها لقضية التمكين

شبكات التواصل الاجتماعي	درجة المتابعة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانا		نادرا						
	ك	%	ك	%	ك	%					
فيسبوك	190	47.5	124	31	86	21.5	2.2563	0.79015	75.21	دائما	1
تليجرام	96	24	74	18.5	230	57.5	1.6910	1.01499	56.37	نادرا	2
واتساب	64	16	125	31.3	211	52.8	1.6256	0.73970	54.19	نادرا	3
تويتر	70	17.4	85	21.3	245	61.3	1.5553	0.76820	51.84	نادرا	4
يوتيوب	72	18	103	25.7	225	56.3	1.1606	0.76878	38.69	نادرا	5

توضح بيانات الجدول السابق أن "**فيسبوك**" في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون "**دائما**" في الحصول على المعلومات حول قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بوزن نسبي (75.21%)، فيما ندر اعتمادهم

على الشبكات الأخرى مثل (تليجرام، وواتساب، وتويتر، ويوتيوب). وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (**Malin Sveningsson,** 2015)، ودراسة (**Hernández, et al.,** 2013)، ودراسة (**Clovis Bergère,** 2020)، ودراسة (**بثينة حمدي،** 2017)، ودراسة (**صبري خالد،** 2021)، حيث أوضحت تلك الدراسات أن "فيسبوك" في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تمد الشباب بالمعرفة السياسية، يليه كل من تويتر ويوتيوب. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (**أحمد الزهراني ودعاء سالم،** 2018) التي أوضحت اعتماد الشباب السعودي على تويتر في متابعة قضايا التنمية المستدامة، ودراسة (**Patrick Readshaw,** 2017) التي أوضحت أن لتويتر دوراً في دعم التمكين السياسي للشباب البريطاني.

جدول (9): المواقع والمنصات الإلكترونية للمؤسسات التي يتابع المبحوثون من خلالها قضية التمكين

المواقع والمنصات الإلكترونية	درجة المتابعة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانا		نادرا						
	ك	%	ك	%	ك	%					
منتدى شباب العالم	122	30.5	128	32	150	37.5	1.9246	0.82122	64.15	نادرا	1
مؤسسة الرئاسة	126	31.5	92	23	182	45.5	1.8543	0.86573	61.81	نادرا	2
وزارة الشباب والرياضة	96	24	127	31.8	177	44.2	1.7915	0.79939	59.72	نادرا	3
رئاسة مجلس الوزراء	96	24	121	30.3	183	45.8	1.7764	0.80474	59.21	نادرا	4
المؤتمر الوطنى الشباب	98	24.6	113	28.2	189	47.3	1.7688	0.81968	58.96	نادرا	5
وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات	94	23.5	93	23.3	213	53.2	1.6960	0.82195	56.53	نادرا	6
مجلس النواب المصرى	72	18	73	18.3	255	63.8	1.5352	0.77591	51.17	نادرا	7
اتحاد شباب الجمهورية الجديدة	66	16.5	83	20.8	251	62.8	1.5302	0.75980	51.01	نادرا	8
الأمم المتحدة	64	16	86	21.5	250	62.5	1.5276	0.74980	50.92	نادرا	9
الهيئة العامة للاستعلامات	56	14	69	17.2	275	68.8	1.4447	0.72084	48.16	نادرا	10
وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإدارى	57	14.2	65	16.3	278	69.5	1.4397	0.72392	47.99	نادرا	11
تنسيقية شباب الأحزاب والسياسيين	49	12.2	56	14	295	73.8	1.3769	0.68718	45.90	نادرا	12
منصة "شباب بلد" النسخة المصرية التابعة للأمم المتحدة	58	14.5	32	8	310	77.5	1.3618	0.71666	45.39	نادرا	13
منصة WYF LABS	53	13.3	31	7.7	316	79	1.3342	0.69281	44.47	نادرا	14

توضح بيانات الجدول السابق أن المواقع والمنصات الرسمية يندر متابعتها من قِبل الشباب المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات حول قضايا تمكين الشباب السياسي والاقتصادي، وكان الاتجاه العام لاستجابة المبحوثين لصالح المتابعة "نادراً"، وبلغ الوزن النسبي لكل من متابعة "منتدى شباب العالم" و"مؤسسة الرئاسة"، و"وزارة الشباب والرياضة"، و"رئاسة مجلس الوزراء"، و"المؤتمر الوطني الشباب"، (64.15%)، و(61.81%)، و(59.72%)، و(59.21%)، و(58.96%)، على التوالي. الأمر الذي يشير إلى ضرورة معرفة العوامل التي تدفع المبحوث للتعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بالمواقع الرسمية.

جدول (10): المواقع الإخبارية التي يتعرض المبحوثون من خلالها لقضية التمكين

المواقع الإخبارية	درجة المتابعة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانًا		نادرا						
	ك	%	ك	%	ك	%					
اليوم السابع	198	49.5	130	32.5	72	18	2.3116	0.76010	77.05	دائما	1
المصرى اليوم	133	33.2	151	37.8	116	29	2.0377	0.78787	67.92	أحيانًا	2
الأهرام	158	39.5	98	24.5	144	36	2.0302	0.86877	67.67	دائما	3
الجمهورية	151	37.7	75	18.8	174	43.5	1.9372	0.89980	64.57	نادرا	4
الأخبار	139	34.7	97	24.3	164	41	1.9322	0.86809	64.41	نادرا	5
الوطن	102	25.4	149	37.3	149	37.3	1.8769	0.78231	62.56	أحيانًا	6
صدى البلد	57	21.7	125	31.3	188	47	1.7412	0.78773	58.04	نادرا	7
الوفد	64	16	88	22	248	62	1.5327	0.74960	51.09	نادرا	8
الشروق	60	15	94	23.5	246	61.5	1.5276	0.73624	50.92	نادرا	9
مصراوي	54	13.4	97	2.3	249	62.3	1.5050	0.71594	50.17	نادرا	10
الأهالى	57	14.2	83	20.8	260	65	1.4849	0.72628	49.50	نادرا	11
روز اليوسف	55	13.7	73	18.3	272	68	1.4497	0.71771	48.32	نادرا	12

توضح بيانات الجدول السابق ما يتعلق بمتابعة المبحوثين عينة الدراسة لعدد من المواقع الإخبارية من أجل الحصول على المعلومات حول قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، حيث جاء في المرتبة الأولى موقع "اليوم السابع" بوزن نسبي بلغ (77.05%) لصالح المتابعة "دائماً"، يليه موقع "المصري اليوم" بوزن نسبي بلغ

(67.92%) لصالح المتابعة "أحيانًا"، وفي المرتبة الثالثة جاء موقع "الأهرام" بوزن نسبي بلغ (67.67%)، وبشكل عام، أظهرت النتائج اعتماد المبحوثين على المواقع الإخبارية الخاصة مقارنة بالمواقع القومية والحزبية.

- **المحور الثانى: معدل التفاعل مع المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسى والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية.**

جدول (11): العلاقة بين تفاعل المبحوثين مع المحتوى المقدم عن قضايا التمكين والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	مدى التفاعل						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			دائما		أحيانًا		نادرا				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	76	33.5	84	37	76	33.5	30.571	2	0.000
	أنثى	173	17	9.8	58	33.5	98	56.7			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	12	11	30	27.2	68	61.8	24.117	4	0.000
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	58	23.3	97	39.2	93	37.5			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	14	33.3	15	35.7	13	31			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	26	34.6	31	41.34	18	24	30.380	4	0.000
	متوسط	231	50	21.6	84	36.4	97	42			
	منخفض	94	8	8.5	27	28.7	59	62.8			
العمل	يعمل	222	96	43.2	80	36	73	32.8	37.111	2	0.000
	لا يعمل	178	15	8.4	62	34.8	101	56.8			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	41	37	49	44	21	19	43.155	2	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	43	14.8	93	32.2	153	53			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	10	24.4	24	58.5	7	17.1	14.413	2	0.001
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	74	20.6	118	32.9	167	46.5			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	10	28.6	16	45.7	9	25.7	4.964	2	0.084
	ليس عضوا بأي من منظمات المجتمع المدنى	365	74	20.2	126	34.6	165	45.2			
الإجمالى		ن=400	84	21	142	35.5	174	43.5			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين "نادراً" ما يتفاعلون مع قضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي، حيث مثَّلت نسبة

(43.5%)، يليها التفاعل "أحيانًا" مع تلك القضايا بنسبة (35.5%)، وأخيرًا التفاعل "دائمًا" مع تلك القضايا بنسبة (21%). وأوضحت النتائج وجود علاقة بين مستوى التفاعل وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 30.571، 24.117، 30.380، 43.155، 14.413، 37.111، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما اتضح عدم وجود علاقة بين مستوى التفاعل وعضوية منظمات المجتمع المدني؛ لأن قيمة كا^2= 4.964، وهي قيمة غير دالة حيث مستوى المعنوية= 0.084. ومن ثَمَّ يمكن استنتاج أن مستوى التفاعل مع قضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي، يختلف وفقًا لمتغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، والعمل، ولا يختلف وفقًا لمتغير عضوية منظمات المجتمع المدني.

جدول (12): شكل تفاعل المبحوثين مع المحتوى المقدم عن قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب بوسائل الإعلام الرقمية

شكل التفاعل	درجة التفاعل						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانا		نادرا						
	ك	%	ك	%	ك	%					
نشر الأحداث المتعلقة بالأنشطة والفعاليات عن مشاركة الشباب سياسيا واقتصاديا ومجتمعيا	46	20.1	78	34.1	93	40.6	2.7031	4.08131	90.10	نادراً	1
إبداء الإعجاب بالمحتوى المتعلق بالتمكين السياسى والاقتصادي للشباب	87	38	103	45	39	17.0	2.2096	0.71309	73.65	أحيانًا	2
التعليق على المحتوى المتعلق بالتمكين السياسى والاقتصادي للشباب	74	32.3	94	41.0	61	26.6	2.0568	0.76738	68.56	أحيانًا	3
عمل إشارة لأحد الأصدقاء عبر	51	22.3	80	34.9	98	42.8	1.7948	0.78179	59.83	نادراً	4

شكل التفاعل	درجة التفاعل						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	دائما		أحيانًا		نادرا						
	ك	%	ك	%	ك	%					
مواقع التواصل الاجتماعى											
التفاعل بالنقاش داخل المجموعات الشبابية المهتمة بالتمكين السياسى والاقتصادي والمشاركة المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعى	66	28.8	49	21.4	113	49.3	1.7939	0.86363	59.80	نادراً	5
مشاركة المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعى	43	18.8	80	34.9	106	46.3	1.7249	0.75993	57.50	نادراً	6
إعادة نشر الإنجازات التى تمت في إطار خطط تمكين الشباب في ضوء رؤية مصر 2030 عبر مواقع التواصل الاجتماعى	47	20.5	68	29.7	114	49.8	1.7074	0.78750	56.91	نادراً	7
دعوة الأصدقاء لمتابعة الصفحة أو الموقع	28	12.2	88	38.4	111	48.5	1.6344	0.69337	54.48	نادراً	8

*ن أقل من 400

توضح بيانات الجدول السابق أن أبرز أشكال التفاعل مع قضايا التمكين عبر الوسائل الرقمية تتمثل في "إبداء الإعجاب بالمحتوى"، و"التعليق عليه" بوزن نسبي (73.65%) و(68.56%)، لصالح التفاعل "أحيانًا". فيما ندرت أشكال التفاعل الأخرى، وفي مقدمتها "نشر الأحداث المتعلقة بالأنشطة والفعاليات عن مشاركة الشباب سياسيًّا واقتصاديًّا ومجتمعيًّا" بوزن نسبي بلغ (90.10%). الأمر الذي يؤكد النتيجة السابقة، حيث كان تفاعل المبحوثين مع قضايا التمكين نادراً.

جدول (13): أسباب عزوف المبحوثين عن التفاعل مع قضية تمكين الشباب بالوسائل الرقمية

أسباب العزوف	ك	%
لا أهتم بمشاركة المحتوى على صفحتى الشخصية	89	29.2
لا يوجد أصدقاء يهتمون بالمحتوى السياسى حتى أشاركهم النقاش حوله	53	17.4
لا أمتلك المعرفة الكافية عن القضية لذا لا أبدي رأيى	94	30.8
نادرا ما أتابع هذا المحتوى	69	22.6

*ن أقل من 400

توضح بيانات الجدول السابق أن في مقدمة أسباب عزوف المبحوثين عن التفاعل مع قضايا التمكين عبر الوسائل الرقمية تتمثل في "عدم امتلاك المعرفة الكافية" بنسبة (30.8%)، يليه "عدم الاهتمام بمشاركة القضية على الصفحة الشخصية" بنسبة (29.2%)، ثم بسبب "ندرة متابعة القضية عبر الإعلام الرقمي" بنسبة (22.6%)، وأخيرا بسبب "عدم اهتمام الأصدقاء بالقضية" بنسبة (17.4%). وبذلك، يمكن تفسير النتيجة السابقة حول ندرة التفاعل مع قضايا التمكين، سواء بنشر المحتوى أو مشاركته أو النقاش عبر وسائل الإعلام الرقمي.

جدول (14): العلاقة بين مناقشة المبحوثين مع أقرانهم لقضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	المناقشة مع الأقران						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			دائما		أحيانا		نادرا				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	45	19.8	110	48.4	72	31.7	43.772	2	0.000
	أنثى	173	14	8.1	47	27.1	112	64.8			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	12	11	28	25.4	70	63.6	27.584	4	0.000
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	39	15.7	103	41.5	106	24.7			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	8	19	26	62	8	19			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	15	20	40	47	20	33	27.728	4	0.000
	متوسط	231	38	16.5	91	39.4	102	44.1			
	منخفض	94	6	6.4	26	27.6	62	66			
العمل	يعمل	222	47	21.2	106	47.7	69	31.1	47.262	2	0.000
	لا يعمل	178	12	6.7	51	28.6	115	64.6			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	26	23.4	61	55	24	21.6	37.339	2	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	33	11.4	96	33.2	160	55.4			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	4	9.7	25	61	12	29.3	9.046	2	0.011
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	55	15.3	132	36.7	172	48			

المتغيرات		ن	المناقشة مع الأقران						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			دائما		أحيانا		نادرا				
			ك	%	ك	%	ك	%			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	10	28.5	17	48.5	8	22	10.283	2	0.006
	ليس عضوا بأي من منظمات المجتمع المدنى	365	49	13.4	140	38.3	176	48.2			
الإجمالى		59	14.8		157	39.2	184	46	ن =400		

توضح بيانات الشكل السابق أن غالبية المبحوثين "نادراً" ما يتناقشون مع أقرانهم حول قضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، حيث مثَّلت نسبة (46%)، يليها المناقشة مع الأقران "أحياناً" بنسبة (39.2%)، وأخيرا المناقشة مع الأقران "دائما" بنسبة (14.8%). وأوضحت النتائج وجود علاقة بين معدل المناقشة مع الأقران وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 43.772، 27.584، 27.728، 37.339، 9.046، 10.283، 47.262، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن ثمَّ يمكن استنتاج أن مناقشة المبحوثين مع أقرانهم لقضية التمكين السياسي والاقتصادي تختلف وفقًا لمتغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني، والعمل.

جدول (15): رؤية المبحوثين لأسباب العزوف عن مناقشة الأقران في قضية تمكين الشباب

أسباب العزوف	ك	%
عدم وجود أصدقاء يهتمون بالقضية حتى أشاركهم النقاش حولها	74	24.6
عدم امتلاك المعرفة الكافية عن القضية	92	30.6
صعوبة في فهم تلك القضايا	67	22.3
نادرا ما أتابع هذه القضية	68	22.6

*ن أقل من 400

توضح بيانات الجدول السابق أن في مقدمة رؤية المبحوثين لأسباب العزوف عن مناقشة الأقران في قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب "عدم امتلاك المعرفة الكافية" بنسبة (30.6%)، يليه "عدم اهتمام الأصدقاء بالقضية" بنسبة (24.6%)، ثم "ندرة متابعة القضية عبر الإعلام الرقمي" بنسبة (22.6%)، وأخيراً "صعوبة فهم

قضايا التمكين" بنسبة (22.3%). ومن ثَمَّ أمكن تفسير أسباب عزوف المبحوثين عن المناقشة مع أقرانهم لقضية تمكين الشباب.

جدول (16): العلاقة بين إدراك المبحوثين لاهتمام أقرانهم بمتابعة قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	درجة اهتمام الأقران						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			قوية		متوسطة		ضعيفة				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	64	28.1	122	53.7	41	18.1	63.741	2	0.000
	أنثى	173	11	6.3	71	41	91	52.3			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	13	11.8	41	37.2	56	51	32.092	4	0.000
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	46	18.5	132	53.3	70	28.2			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	16	38	20	47.7	6	14.3			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	22	29.3	41	54.7	12	16	43.738	4	0.000
	متوسط	231	47	20.3	119	51.5	65	28.2			
	منخفض	94	6	6.4	33	35.1	55	58.5			
العمل	يعمل	222	65	29	113	51	44	20	56.483	2	0.000
	لا يعمل	178	10	5.6	80	45	88	49.4			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	29	26.2	74	66.6	8	7.2	46.230	2	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	46	16	119	41	124	43			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	5	12.2	31	75.6	5	12.2	14.126	2	0.001
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	70	19.5	162	45.2	127	35.3			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	5	9.4	24	68.5	6	17	6.613	2	0.037
	ليس عضوا بأي من منظمات المجتمع المدنى	365	70	19.2	169	46.3	126	34.5			
الإجمالى		75	18.7		193	48.3	123	33	ن =400		

توضح بيانات الشكل السابق أن درجة اهتمام الأقران بمتابعة قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب كانت "متوسطة"، وذلك بنسبة (48.3%)، يليها الأقران

يهتمون "بدرجة ضعيفة" بنسبة (33%)، وأخيراً الأقران يهتمون "بدرجة كبيرة" (18.7%). وأوضحت النتائج وجود علاقة بين إدراك المبحوثين لاهتمام أقرانهم بمتابعة قضية التمكين وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 63.741، 32.092، 43.738، 46.230، 14.126، 6.613، 56.483، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. ومن ثَمَّ يمكن استنتاج أن إدراك المبحوثين لدرجة اهتمام الأقران بمتابعة قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب يختلف وفقًا لمتغيرات؛ النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والعمل، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني.

- **المحور الثالث: مستوى المعرفة بمفهوم التمكين السياسى والاقتصادي وإستراتيجياته**

جدول (17): العلاقة بين اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على معلومات عن قضية تمكين الشباب والمتغيرات الديمغرافية

المتغيرات		ن	درجة الاعتماد						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			دائما		أحيانًا		نادرا				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	135	59.4	68	30	24	10.6	43.733	3	0.000
	أنثى	173	46	26.6	90	52	37	21.4			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	38	34.5	46	41.8	26	23.7	13.121	6	0.041
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	122	49	94	38	32	13			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	21	50	18	42.8	3	7.2			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	52	69.3	18	24	5	6.7	26.357	6	0.000
	متوسط	231	99	43	96	41.5	36	15.5			
	منخفض	94	30	32	44	47	20	21			
العمل	يعمل	222	137	61.7	64	28.8	21	9.5	55.715	3	0.000
	لا يعمل	178	44	24.7	94	52.8	40	22.5			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	77	69.4	26	23.4	8	7.2	36.408	3	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	104	36	132	46	52	18			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	30	73.2	10	24.4	1	2.4	15.430	3	0.001
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	151	42	148	41.2	60	16.8			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	22	62.8	11	31.5	2	5.7	17.459	3	0.001
	ليس عضوا بأى من منظمات المجتمع المدنى	365	159	43.5	147	40.3	59	16.2			
الإجمالى		ن=400	227	45.3	158	39.5	61	15.2			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يعتمدون "دائمًا" على وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على معلومات عن قضية تمكين الشباب، وذلك بنسبة (45.3%)، يليها الاعتماد "أحيانًا" بنسبة (39.5%)، وأخيرًا الاعتماد "نادرًا" بنسبة (15.2%). كما أشارت النتائج إلى أنه بالنسبة لمتغير النوع، كان اعتماد الذكور دائمًا على وسائل الإعلام الرقمية في الحصول على معلومات عن قضايا تمكين الشباب بالوسائل الرقمية بنسبة (59.4%)، مقارنة بالإناث بنسبة (26.6%)، وبالنسبة للمستوى التعليمي كان اعتماد المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا دائمًا بنسبة (50%) مقارنة بالحاصلين على مؤهل جامعي فقط، والحاصلين على الشهادة الثانوية العامة والفنية بنسبتين بلغتا (49) و(34.5%) على التوالي، وكان الاعتماد الدائم على الوسائل الرقمية في الحصول على معلومات عن قضايا التمكين وفقًا لاستجابات المبحوثين المنتمين إلى حزب سياسي، واتحادات شبابية ومنظمات مجتمع مدني بنسب (69.4%) و(73.2%) و(62.8%) على التوالي. أما بالنسبة للمستوى الاقتصادي فاعتمد المبحوثون من ذوي الدخل المرتفع دائمًا على تلك الوسائل بنسبة (69.3%)، مقارنة بالمستوى المتوسط والمنخفض بنسبتين بلغتا (43%) و(32%) على التوالي، ووفقًا لمتغير العمل، كان الاعتماد دائمًا بين المبحوثين العاملين بنسبة (61.7%). وأوضحت النتائج وجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على الوسائل الرقمية وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 43.733، 13.121، 26.357، 36.408، 15.430، 17.459، 55.715 على التوالي، وجميعها قِيَم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. أي أن درجة اعتماد المبحوثين على الوسائل الرقمية يختلف حسب متغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني، والعمل.

جدول (18): أسباب متابعة المبحوثين لقضية التمكين السياسى والاقتصادى للشباب بوسائل الإعلام الرقمية

أسباب المتابعة	ك	%
تساعد على فهم وإدراك قضية التمكين وأبعادها	222	13.2
إمكانية متابعتها في أي وقت	185	11
أوسع انتشارا من الوسائل الأخرى	193	11.5
أكثر جاذبية في عرض مضمون القضايا السياسية والتنموية	121	7.2
تقدم المعلومات مبسطة ومدعمة بالصور والفيديوهات	207	12.3
تناقش قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب بموضوعية وعمق	112	6.7
توجد مساحة كافية من الحرية للمناقشة وتبادل الآراء عبر الفضاء الإلكترونى	120	7.1
تساعد على تشكيل اتجاهاتى نحو قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب	114	6.8
تساعد في ترتيب أولوياتى نحو السلوكيات التى يجب أن أتبناها تجاه عملية تمكين الشباب	107	6.4
التعود على استخدام وسائل الإعلام الرقمية	168	10
لمجرد شغل وقت الفراغ	134	8

*ن أكبر من 400

توضح بيانات الجدول السابق أن في مقدمة أسباب متابعة المبحوثين لقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بوسائل الإعلام الرقمية أنها "تساعد على فهم وإدراك قضية التمكين وأبعادها" بنسبة (13.2%)، يليه "تقدم المعلومات مبسطة ومدعمة بالصور والفيديوهات" بنسبة (12.3%)، ثم لأنها "أوسع انتشاراً من الوسائل الأخرى" بنسبة (11.5%)، و"إمكانية متابعتها في أي وقت" بنسبة (11%)، وأخيراً "التعود على استخدام وسائل الإعلام الرقمية" بنسبة (10%). أما أقل تلك الأسباب فجاء "لمجرد شغل وقت الفراغ" بنسبة (8%)، ثم لأنها "أكثر جاذبية في عرض مضمون القضايا السياسية والتنموية" بنسبة (7.2%)، يليه "وجود مساحة كافية من الحرية للمناقشة وتبادل الآراء عبر الفضاء الإلكتروني" بنسبة (7.1%)، وكونها "تساعد في تشكيل الاتجاهات نحو قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب" بنسبة (6.8%)، ثم كونها "تناقش قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بموضوعية وعمق" بنسبة (6.7%)، كما "تساعد في ترتيب أولوياتي نحو السلوكيات التي يجب تبنيها تجاه عملية

تمكين الشباب" بنسبة (6.4%). النتيجة التي تؤكد رؤية المبحوثين لأسباب ضعف تأثير وسائل الإعلام الرقمية في الاهتمام بقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، وكيفية تعزيز الثقة في مضامين وسائل الإعلام الرقمية التي تناقش قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب.

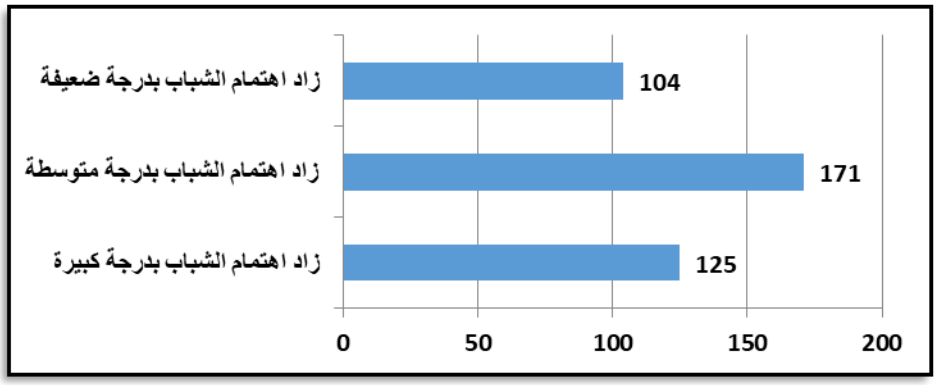
جدول (19): اتجاه المبحوثين نحو مفهوم التمكين السياسى والاقتصادي للشباب وإستراتيجياته

الاتجاه نحو مفهوم التمكين	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى
التمكين السياسى	400	2.5453	0.42987	84.84
التمكين الاقتصادي	400	2.4736	0.51524	82.45

توضح بيانات الجدول السابق أن الاتجاه المؤيد كان لصالح مفهوم التمكين السياسي، وذلك بوزن نسبي (84.84%)، بفارق بسيط مع الاتجاه نحو مفهوم التمكين الاقتصادي بوزن نسبي (82.45)، حيث بلغ أعلى وزن نسبي لصالح الاتجاه المؤيد لعبارة "التمكين السياسي هو تعزيز قدرات الشباب وتشجيعهم على المشاركة السياسية" (87.58%)، وتساوى في المرتبة الثانية كل من "التمكين الاقتصادي هو دعم مشاركة الشباب في صياغة خطط وأهداف التنمية المستدامة وتحقيق الإصلاح الاقتصادي"، و"التمكين السياسي للشباب جزء من تحقيق التنمية السياسية بالدولة التي بدورها تؤثر في عملية الإصلاح السياسي الشامل"، و"تحقيق التمكين السياسي والاقتصادي يدعم بدوره الإصلاح السياسي والاقتصادي بالدولة" بوزن نسبي (82.42%)، ثم في المرتبة الثالثة عبارة "التمكين السياسي والاقتصادي للشباب يدعم قيم المواطنة والشعور بالانتماء والهوية" بوزن نسبي (86.33%). وفي المرتبة الرابعة عبارة "التمكين السياسي هو مبادرات وخطط لتنمية الكفاءات وإكسابهم الثقة في المجالات السياسية والاجتماعية" بوزن نسبي (86.35%)، يليها في المرتبة الخامسة والسادسة كل من "تزيد خطط التمكين السياسي والاقتصادي للشباب من درجة الثقة السياسية"، و"التمكين السياسي هو دعم المشاركة السياسية وتنمية الوعي السياسي لبناء شخصية ديمقراطية تعرف حقوقها وواجباتها السياسية" بوزن نسبي (86.17%) و(86.08%) على التوالي. وجاءت عبارة "مبادرات تدريب الشباب وبرامج تأهيلهم

للقيادة من شأنها تنمية المهارات السياسية للشباب"، و"التمكين الاقتصادي هو دعم وصول الشباب إلى العمل والعمالة اللائقة المنتجة" بوزن نسبي (85.58%) و(85.00%) على التوالي. وجاء كل من "التمكين السياسي هو جعل الشباب مؤثرين في المجتمع من خلال إشراكهم في مناقشة الأهداف العامة وصياغة الخطط الإستراتيجية"، و"يترتب على نجاح خطط التمكين السياسي تحقيق التنمية السياسية"، و"التمكين السياسي هو توفير بيئة داعمة للثقافة الديمقراطية لدى للشباب وتدعيم حرية التعبير عن الرأي" بوزن نسبي بلغ (84.33%) و(84.17%) و(84.08%) على التوالي.

- **المحور الرابع: تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التمكين السياسى والاقتصادي للشباب**



شكل (2): تقييم المبحوثين لتأثير وسائل الإعلام الرقمية في الاهتمام بقضية تمكين الشباب

توضح بيانات الشكل السابق أن تقييم غالبية المبحوثين لتأثير وسائل الإعلام الرقمية في الاهتمام بقضية تمكين الشباب كان لصالح زيادة الاهتمام "بدرجة متوسطة" بنسبة (42.8%)، يليها زيادة الاهتمام "بدرجة كبيرة" بنسبة (31.2%)، وأخيراً زيادة اهتمام المبحوثين "بدرجة ضعيفة" بنسبة (26%)، الأمر الذي يؤكد الدور الإيجابي لوسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية تمكين الشباب. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أحمد سامي، 2018) ودراسة (أسامة المدني، 2018)، في أن وسائل الإعلام الرقمي، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، عملت على التعريف بقضايا التنمية المستدامة وتوسيع المعرفة بها وتشجيع المشاركة المجتمعية.

جدول (20): العلاقة بين تقييم المبحوثين لتأثير وسائل الإعلام الرقمية في الاهتمام بقضية تمكين الشباب والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	درجة التأثير						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			قوية		متوسطة		ضعيفة				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	79	34.8	90	39.7	58	25.5	3.341	2	0.188
	أنثى	173	46	26.6	81	46.8	46	26.6			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	27	24.5	51	46.4	32	29.1	4.064	4	0.397
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	83	33.5	101	40.7	64	25.8			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	15	35.7	19	45.3	8	19			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	26	34.7	31	45.3	18	24	2.665	4	0.615
	متوسط	231	75	32.5	94	40.7	62	26.8			
	منخفض	94	24	25.5	46	49	24	25.5			
العمل	يعمل	222	81	36.5	85	38.3	56	25.2	6.816	2	0.033
	لا يعمل	178	44	24.7	86	48.3	48	27			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	47	42.3	39	35.2	25	22.5	8.847	2	0.012
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	78	27	132	45.6	79	27.4			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	20	48.8	12	29.2	9	22	6.723	2	0.035
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	105	29.2	159	44.3	95	26.5			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	14	40	13	37.2	8	22.8	1.368	2	0.505
	ليس عضوا بأي من منظمات المجتمع المدنى	365	111	30.4	158	43.3	96	26.3			
الإجمالى		125	31.2		171	42.8	104	26	ن=400		

وأوضحت النتائج وجود علاقة بين تقييم تأثير وسائل الإعلام الرقمية وكل من (الانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2=8.847، 6.723، 6.816 على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما أوضحت عدم وجود علاقة بين تقييم تأثير وسائل الإعلام الرقمية وكل

من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، وعضوية منظمات المجتمع المدني)؛ لأن كا^2= 3.341، 4.064، 2.665، 1.368، على التوالي، وجميعها قيم غير دالة عند مستوى معنوية= 0.188، 0.397، 0.615، 0.505، على التوالي، أي أن تقييم المبحوثين لتأثير وسائل الإعلام الرقمية في اهتمام الشباب بقضية تمكينهم سياسيًّا واقتصاديًّا لا يختلف حسب متغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، وعضوية منظمات المجتمع المدني، فيما تختلف درجة تقييم المبحوثين لتأثير وسائل الإعلام الرقمية في اهتمام الشباب بقضية تمكينهم وفقًا لمتغيرات: الانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، والعمل.

جدول (21): رؤية المبحوثين لأسباب ضعف تأثير وسائل الإعلام الرقمية في الاهتمام بقضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب

أسباب ضعف التأثير	ك	%
ضعف الثقة في الوسيلة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعى	43	16.5
سطحية التناول للقضية وعدم كفاية المعلومات	52	20
ضعف الاهتمام بتغطية الأخبار المتعلقة بقضية تمكين الشباب	45	17.3
ضعف الاهتمام بالأنشطة المتعلقة بالتمكين السياسى والمشاركة السياسية للشباب	37	14.2
عدم التركيز على الأنشطة المتعلقة بالتمكين الاقتصادي، مثل الشمول المالى وريادة الأعمال	46	17.7
عدم توظيف الوسائط المتعددة في تناول قضية تمكين الشباب	37	14.2

*ن أقل من 400

توضح بيانات الجدول السابق أن في مقدمة أسباب ضعف تأثير وسائل الإعلام الرقمية في الاهتمام بقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب جاء "سطحية التناول للقضية وعدم كفاية المعلومات" بنسبة (20%)، يليه في المرتبة الثانية "عدم تركيز تلك الوسائل على الأنشطة المتعلقة بالتمكين الاقتصادي، مثل الشمول المالي وريادة الأعمال" بنسبة (17.7)، وفي المرتبة الثالثة "ضعف اهتمام تلك الوسائل بتغطية الأخبار المتعلقة بقضية تمكين الشباب" بنسبة (17.3%)، وفي المرتبة الرابعة "ضعف الثقة في الوسيلة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة (16.5%)، وفي المرتبة الأخيرة تساوى كل من "الاهتمام بالأنشطة المتعلقة بالتمكين السياسي والمشاركة السياسية للشباب"، و"عدم

توظيف الوسائط المتعددة في تناول قضية تمكين الشباب" بنسبة (14.2%). ومن ثَمَّ يمكن القول: إنه من أجل تحقيق تأثير داعم لقضايا تمكين الشباب عبر الوسائل الرقمية يجب الاهتمام بعمق التغطية، وتوظيف العناصر المرئية والوسائط المتعددة، والتركيز على الأنشطة المتعلقة بالتمكين السياسي والاقتصادي.

جدول (22): العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين قضية التمكين بوسائل الإعلام الرسمية والمتغيرات الديموغرافية

المتغيرات		ن	درجة الثقة						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			قوية		متوسطة		ضعيفة				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	123	54.2	81	35.7	23	10.1	55.036	3	0.00
	أنثى	173	32	18.5	103	59.5	38	22			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	18	16.2	67	61	24	21.8	40.833	6	0.000
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	110	44.3	104	42	34	13.7			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	27	64.3	13	31	2	4.7			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	51	68	19	25.3	5	6.7	56.512	6	0.000
	متوسط	231	19	8.2	109	47.2	91	39.5			
	منخفض	94	13	13.8	56	59.6	25	26.6			
العمل	يعمل	222	124	55.8	74	33.4	24	10.8	62.156	3	0.000
	لا يعمل	178	31	17.4	110	61.8	37	20.8			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	77	69.3	31	28	3	2.7	63.952	3	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	78	27	153	53	58	20			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	25	61	14	34.1	2	4.9	10.453	3	0.015
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	130	36.2	170	47.3	59	16.5			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	20	57.1	13	37.1	2	5.8	6.303	3	0.98
	ليس عضوا بأي من منظمات المجتمع المدنى	365	135	37	171	46.8	59	16.2			
الإجمالى		ن=400	61	15.2	184	46	155	38.8			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يثقون "بدرجة متوسطة" في مضامين الوسائل الرسمية التي تناقش التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بنسبة (46%)، يليها الثقة "بدرجة ضعيفة" بنسبة (38.8%)، وأخيراً "الثقة بدرجة كبيرة"

بنسبة (15.2%)، ومن ثَمَّ يمكن القول: إن درجة ثقة المبحوثين في مضامين وسائل الإعلام الرقمية الرسمية تميل إلى الضعف إلى حد ما، وأوضحت النتائج وجود علاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين قضية التمكين بوسائل الإعلام الرسمية وكل من (النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 55.036، 40.833، 56.512، 63.952، 10.453، 62.156، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما أوضحت عدم وجود علاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين قضية التمكين بوسائل الإعلام الرسمية وعضوية منظمات المجتمع المدني؛ لأن كا^2= 6.303، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية= 0.98. أي أن ثقة المبحوثين في الوسائل الرسمية تختلف حسب متغيرات النوع، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، والعمل، ولا تختلف وفقًا لمتغير وعضوية منظمات المجتمع المدني. ومن ثَمَّ يمكن استنتاج أن درجة الثقة في الوسائل الرسمية تقل إلى حد ما بين المبحوثين من الإناث، والمبحوثين الحاصلين على الثانوية العامة أو الفنية، والمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، وكذلك بين المبحوثين غير العاملين، والمبحوثين من غير الأعضاء بالأحزاب السياسية وغير أعضاء في الاتحادات الشبابية.

جدول (23): العلاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين قضية التمكين بوسائل الإعلام غير الرسمية والمتغيرات الديموغرافية

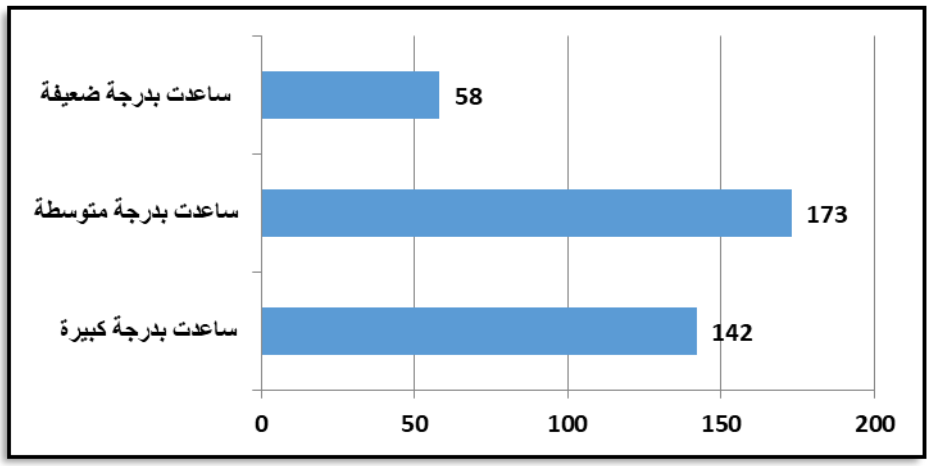
المتغيرات		ن	درجة الثقة						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			قوية		متوسطة		ضعيفة				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	74	32.6	123	54.2	30	13.2	20.150	3	0.000
	أنثى	173	13	7.5	66	38.1	94	54.4			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	11	10	43	39	56	51	9.368	6	0.154
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	30	12	123	49.6	95	38.4			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	2	4.7	23	54.7	17	40.4			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	13	17.3	39	52	23	30.7	15.653	6	0.016
	متوسط	231	27	8.4	107	46.3	97	42			
	منخفض	94	3	3.2	43	45.7	48	51.1			
العمل	يعمل	222	31	14	117	52.7	74	33.3	17.645	3	0.154
	لا يعمل	178	12	6.7	72	40.5	94	52.8			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	23	20.7	54	48.7	34	30.6	19.205	3	0.00
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	20	6.9	135	46.7	134	46.4			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	6	14.6	19	46.4	16	39	0.845	3	0.839
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	37	10.3	170	47.3	152	42.4			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	4	11.4	20	57.1	11	31.4	1.886	3	0.597
	ليس عضوا بأى من منظمات المجتمع المدنى	365	39	10.6	169	46.4	157	43			
الإجمالى		44	11	189	47.2	167	41.8	ن=400			

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يثقون "بدرجة متوسطة" في مضامين وسائل الإعلام غير الرسمية التي تناقش التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بنسبة (47.2%)، يليها الثقة "بدرجة ضعيفة" بنسبة (41.8%)، وأخيراً "الثقة بدرجة كبيرة" بنسبة (11%)، ومن ثَمَّ يمكن القول: إن درجة ثقة المبحوثين في مضامين وسائل الإعلام الرقمية غير الرسمية تميل إلى الضعف في الثقة إلى حدٍّ ما. وأوضحت النتائج وجود علاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين قضية التمكين بوسائل الإعلام غير الرسمية وكل من (النوع، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 20.150، 15.653، 19.205، 17.645، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما أوضحت عدم وجود علاقة بين درجة ثقة المبحوثين في مضامين قضية التمكين بوسائل الإعلام غير الرسمية وكل من (مستوى التعليم، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني)؛ لأن كا^2= 9.368، 0.845، 1.886، على التوالي، وجميعها قيم غير دالة عند مستوى معنوية= 0.154، 0.839، 0.597، على التوالي. أي أن ثقة المبحوثين في الوسائل غير الرسمية تختلف حسب متغيرات؛ النوع، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، والعمل، ولا تختلف وفقًا لمتغيرات؛ مستوى التعليم، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وعضوية منظمات المجتمع المدني. ومن ثَمَّ يمكن استنتاج أن درجة الثقة في الوسائل غير الرسمية تقل بين المبحوثين من الإناث، والمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، وكذلك بين المبحوثين غير العاملين، والمبحوثين من غير الأعضاء بالأحزاب السياسية.

جدول (24): اتجاه المبحوثين نحو العوامل التى تعزز الثقة في مضامين وسائل الإعلام الرقمية التى تناقش قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب

العبارة	الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	مؤيد		محايد		معارض						
	ك	%	ك	%	ك	%					
المناقشة الموضوعية لتأثير المشاركة السياسية والمجتمعية للشباب في المجتمع المصري	255	63.8	118	29.5	27	6.8	2.5700	0.61729	85.67	مؤيد	1
تقديم نماذج حقيقية لرواد أعمال من الشباب من أجل تأكيد نجاح عمليات التمكين الاقتصادى	251	62.8	115	28.8	34	8.5	2.5425	0.64749	84.75	مؤيد	2
تشجيع الشباب على التفاعل وإبداء الآراء نحو قضية تمكينهم مع ضرورة إبراز التأثير الفعلى لمقترحاتهم التى نُفذت على أرض الواقع	232	58	144	36	24	6	2.5200	0.60871	84.00	مؤيد	3
الترويج لمظاهر التمكين الاقتصادى من خلال نشر سياسات الشمول المالى مثل الخدمات المصرفية للشباب وتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة	216	54	146	36.5	38	9.5	2.4450	0.66187	81.50	مؤيد	4
نشر محتوى يعتمد على الوسائط المتعددة لعرض قضية تمكين الشباب وأبعادها للاستفادة من إمكانات الوسائل الرقمية	203	50.8	167	41.8	30	7.5	2.4325	0.62963	81.08	مؤيد	5
توضيح آلية إشراك الشباب في وضع خطط التنمية المستدامة، وخطط تمكينهم المرحلية ضمن رؤية مصر 2030	212	53	145	36.3	43	10.8	2.4225	0.67834	80.75	مؤيد	6
الترويج للتمكين السياسى من خلال نماذج لشباب تولوا المناصب السياسية والعامة والقيادية والإدارية بالدولة	210	52.5	146	36.5	44	11	2.4150	0.68113	80.50	مؤيد	7

توضِّح بيانات الجدول السابق أن في مقدمة العوامل التي تعزز الثقة في مضامين وسائل الإعلام الرقمية التي تناقش قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب: "المناقشة الموضوعية لتأثير المشاركة السياسية والمجتمعية للشباب في المجتمع المصري"، بوزن نسبي (85.67%)، وفي المرتبة الثانية "تقديم نماذج حقيقية لروَّاد أعمال من الشباب من أجل تأكيد نجاح عمليات التمكين الاقتصادي" بوزن نسبي (84.75%)، وفي المرتبة الثالثة "تشجيع الشباب على التفاعل وإبداء الآراء نحو قضية تمكينهم، مع ضرورة إبراز التأثير الفعلي لمقترحاتهم التي نُفذت على أرض الواقع" بوزن نسبي (84.00%)، وفي المرتبة الرابعة "الترويج لمظاهر التمكين الاقتصادي من خلال نشر سياسات الشمول المالي، مثل الخدمات المصرفية للشباب وتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة" بوزن نسبي (81.50%)، وفي المرتبة الخامسة "نشر محتوى يعتمد على الوسائط المتعددة لعرض قضية تمكين الشباب وأبعادها للاستفادة من إمكانات الوسائل الرقمية" بوزن نسبي (81.08%)، وفي المرتبة السادسة والسابعة كل من " توضيح آلية إشراك الشباب في وضع خطط التنمية المستدامة، وخطط تمكينهم المرحلية ضمن رؤية مصر 2030"، و"الترويج للتمكين السياسي من خلال نماذج لشباب تولوا المناصب السياسية والعامة والقيادية والإدارية بالدولة"، بوزن نسبي بلغ (80.75%)، و(80.50) على التوالي. وهي النتيجة التي تؤكد ما أوضحته الدراسة حول أسباب ضعف تأثير الوسائل الرقمية في دعم قضية تمكين الشباب، وكان في مقدمة تلك الأسباب سطحية التناول للقضية، وعدم كفاية المعلومات، وعدم التركيز على أنشطة التمكين، إضافة إلى "ضعف الثقة في الوسيلة، ومن ثم فإن المبحوثين أبدَوْا آراءَهم حول الرؤية التي تدعم توظيف تلك الوسائل في عملية تحقيق التمكين.



شكل (3):

تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب

توضح بيانات الشكل السابق أن غالبية المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الرقمية "ساعدت بدرجة متوسطة في دعم تمكين الشباب" بنسبة (43.3%). يليها "ساعدت بدرجة كبيرة في دعم تمكين الشباب" بنسبة (35.5%)، وأخيراً "ساعدت بدرجة ضعيفة في دعم تمكين الشباب" بنسبة (21.2%)، وهي النتيجة التي تؤكد ما توصلت إليه النتيجة السابقة المتعلقة بتقييم المبحوثين لتأثير وسائل الإعلام الرقمية في الاهتمام بقضية تمكين الشباب، حيث جاء في المرتبة الأولى "زيادة اهتمام الشباب بدرجة متوسطة بقضايا تمكينهم" فاتسقت استجابة المبحوثين. وتتفق النتيجة الحالية مع دراسة (Amita Chaudhary, 2016)، ودراسة (Fab-Ukozor and Ojiakor, 2020) في أن وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت الشباب في تطوير مهاراتهم وقدراتهم وتمكين الشباب من المشاركة في التنمية المستدامة، وأكدت أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التمكين الاقتصادي للشباب.

جدول (25): العلاقة بين تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب والمتغيرات الديمغرافية

المتغيرات		ن	تقييم دور الوسائل الرقمية						قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى المعنوية
			قوية		متوسطة		ضعيفة				
			ك	%	ك	%	ك	%			
النوع	ذكر	227	86	37.8	101	44.5	39	17.7	5.458	2	0.065
	أنثى	173	55	31.8	72	41.6	46	26.5			
مستوى التعليم	الثانوية العامة/ الفنية	110	36	32.7	46	41.8	28	25.5	10.237	4	0.037
	مؤهل جامعى (بكالوريوس/ ليسانس)	248	83	33.4	111	44.7	54	21.7			
	دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراة)	42	23	54.7	16	38	3	7.8			
المستوى الاقتصادي	مرتفع	75	32	42.6	34	45.3	9	12	12.654	4	0.13
	متوسط	231	84	36	102	44.1	45	19.9			
	منخفض	94	31	33	37	39.3	26	27.7			
العمل	يعمل	222	90	40.5	97	43.7	35	15.8	10.654	2	0.005
	لا يعمل	178	52	29.2	76	42.7	50	28.1			
الانتماء الحزبى	ينتمى لحزب سياسى	111	53	47.7	55	49.5	3	2.7	32.772	2	0.000
	لا ينتمى لحزب سياسى	289	89	30.8	118	40.8	82	28.4			
عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	21	51.2	19	46.3	1	2.4	10.888	2	0.004
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	359	121	33.7	154	43	84	23.3			
عضوية منظمات المجتمع المدنى	عضو بإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	17	48.5	15	42.8	3	8.5	4.749	2	0.093
	ليس عضوا بأى من منظمات المجتمع المدنى	365	125	34.2	158	43.3	82	22.5			
الإجمالى		142	35.5		173	43.3	58	21.2	ن =400		

وأوضحت نتائج الجدول السابق أنه بالنسبة لمتغير النوع، كان تقييم المبحوثين من الذكور لدور الوسائل الرقمية في دعم تمكين الشباب إيجابيًّا بنسبة (37.8%)، مقارنة بالإناث بنسبة (31.8%)، وبالنسبة للمستوى التعليمي كان تقييم المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا إيجابيًّا بنسبة (54.7%) مقارنة بالحاصلين على مؤهل جامعي فقط، والحاصلين على الشهادة الثانوية العامة والفنية، وكان الاتجاه الإيجابي قويًّا أيضًا وفقًا لاستجابات المبحوثين المنتمين إلى اتحادات شبابية ومنظمات مجتمع مدني بنسبتين (51.2%) و(42.8%) على التوالي. أما بالنسبة للمستوى الاقتصادي، فكان تقييم المبحوثين من ذوي الدخل المرتفع لدور الوسائل الرقمية في دعم تمكين الشباب إيجابيًّا إلى حد ما بنسبة (45.3%)، مقارنة بالمستوى المتوسط والمنخفض، وفقًا لمتغير العمل كان تقييم المبحوثين العاملين لدور الوسائل الرقمية في دعم تمكين الشباب إيجابيًّا إلى حد ما بنسبة (43.7%). كما أوضحت نتائج الجدول السابق وجود علاقة بين تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب وكل من (مستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، والانتماء الحزبي، وعضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، والعمل)؛ لأن قيمة كا^2= 10.237، 12.654، 32.772، 10.888، 10.654، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05. كما أوضحت عدم وجود علاقة بين تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب وكل من (النوع، وعضوية منظمات المجتمع المدني)؛ لأن كا^2= 5.458، 4.749، على التوالي، وجميعها قيم غير دالة عند مستوى معنوية= 0.065، 0.093، على التوالي. ومن ثَم يمكن استنتاج أن درجة التقييم المرتفعة لدور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضايا التمكين تزداد بين المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، ومن الحاصلين على مؤهل جامعي، وكذلك بين المبحوثين العاملين، وأعضاء الاتحادات الشبابية والأحزاب السياسية، الأمر الذي يؤكد أن انتماء المبحوث لهيئة شبابية أو لحزب سياسي، بجانب كونه لديه وظيفة أو مجال عمل معين، جميعها عوامل من شأنها مساعدة المبحوث من تلك الفئات على تكوين اتجاه داعم لدور وسائل الإعلام الرقمية في قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب.

جدول (26):
رؤية المبحوثين لأسباب عدم دعم وسائل الإعلام الرقمية لقضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب

الأسباب	ك	%
الجهود المبذولة للتعريف بقضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب ضعيفة	40	23
ضعف الاستناد إلى العوامل الإقناعية مثل الأرقام والصور والفيديوهات	31	17.8
لا تقدم تقارير دورية عن الإنجازات التى تمت من أجل تمكين الشباب	31	17.8
لا تقدم نماذج رائدة للشباب الذين نجحوا في المجالات السياسية والاقتصادية والمجتمعية	27	15.5
لا تنشر بشكل دوري الأنشطة والفعاليات المتعلقة بأنشطة مشاركة الشباب وتمكينهم سياسيا واقتصاديا واجتماعيا	45	25.9

*ن أقل من 400

توضح بيانات الجدول السابق أسباب عدم دعم وسائل الإعلام الرقمية لقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب من وجهة نظر المبحوثين، وجاء في مقدمتها أنها "لا تنشر دوريًا الأنشطة والفعاليات المتعلقة بمشاركة الشباب المجتمعية وتمكينهم سياسيًا واقتصاديًا" بنسبة (25.9%)، يليه أن "الجهود المبذولة للتعريف بقضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب ضعيفة" بنسبة (23%)، ثم كل من "ضعف الاستناد إلى العوامل الإقناعية مثل الأرقام والصور"، و"عدم تقديم تقارير دورية عن الإنجازات التي تمت من أجل تمكين الشباب"، بنسبة (17.8%)، وأخيرًا أنها "لا تحرص على تقديم نماذج رائدة للشباب في المجالات السياسية والاقتصادية والمجتمعية" بنسبة (15.5%). ومن ثَم تشير هذه النتيجة إلى أنه من أجل تحقيق دعم لقضايا تمكين الشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي، فإنه يجب الأخذ في الاعتبار ضرورة عرض الأنشطة والفعاليات التي تدعم ممارسات التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، وبذل جهود أكبر من أجل التعريف بتلك القضايا، مع ضرورة الاستناد إلى الأساليب الإقناعية العقلانية في عرض قضية تمكين الشباب، التي تشمل توظيف الأرقام والصور والفيديوهات وتقديم النماذج الشبابية الرائدة.

جدول (27): اتجاهات المبحوثين نحو دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية التمكين السياسى والاقتصادي للشباب

العبارة	الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	مؤيد		محايد		معارض						
	ك	%	ك	%	ك	%					
تشجيع الشباب على التعبير عن مطالبهم وآرائهم بحرية في إطار دعم النقاشات العامة	284	71	98	24.5	18	4.5	2.6650	0.55996	88.83	مؤيد	1
التعريف بالإنجازات التى حصل عليها الشباب لتمكينهم سياسيا واقتصاديا	279	69.8	91	22.8	30	7.5	2.6225	0.62126	87.42	مؤيد	2
تدعيم الشباب للوصول إلى المناصب القيادية وتعزيز دورهم القيادي	282	70.5	83	20.8	35	8.8	2.6175	0.64205	87.25	مؤيد	3
تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو قضية التمكين السياسى والاقتصادى	269	67.3	108	27	23	5.8	2.6150	0.59385	87.17	مؤيد	4
توعية الشباب بواجباتهم السياسية في المجتمع	271	67.8	104	26	25	6.3	2.6150	0.60223	87.17	مؤيد	5
تساعد في تنمية قدرات الشباب ومهاراتهم على إدارة مشروعاتهم الصغيرة والمتوسطة	262	65.5	121	30.3	17	4.3	2.6125	0.56846	87.08	مؤيد	6
توعية الشباب بحقوقهم في العمل	276	69	90	22.5	34	8.5	2.6050	0.64031	86.83	مؤيد	7
ترسيخ مفاهيم الديمقراطية والإصلاح السياسى والتنمية السياسية	273	68.3	94	23.5	33	8.3	2.6000	0.63719	86.67	مؤيد	8
تبرز الجهود المشتركة بين مؤسسات الدولة، ومنظمات المجتمع المدنى، والمراكز البحثية لتحسين أوضاع الشباب	278	69	89	22.3	35	8.8	2.6025	0.64462	86.75	مؤيد	9
تشجع الشباب على العمل السياسى والمشاركة في صنع واتخاذ القرار	268	67	102	25.5	30	7.5	2.5950	0.62606	86.50	مؤيد	10
ترسيخ مفاهيم ريادة الأعمال والشمول المالى والتنمية المستدامة	271	67.8	93	23.2	36	9	2.5875	0.65069	86.25	مؤيد	11
التوعية السياسية للشباب بالمجتمع الافتراضى عبر وسائل الإعلام الرقمية	257	64.3	121	30.3	22	5.5	2.5875	0.59433	86.25	مؤيد	12

العبارة	الاتجاه						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	مؤيد		محايد		معارض						
	ك	%	ك	%	ك	%					
ترسيخ مفهوم الانتماء الوطنى والهوية لدى الشباب	261	65.3	107	26.8	32	8	2.5725	0.63699	85.75	مؤيد	13
تسهيل التواصل مع الرموز والقيادة السياسية	238	59.5	115	28.8	47	11.8	2.4775	0.69693	82.58	مؤيد	14

توضح بيانات الجدول السابق اتجاهات المبحوثين نحو دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، وكان مجمل الاتجاهات نحوها مؤيدة، حيث جاء في المرتبة الأولى "تشجيع الشباب على التعبير عن مطالبهم وآرائهم بحرية في إطار دعم النقاشات العامة"، بوزن نسبي (88.83%)، وفي المرتبة الثانية "التعريف بالإنجازات التي حصل عليها الشباب لتمكينهم سياسيًّا واقتصاديًّا" بوزن نسبي (87.42%)، وفي المرتبة الثالثة "تدعيم الشباب للوصول إلى المناصب القيادية وتعزيز دورهم القيادي" بوزن نسبي (87.25%)، وفي المرتبتين الرابعة والخامسة تساوى كل من "تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو قضية التمكين السياسي والاقتصادي"، و"توعية الشباب بواجباتهم السياسية في المجتمع" بوزن نسبي (87.17%)، أما العبارة التي مثَّلت أقل وزن نسبي فشملت كلًا من "ترسيخ مفهوم الانتماء الوطني والهوية لدى الشباب"، و"تسهيل التواصل مع الرموز والقيادة السياسية"، بوزنين نسبيين بلغا (85.75%) و(82.58%) على التوالي. ومن ثمَّ تؤكد هذه النتيجة النتائج السابقة التي توصلت إليها الدراسة، ولكي تتمكن الوسائل الرقمية من تأدية دور إيجابي وداعم لتمكين الشباب سياسيًّا واقتصاديًّا فيجب الأخذ في الاعتبار الأسباب التي من شأنها أن تُضعف من تأثير تلك الوسائل، من أجل إنتاج محتوى يعزز دورها في التمكين، الأمر الذي يمكن طرحه في توصيات الدراسة.

جدول (28): الآثار المترتبة عن التعرض لقضية التمكين السياسي والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية

الآثار المترتبة عن التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
آثار معرفية	400	2.4190	0.51566	80.63
آثار وجدانية	400	2.4288	0.46485	80.96
آثار سلوكية	400	2.1842	0.53709	72.81

توضح بيانات الجدول السابق أنه بالنسبة للتأثيرات الناتجة عن التعرض لقضية التمكين السياسي والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية، فقد كانت التأثيرات الوجدانية في مقدمة تلك التأثيرات بوزن نسبي بلغ (80.96%)، وشملت العبارات الآتية: "المشاركة في العملية الانتخابية من خلال الإدلاء بصوتي يجعلني أشعر أنني ممكَّن سياسيًّا" بوزن نسبي (83.67%)، و"برامج إعداد ودعم رواد الأعمال الشباب تُشعرني بأهمية دوري في تنمية الاقتصاد"، بوزن نسبي (82.17%)، و"مشاركتي في الأحزاب السياسية تدعم شخصيتي وتجعلني أدرك دوري السياسي والمجتمعي" بوزن نسبي (82.00%)، و"إبداء رأيي في المؤتمرات والمنتديات الوطنية والعالمية يشعرني بأهمية دوري في عملية صنع واتخاذ القرار" بوزن نسبي (79.67%)، و"متابعة ما أنجزته الدولة لتمكين الشباب يجعلني أكثر ثقةً بالمستقبل" بوزن نسبي (79.33)، و"الحصول على تمويل للمشروعات الصغيرة والمتوسطة والخدمات المصرفية للشباب يُشعرني بأنني ممكَّن اقتصاديًّا" بوزن نسبي (78.92%). وفي المرتبة الثانية جاءت التأثيرات المعرفية بوزن نسبي (80.63%)، وشملت العبارات الآتية: "أصبحت أكثر وعيًا بأهمية دور التمكين من أجل تحقيق الإصلاح السياسي والاقتصادي بالدولة" بوزن نسبي (84.00 %)، و"أصبحت أكثر وعيًا بأهمية المشاركة السياسية بأشكالها المختلفة" بوزن نسبي (83.75%)، و"أصبحت أكثر وعيًا بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي للشباب وآلياته" بوزن نسبي (80.42%)، و"أصبحت أكثر وعيًا بخطط التمكين بوصفها جزءًا من تحقيق التنمية المستدامة" بوزن نسبي (80.00%)، و"زادت معرفتي بماهية برامج الشمول المالي والخدمات المصرفية للشباب كجزء من أبعاد تحقيق التمكين الاقتصادي" بوزن نسبي (75.00%). وفي المرتبة الثالثة جاءت التأثيرات السلوكية بوزن نسبي (72.81%)،

وشملت العبارات الآتية: "أناقش قضية التمكين السياسي والاقتصادي مع الآخرين" بوزن نسبي (75.92%)، و"أشارك في برامج ودورات تأهيل الشباب وإعدادهم للقيادة" بوزن نسبي (75.58%)، و"أشارك في النقابات ومنظمات المجتمع المدني" بوزن نسبي (74.92%)، و"أشارك في المؤتمرات الوطنية والدولية للشباب" بوزن نسبي (70.83%)، و"أشارك في الأحزاب السياسية وفي الانتخابات" بوزن نسبي (70.00%)، و"أشارك في أنشطة المنظمات والهياكل الشبابية" بوزن نسبي (69.58%). ومن ثَمَّ يمكن القول إن التعرض لوسائل الإعلام الرقمية خلق اتجاهاً داعماً لدى الجمهور عينة الدراسة نحو قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، من خلال التأثيرات الوجدانية والمعرفية التي حققها المحتوى السياسي.

وتتفق النتيجة السابقة مع دراسة (**نادية إبراهيم وهالة عبد الله**، 2020) ودراسة (**Ida, Saud, and Mashud,** 2020)، ودراسة (**Arpannudin & Aulia ,** 2019)، ودراسة (**Mohammad Ehsan,** 2018)، ودراسة (**لامان أحمد، وسمر مهران**، 2017)، حيث تُوظف وسائل الإعلام الرقمي من أجل تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب ودعم الثقافة السياسية وتعزيز المشاركة السياسية، وفي بناء اتجاهات الشباب نحو قضايا المواطنة والديمقراطية والتنمية المستدامة.

- المحور الخامس: توقعات الشباب المصري عن مستقبل التمكين السياسى والاقتصادي ومستوياتها

جدول (29):

درجة معرفة المبحوثين بجهود الدولة في تحقيق التمكين السياسى والاقتصادى للشباب (الوضع الحالى)

إستراتيجيات تحقيق التمكين	درجة المعرفة						المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	قوية		متوسطة		ضعيفة						
	ك	%	ك	%	ك	%					
طرح وحدات سكنية ضمن مشروع إسكان الشباب 2022	228	57	124	31	48	12	2.4500	0.69909	81.67	قوية	1
عقد منتدى شباب العالم كحدث سنوى يعقد بمصر، وكمنصة فعالة من الشباب لدعم رسالة السلام والتنمية والحوار بين الشباب من مختلف الثقافات	216	54	127	31.8	57	14.2	2.3975	0.72513	79.92	قوية	2
عقد المؤتمرات الوطنية للشبابِ لتكون ملتقى دوريا للحوار المباشر بين الشباب المصرى وممثلين عن الحكومة المصرية	214	53.4	123	30.8	63	15.8	2.3775	0.74254	79.25	قوية	3
توفير فرص لمشاركة الشباب اقتصاديا من خلال دعم سياسات الشمول المالى، مثل الخدمات المصرفية للشباب، وتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة	204	51	128	32	68	17	2.3400	0.75221	78.00	قوية	4
تقديم قروض ميسرة للشباب بفائدة قيمتها لا تتجاوز 5% للشباب من أجل البدء في إقامة مشروعات صغيرة	198	49.5	125	31.3	77	19.2	2.3025	0.77297	76.75	قوية	5
إنشاء 4 آلاف مصنع للصناعات الصغيرة ومتناهية الصغر لتوفير أكثر من 40 ألف فرصة عمل للشباب	190	47.5	132	33	78	19.5	2.2800	0.77012	76.00	قوية	6

إستراتيجيات تحقيق التمكين	درجة المعرفة						المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	قوية		متوسطة		ضعيفة						
	ك	%	ك	%	ك	%					
تولى الشباب مناصب معاونين ونواب للوزراء ومحافظين ونواب محافظين، حيث شكّل الشباب 60% من حركة المحافظين لعام 2019	193	48.3	122	30.5	85	21.2	2.2700	0.78972	75.67	قوية	7
إنشاء الأكاديمية الوطنية لتأهيل وتدريب الشباب بقرار رئاسى عام 2017، وتأهيلهم لتولى المناصب القيادية كصف ثان في أجهزة الدولة	178	44.5	150	37.5	72	18	2.2650	0.74576	75.50	قوية	8
طرح نصف مليون فدان من مشروع المليون ونصف المليون فدان، للمستثمرين الصغار والكبار، وإمكانية حصول الشاب المصرى على 10 أفدنة بالتقسيط بفائدة 5% متناقصة	183	45.8	138	34.5	79	19.8	2.2600	0.76738	75.33	قوية	9
إنشاء وتحديث قاعدة قوية وغنية من الكفاءات الشابة القادرة على تولى مسؤولية العمل السياسى والإدارى في مختلف المجالات والقطاعات الحكومية في زمن قياسى	176	44	135	33.8	89	22.2	2.2175	0.78533	73.92	قوية	10
اهتمام القيادة السياسية بوضع التمكين السياسى والاقتصادي للشباب ضمن الخطط المرحلية للإستراتيجية الوطنية مصر ٢٠٣٠	156	41.3	149	37.2	86	21.5	2.1975	0.76809	73.25	قوية	11

إستراتيجيات تحقيق التمكين	درجة المعرفة						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	قوية		متوسطة		ضعيفة						
	ك	%	ك	%	ك	%					
تتوافق الإستراتيجية الوطنية لتمكين الشباب التى وضعتها مصر مع إستراتيجية الأمم المتحدة للشباب من منظور التنمية المستدامة	163	40.8	126	31.4	111	27.8	2.1300	0.81840	71.00	قوية	12

توضح بيانات الجدول السابق ما يتعلق بدرجة معرفة المبحوثين بجهود الدولة في تحقيق التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، وكانت درجة المعرفة بجهود الدولة وإستراتيجيتها لتحقيق التمكين السياسي والاقتصادي للشباب بشكل عام قوية، حيث جاءت في المرتبة الأولى عبارة "طرح وحدات سكنية ضمن مشروع إسكان الشباب 2022" بوزن نسبي (81.67%)، وفي المرتبة الثانية عبارة "عقد منتدى شباب العالم كحدث سنوي يُعقد بمصر وكمنصة فعالة من الشباب لدعم رسالة السلام والتنمية والحوار بين الشباب من مختلف الثقافات" بوزن نسبي (79.92%)، وفي المرتبة الثالثة عبارة "عقد المؤتمرات الوطنية للشباب لتكون ملتقًى دوريًّا للحوار المباشر بين الشباب المصري وممثلين عن الحكومة المصرية" بوزن نسبي (79.25%)، وفي المرتبة الرابعة عبارة "توفير فرص لمشاركة الشباب اقتصاديًّا من خلال دعم سياسات الشمول المالي، مثل الخدمات المصرفية للشباب، وتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة"، بوزن نسبي (78.00%)، وفي المرتبة الخامسة عبارة "تقديم قروضٍ ميسرة للشباب بفائدة قيمتها لا تتجاوز 5% للشباب، من أجل البدء في إقامة مشروعات صغيرة" بوزن نسبي (76.75%)، يليها كل من "تولي الشباب مناصب معاونين ونواب للوزراء ومحافظين ونوابِ محافظين، حيث شكَّل الشباب 60% من حركة المحافظين لعام 2019"، و"إنشاء الأكاديمية الوطنية لتأهيل وتدريب الشباب بقرار رئاسي عام 2017، وتأهيلهم لتولي المناصب القيادية كصف ثانٍ في أجهزة الدولة"، و"طرح نصف مليون فدان من مشروع المليون ونصف المليون فدان للمستثمرين الصغار والكبار، وإمكانية حصول الشاب المصري على 10 أفدنة بالتقسيط بفائدة 5% متناقصة"، بوزن نسبي (75.67%)، و(75.50%)، و(75.33%)، على التوالي. ومن ثَمَّ يمكن القول بوجود معرفة قوية من جانب المبحوثين بالإستراتيجيات التي تتبعها الحكومة المصرية في سبيل تحقيق التمكين

السياسي والاقتصادي للشباب؛ لأن درجة المعرفة بالجهود التي تبذلها الدولة قوية، خاصة الإستراتيجيات المتعلقة بتحقيق التمكين الاقتصادي. كما تؤكد هذه النتيجة ما أوضحته النتائج السابقة حول تأثيرات التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي، حيث جاءت التأثيرات المعرفية في المرتبة الثانية بعد التأثيرات الوجدانية، الأمر الذي يؤكد تحقق درجة معرفة قوية بإستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي للشباب.

جدول (30): تصورات المبحوثين عن شكل التمكين السياسى والاقتصادي للشباب بعد تحقيق رؤية مصر 2030 ومستوياتها المرحلية (التوقعات حول مستقبل الشباب في المجتمع)

العبارة	درجة التوقع						المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	قوية		متوسطة		ضعيفة						
	ك	%	ك	%	ك	%					
مواءمة قدرات ومهارات الشباب لاحتياجات سوق العمل بعد تحديد الأولويات والحاجات التدريبية بما يخدم الاقتصاد	251	62.7	112	28	37	9.3	2.6100	1.65976	87.00	قوية	1
انتشار الوعى السياسى بين الشباب وما يتبعه من واجبات تمليها الثقافة السياسية	257	64.3	113	28.3	30	7.5	2.5675	0.62963	85.58	قوية	2
ارتفاع مشاركة الشباب في البرامج والمشروعات التنموية بالدولة	262	65.5	100	25	38	9.5	2.5600	0.66368	85.33	قوية	3
زيادة التشريعات المحفزة لمشاركة الشباب في العمل العام	248	62	125	31.3	27	6.8	2.5525	0.61903	85.08	قوية	4
وجود مشاركة فعالة وملموسة للشباب في صنع القرار السياسى	251	62.8	109	27.3	40	10	2.5275	0.67110	84.25	قوية	5
تحقيق تكافؤ الفرص بين الشباب بعد نجاح تفعيل منظومة الكشف عن الفساد داخل المؤسسات	241	60.3	114	25.5	45	11.2	2.5250	1.58168	84.17	قوية	6
ظهور عدد ملحوظ من رجال الأعمال الشباب بعد تبنى الدولة لمبادرات دعم رواد الأعمال الشباب	248	62	114	28.5	38	9.5	2.5250	0.66368	84.17	قوية	7

العبارة	درجة التوقع						المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى	الاستجابة	الترتيب
	قوية		متوسطة		ضعيفة						
	ك	%	ك	%	ك	%					
مشاركة الشباب بفاعلية في إدارة منظمات المجتمع المدنى والجمعيات الأهلية	249	62.3	109	27.3	42	10.5	2.5175	0.67886	83.92	قوية	8
زيادة الاهتمام بالتنشئة السياسية من خلال وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية	244	61	117	29.3	39	9.8	2.5125	0.66780	83.75	قوية	9
ارتفاع الدور الرقابى للشباب نظرا لتأسيس الدولة معايير النزاهة والشفافية	239	59.8	124	31	37	9.3	2.5050	0.66035	83.50	قوية	10
ارتفاع نسبة تولى الشباب المناصب القيادية بمؤسسات المجتمع المختلفة	239	59.8	122	30.5	39	9.8	2.5000	0.66792	83.33	قوية	11
ارتفاع تمثيل الشباب بانتخابات النقابات والاتحادات	242	60.5	114	28.5	44	11	2.4950	0.68641	83.17	قوية	12
زيادة تقلد الشباب المناصب الحكومية والإدارية	226	56.5	142	35.5	32	8	2.4850	0.64094	82.83	قوية	13
ترقية الشباب داخل إداراتهم ومؤسساتهم بناء على الكفاءة والمهارة اللازمة وليس الأقدمية	242	60.5	107	26.8	51	12.8	2.4775	0.71117	82.58	قوية	14
الوصول لمناصب قيادية داخل الهيكل التنظيمى للأحزاب السياسية	239	59.8	111	27.8	50	12.5	2.4725	0.70746	82.42	قوية	15
انخفاض معدلات البطالة بين الشباب بعد عقد عدد من الشراكات والمشروعات الاستثمارية	231	57.8	119	29.8	50	12.5	2.4525	0.70639	81.75	قوية	16
زيادة نسبة تمثيل الشباب بالمجالس النيابية والمحلية	229	57.3	115	28.8	56	14	2.4325	0.72578	81.08	قوية	17

توضح بيانات الجدول السابق فيما يتعلق بتصورات جمهور المبحوثين عن شكل التمكين الاقتصادي والسياسي للشباب بعد تحقيق رؤية مصر 2030 بمستوياتها المرحلية واتجاهاتهم نحوها، أن مستوى التوقعات بشكل عام حول مستقبل الشباب في المجتمع جاء قويًا، ففي المرتبة الأولى جاءت عبارة "مواءمة قدرات ومهارات الشباب لاحتياجات سوق العمل بعد تحديد الأولويات والحاجات التدريبية بما يخدم الاقتصاد" بوزن نسبي (87.00%)، يليها في المرتبة الثانية عبارة "انتشار الوعي السياسي بين الشباب وما يتبعه من واجبات تمليها الثقافة السياسية" بوزن نسبي (85.58%)، وفي المرتبة الثالثة عبارة "ارتفاع مشاركة الشباب في البرامج والمشروعات التنموية بالدولة" بوزن نسبي (85.33%)، وفي المرتبة الرابعة عبارة "زيادة التشريعات المحفزة لمشاركة الشباب في العمل العام"، يليها في المرتبة الخامسة عبارة "وجود مشاركة فعالة وملموسة للشباب في صنع القرار السياسي" بوزن نسبي (85.08%) و(84.25%)، على التوالي. يليها عبارة "تحقيق تكافؤ الفرص بين الشباب بعد نجاح تفعيل منظومة الكشف عن الفساد داخل المؤسسات"، و"ظهور عدد ملحوظ من رجال الأعمال الشباب بعد تبني الدولة لمبادرات دعم رواد الأعمال الشباب"، و"مشاركة الشباب بفاعلية في إدارة منظمات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية" بوزن نسبي (84.17%)، (84.17%) (83.92%) على التوالي. أما عن أقل العبارات في الوزن النسبي فجاءت عبارتا "انخفاض معدلات البطالة بين الشباب بعد عقد عدد من الشراكات والمشروعات الاستثمارية"، و"زيادة نسبة تمثيل الشباب بالمجالس النيابية والمحلية"، بوزنين نسبيين بلغا (81.75%)، و(81.08%) على التوالي. ومن ثَمَّ يمكن القول بوجود اتجاه قوي من جانب المبحوثين نحو الثقة في أن الإستراتيجيات التي تتبعها الحكومة المصرية في سبيل تحقيق التمكين السياسي والاقتصادي للشباب ستحقق نتائج ملموسة في المستقبل وفقًا لاستجابات المبحوثين.

ثانيا: اختبار فروض الدراسة الميدانية

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدل التعرض لقضايا التمكين السياسى والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية وكل من (مستوى التوقعات لدى المبحوثين، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة الثقة في الوسيلة، ودرجة الوعى بمفهوم التمكين السياسى والاقتصادي، ومعدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى).

جدول (31):

العلاقة بين معدل التعرض لقضايا التمكين السياسى والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية ومتغيرات الدراسة

المتغير:		معدل التعرض لقضايا التمكين السياسى والاقتصادي
مستوى التوقعات لدى المبحوثين	معامل ارتباط بيرسون	0.458
	الدلالة	0.000
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	معامل ارتباط بيرسون	0.330
	الدلالة	0.000
درجة الثقة في الوسيلة	معامل ارتباط بيرسون	0.423
	الدلالة	0.000
درجة الوعى بمفهوم التمكين السياسى والاقتصادي	معامل ارتباط بيرسون	0.284
	الدلالة	0.000
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	معامل ارتباط بيرسون	0.452
	الدلالة	0.000

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين معدل التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية وكل من (مستوى التوقعات لدى المبحوثين، واتجاهات المبحوثين نحو إستراتيجيات التمكين، ودرجة الثقة في الوسيلة، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ومعدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي)؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون=0.458، 0.330، 0.423، 0.284، 0.452، على التوالي، وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، وتعد علاقة طردية قوية تؤكد أنه كلما زاد تعرض الشباب لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية ارتفع كل من (مستوى التوقعات لديهم عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة الثقة في الوسيلة، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ومعدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي)، والعكس صحيح. **ويمكن تفسير النتيجة السابقة** بما أوضحته نتائج الدراسة من أن

التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب حقق عدداً من التأثيرات، في مقدمتها التأثيرات الوجدانية، يليها التأثيرات المعرفية، ثم التأثيرات السلوكية.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين معدل التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية وكل من (مستوى التوقعات لدى المبحوثين، واتجاهات المبحوثين نحو إستراتيجيات التمكين، ودرجة الثقة في الوسيلة، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ومعدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي).

الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين وكل من (معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة الوعى بمفهوم التمكين السياسى والاقتصادي، ودرجة الثقة في المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسى والاقتصادي).

جدول (32): العلاقة بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين ومتغيرات الدراسة

المتغير:	مستوى التوقعات لدى المبحوثين	
درجة الوعى بمفهوم التمكين السياسى والاقتصادي	معامل ارتباط بيرسون	0.357
	الدلالة	0.000
درجة الثقة في الوسيلة	معامل ارتباط بيرسون	0.427
	الدلالة	0.000
اتجاهات المبحوثين نحو إستراتيجيات التمكين	معامل ارتباط بيرسون	0.632
	الدلالة	0.000
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	معامل ارتباط بيرسون	0.412
	الدلالة	0.000

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين وكل من (معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ودرجة الثقة في المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسي والاقتصادي)؛ لأن قيمة معامل ارتباط بيرسون= 0.412، 0.632، 0.357، على التوالي، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، وهذه علاقة طردية قوية تؤكد أن ارتفاع مستوى التوقعات لدى المبحوثين يرتبط بارتفاع (معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة

الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ودرجة الثقة في المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسي والاقتصادي)، والعكس صحيح. **ويمكن تفسير النتيجة السابقة** بأنه كلما حقق التعرض لقضايا التمكين بالوسائل الرقمية عدداً من التأثيرات، مثل رفع درجة المعرفة والوعي لدى المبحوثين بقضايا تمكين الشباب وإستراتيجيات تحقيقه، ارتفع مستوى توقعات المبحوثين.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين وكل من (معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ودرجة الثقة في المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسي والاقتصادي).

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائيًا (معدل التعرض للمحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى- درجة الثقة في المحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- درجة الوعى بمفهوم التمكين لدى المبحوثين - معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسى والاقتصادي) وفقا للمتغيرات الديموغرافية.

جدول (33): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير النوع

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة ت	مستوى الدلالة
معدل التعرض للمحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية	ذكر	227	2.1330	0.52891	7.911	0.000
	أنثى	173	1.7168	0.51128		
تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسى والاقتصادي	ذكر	227	2.6725	0.50280	7.185	0.000
	أنثى	173	2.3087	0.50003		
درجة الوعى بمفهوم التمكين لدى المبحوثين	ذكر	227	2.5188	0.41459	0.050-	0.960
	أنثى	173	2.5210	0.45488		
درجة الثقة في المحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين	ذكر	227	2.1211	0.53389	6.038	0.000
	أنثى	173	1.7775	0.60127		
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	ذكر	227	2.3759	0.44411	3.727	0.000
	أنثى	173	2.1787	0.57803		
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	ذكر	227	1.5514	0.84498	7.003	0.000
	أنثى	173	1.0270	0.65247		

من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير النوع، وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، يتضح الآتي:

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًّا بين الذكور والإناث، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لمعدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة (ت) (9.456)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الذكور، حيث بلغ متوسط معدل التعرض لدى الذكور (2.1676) مقارنة بمتوسط بلغ (1.6854) بالنسبة للإناث، **مما يعنى** أن المبحوثين الذكور هم الأكثر تعرضًا لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًّا بين الذكور والإناث، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لتصورات المبحوثين عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ت) (7.185)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المبحوثين الذكور، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين الذكور (2.6725) مقارنة بمتوسط بلغ (2.3087) بالنسبة للإناث، **مما يعنى** أن المبحوثين من الذكور استطاعوا بدرجة أكبر من الإناث تشكيل اتجاهاتهم وتصوراتهم نحو مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيًّا بين الذكور والإناث عند مستوى معنوية أكبر من (0.05)، حيث بلغت قيمة (ت) (-0.050)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.960)، حيث لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير النوع، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الوعي بقضايا التمكين بالنسبة للذكور (2.5188)، وبالنسبة للإناث (2.5210).

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، حيث بلغت قيمة (ت) (6.038)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الذكور، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى الذكور (2.1211) مقارنة بمتوسط بلغ (1.7775) بالنسبة للإناث، **مما يعنى** أن المبحوثين الذكور هم الأكثر ثقة في المحتوى السياسي حول قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، حيث بلغت قيمة (ت) (3.727)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الذكور، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى الذكور (2.3759) مقارنة بمتوسط بلغ (2.1787) بالنسبة للإناث، **مما يعنى** أن الذكور استطاعوا بدرجة أكبر تكوين اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، حيث بلغت قيمة (ت) (7.003)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الذكور، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى الذكور (1.5514)، مقارنة بمتوسط بلغ (1.0270) بالنسبة للإناث، **مما يعنى** أن المبحوثين الذكور هم الأكثر تفاعلًا مع قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض جزئيًا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًا وفقًا لمتغير النوع وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي - درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي). في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين وفقًا لمتغير النوع.

جدول (34): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى الاقتصادي

المتغير	المستوى الاقتصادي	العدد	المتوسط	الانحراف المعيارى	قيمة ف	مستوى الدلالة
معدل التعرض للمحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية	منخفض	94	1.6149	0.49535	8.041	0.000
	متوسط	231	2.0104	0.55566		
	مرتفع	75	2.2000	0.45441		
تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسى والاقتصادي	منخفض	94	2.2409	0.50204	21.893	0.000
	متوسط	231	2.5533	0.53006		
	مرتفع	75	2.7412	0.43226		
درجة الوعى بمفهوم التمكين لدى المبحوثين	منخفض	94	2.4831	0.48979	0.781	0.459
	متوسط	231	2.5195	0.43110		
	مرتفع	75	2.5667	0.35045		
درجة الثقة في المحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين	منخفض	94	1.7447	0.06711	5.127	0.000
	متوسط	231	1.9784	0.54331		
	مرتفع	75	2.2400	0.52864		
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	منخفض	94	2.1285	0.56210	12.106	0.000
	متوسط	231	2.2854	0.50869		
	مرتفع	75	2.5100	0.38334		
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	منخفض	94	0.9789	0.68747	16.841	0.000
	متوسط	231	1.3525	0.78480		
	مرتفع	75	1.6719	0.86605		

من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير المستوى الاقتصادي، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، تبين الآتي:

- توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط والمرتفع عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة (ف) (8.041)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المستوى الاقتصادي المرتفع، حيث بلغ متوسط معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع

(2.2000) مقارنة بمتوسط بلغ (2.0104) و(1.6149) بالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمنخفض على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين من المستوى الاقتصادي المرتفع هم الأكثر تعرضاً للمحتوى المقدم عن التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمي.

- توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط والمرتفع عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ف) (21.893)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المستوى الاقتصادي المرتفع، حيث بلغ متوسط تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي لدى المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع (2.7412) مقارنة بمتوسط بلغ (2.5533) و(2.2409) بالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمنخفض على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين من المستوى الاقتصادي المرتفع استطاعوا تشكيل تصوراتهم عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي.
- اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط والمرتفع عند مستوى معنوية أكبر من (0.05) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين؛ لأن قيمة (ف) بلغت (0.781)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.459)، حيث لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير المستوى الاقتصادي، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الوعي بقضايا التمكين بالنسبة للمستوى الاقتصادي المرتفع (2.5667)، مقابل (2.5195) و(2.1285) للمستوى الاقتصادي المتوسط والمنخفض على التوالي.
- توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط والمرتفع عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف) (5.127)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المستوى الاقتصادي المرتفع، حيث بلغ متوسط درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي

المرتفع (2.2400) مقارنة بمتوسط بلغ (1.9784) و(1.7447) بالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمنخفض على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين من المستوى الاقتصادي المرتفع هم الأكثر ثقة في قضايا التمكين السياسي والاقتصادي المقدمة عبر وسائل الإعلام الرقمية.

- توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط والمرتفع عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، حيث بلغت قيمة (ف) (12.106)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المستوى الاقتصادي المرتفع، حيث بلغ متوسط معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المرتفع (2.5100) مقارنة بمتوسط بلغ (2.2854) و(2.1285) بالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمنخفض على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين من المستوى الاقتصادي المرتفع استطاعوا تكوين اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التمكين اعتمادًا على المحتوى المقدم عن قضية التمكين السياسي والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية.
- توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للمستوى الاقتصادي المنخفض والمتوسط والمرتفع عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، حيث بلغت قيمة (ف) (16.841)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المستوى الاقتصادي المرتفع، حيث بلغ متوسط معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المرتفع (1.6719) مقارنة بمتوسط بلغ (1.3525) و(0.9789) بالنسبة للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والمنخفض على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين من المستوى الاقتصادي المرتفع كانوا الأكثر تفاعلًا مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي.

ومن ثمَّ، يمكن قبول الفرض جزئيًا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًا وفقًا لمتغير المستوى الاقتصادي وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي- درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي)،

في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين وفقًا لمتغير المستوى الاقتصادي.

جدول (35): الفروق بين عينة الدراسة تبعًا لمتغير مستوى التعليم

المتغير	مستوى التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى الدلالة
معدل التعرض للمحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية	الثانوية العامة/ الفنية	110	1.6400	0.43160	31.645	0.000
	مؤهل جامعى	248	2.0347	0.56734		
	دراسات عليا	42	2.2905	0.44656		
تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسى والاقتصادي	الثانوية العامة/ الفنية	110	2.3364	0.52044	12.721	0.000
	مؤهل جامعى	248	2.5491	0.51113		
	دراسات عليا	42	2.7829	0.54682		
درجة الوعى بمفهوم التمكين لدى المبحوثين	الثانوية العامة/ الفنية	110	2.4822	0.42968	1.279	0.279
	مؤهل جامعى	248	2.5216	0.44429		
	دراسات عليا	42	2.6071	0.35192		
درجة الثقة في المحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين	الثانوية العامة/ الفنية	110	1.8045	0.6599	6.861	0.001
	مؤهل جامعى	248	2.0222	0.56061		
	دراسات عليا	42	2.1190	0.46604		
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	الثانوية العامة/ الفنية	110	2.1879	0.53609	3.245	0.040
	مؤهل جامعى	248	2.3219	0.51357		
	دراسات عليا	42	2.3750	0.43291		
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	الثانوية العامة/ الفنية	110	1.0282	0.71038	13.858	0.000
	مؤهل جامعى	248	1.3902	0.78418		
	دراسات عليا	42	1.7131	0.95776		

من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير المستوى التعليمي، وباستخدام تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين، تبين الآتي:

- توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين وفقًا للمستوى التعليمي (الثانوية العامة والفنية- المؤهل الجامعي- الدراسات العليا) عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة

لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة (ف) (31.645)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الحاصلين على الدراسات العليا، حيث بلغ متوسط معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين الحاصلين على دراسات عليا (2.2905) مقارنة بمتوسط بلغ (2.0347) و(1.6400) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل جامعي والثانوية العامة والفنية على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين الحاصلين على دراسات عليا هم الأكثر تعرضاً للمحتوى المقدم عن التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمي.

- توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للمستوى التعليمي (الثانوية العامة والفنية- المؤهل الجامعي- الدراسات العليا) عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ف) (12.721)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الحاصلين على الدراسات العليا، حيث بلغ متوسط تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي لدى المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا (2.7829) مقارنة بمتوسط بلغ (2.5491) و(2.3364) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل جامعي والثانوية العامة والفنية على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين من الحاصلين على الدراسات العليا استطاعوا تشكيل تصوراتهم عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي اعتماداً على وسائل الإعلام الرقمية.
- اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين وفقًا للمستوى التعليمي (الثانوية العامة والفنية- المؤهل الجامعي- الدراسات العليا) عند مستوى معنوية أكبر من (0.05) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين؛ لأن قيمة (ف) بلغت (1.279)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.279)، حيث لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير المستوى التعليمي، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الوعي بمفهوم التمكين بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا (2.6071)، مقابل (2.5216) و(2.4822) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل جامعي والثانوية العامة والفنية على التوالي.

- توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين وفقًا للمستوى التعليمي (الثانوية العامة والفنية- المؤهل الجامعي- الدراسات العليا) عند مستوى معنوية (0.001) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، حيث بلغت قيمة (ف) (6.861)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الحاصلين على الدراسات العليا، حيث بلغ متوسط درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا (2.1190) مقارنة بمتوسط بلغ (2.0222) و(1.8045) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل جامعي والثانوية العامة والفنية على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا هم الأكثر ثقة في قضايا التمكين السياسي والاقتصادي المقدمة عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين وفقًا للمستوى التعليمي (الثانوية العامة والفنية- المؤهل الجامعي- الدراسات العليا) عند مستوى معنوية (0.040) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، حيث بلغت قيمة (ف) (3.245)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك للحاصلين على الدراسات العليا، حيث بلغ متوسط معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا (2.3750) مقارنة بمتوسط بلغ (2.0222) و(2.1879) بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهل جامعي والثانوية العامة والفنية على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا استطاعوا تكوين اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التمكين اعتمادًا على المحتوى المقدم عن قضية التمكين السياسي والاقتصادي بوسائل الإعلام الرقمية.
- توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين وفقًا للمستوى التعليمي (الثانوية العامة والفنية- المؤهل الجامعي- الدراسات العليا) عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، حيث بلغت قيمة (ف) (13.858)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح الحاصلين على الدراسات العليا، حيث بلغ متوسط معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا (1.7131) مقارنة بمتوسط بلغ (1.3902) و(1.0282) بالنسبة للمبحوثين

الحاصلين على مؤهل جامعي والثانوية العامة والفنية على التوالي، **مما يعنى** أن المبحوثين الحاصلين على الدراسات العليا كانوا الأكثر تفاعلًا مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض جزئيًّا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقا لمتغير المستوى الاقتصادي وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي- درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي). في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين وفقًا لمتغير المستوى الاقتصادي.

جدول (36): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير العمل

المتغير	العمل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
معدل التعرض للمحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية	يعمل	222	2.1676	0.52420	9.456	0.000
	لا يعمل	178	1.6854	0.48423		
تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسى والاقتصادي	يعمل	222	2.6820	0.47617	7.465	0.000
	لا يعمل	178	2.3070	0.52681		
درجة الوعى بمفهوم التمكين لدى المبحوثين	يعمل	222	2.5336	0.38439	0.696	0.487
	لا يعمل	178	2.5026	0.48529		
درجة الثقة في المحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين	يعمل	222	2.1284	0.54686	6.16886	0.000
	لا يعمل	178	1.7781	0.58215		
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	يعمل	222	2.3986	0.41624	4.637	0.000
	لا يعمل	178	2.2559	0.59065		
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	يعمل	222	1.5732	0.83453	7.483	0.000
	لا يعمل	178	1.0145	0.65879		

من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير العمل، وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، يتضح الآتي:

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل

الإعلام الرقمية، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين العاملين وغير العاملين، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لمعدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة (ت) (9.456)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك فيما يخص المبحوثين العاملين، حيث بلغ متوسط معدل التعرض لدى المبحوثين من العاملين (2.1676) مقارنة بمتوسط بلغ (1.6854) بالنسبة للمبحوثين غير العاملين، **مما يعنى** أن المبحوثين العاملين هم الأكثر تعرضًا لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية.

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين العاملين وغير العاملين، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لتصورات المبحوثين عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ت) (7.465)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المبحوثين العاملين، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية العاملين (2.6820) مقارنة بمتوسط بلغ (2.3070) بالنسبة للمبحوثين غير العاملين، **مما يعنى** أن المبحوثين من العاملين استطاعوا تكوين اتجاهاتهم وتصوراتهم نحو مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، اعتمادا على الوسائل الرقمية.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين العاملين وغير العاملين عند مستوى معنوية أكبر من (0.05)، حيث بلغت قيمة (ت) (0.696)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًّا عند مستوى معنوية (0.487)، حيث لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير العمل، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الوعي بقضايا التمكين بالنسبة للمبحوثين العاملين (2.5336)، وبالنسبة للمبحوثين غير العاملين (2.5026).
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًّا بين المبحوثين العاملين وغير العاملين، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، حيث بلغت قيمة (ت)

(6.16886)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح العاملين، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى المبحوثين العاملين (2.1284) مقارنة بمتوسط بلغ (1.7781) بالنسبة للمبحوثين غير العاملين، **مما يعنى** أن المبحوثين العاملين هم الأكثر ثقة في المحتوى السياسي حول قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين العاملين وغير العاملين، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) حيث بلغت قيمة (ت) (4.637)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين للأحزاب السياسية، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الأحزاب (2.3986) مقارنة بمتوسط بلغ (2.2559) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لأحزاب، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين للأحزاب السياسية والمشاركين في أنشطتها استطاعوا تكوين اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين العاملين وغير العاملين، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) حيث بلغت قيمة (ت) (7.483)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح العاملين حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين العاملين (1.5732) مقارنة بمتوسط بلغ (1.0145) بالنسبة للمبحوثين غير العاملين، **مما يعنى** أن المبحوثين العاملين هم الأكثر تفاعلًا مع قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض جزئيًا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًا وفقا لمتغير العمل وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي - درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي). في حين أنه

تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين ومتغير العمل.

جدول (37): الفروق بين عينة الدراسة تبعًا لمتغير الانتماء الحزبي

المتغير	الانتماء الحزبي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية	ينتمي لحزب سياسي	111	2.2397	0.43789	10.005	0.000
	لا ينتمي لحزب سياسي	289	1.8083	0.53457		
تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي	ينتمي لحزب سياسي	111	2.8670	0.35238	10.664	0.000
	لا ينتمي لحزب سياسي	289	2.3800	0.52852		
درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين	ينتمي لحزب سياسي	111	2.5504	0.41162	0.878	0.381
	لا ينتمي لحزب سياسي	289	2.4080	0.43959		
درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين	ينتمي لحزب سياسي	111	2.2838	0.48907	6.932	0.000
	لا ينتمي لحزب سياسي	289	1.5829	0.58053		
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	ينتمي لحزب سياسي	111	2.4910	0.38703	5.722	0.000
	لا ينتمي لحزب سياسي	289	2.2137	0.53753		
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي	ينتمي لحزب سياسي	111	1.8372	0.84843	8.524	0.000
	لا ينتمي لحزب سياسي	289	1.1277	0.70222		

من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير الانتماء الحزبي، وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، يتضح الآتي:

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لأحزاب سياسية وغير المنتمين للأحزاب، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لمعدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة (ت) (10.005)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح

المنتمين لحزب سياسي، حيث بلغ متوسط معدل التعرض لدى المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية (2.2397) مقارنة بمتوسط بلغ (1.8083) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لأحزاب سياسية، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر تعرضًا لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية.

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لأحزاب سياسية وغير المنتمين لأحزاب سياسية، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لتصورات المبحوثين عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ت) (10.664)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لأحزاب سياسية، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية (2.8670) مقارنة بمتوسط بلغ (2.3800) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لأحزاب سياسية، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية والمشاركين في أنشطتها استطاعوا تشكيل اتجاهاتهم وتصوراتهم نحو مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لأحزاب سياسية وغير المنتمين لتلك الأحزاب عند مستوى معنوية أكبر من (0.05)، حيث بلغت قيمة (ت) (0.878)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.381)، حيث لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير الانتماء الحزبي، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الوعي بقضايا التمكين بالنسبة للمبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية (2.5504)، وبالنسبة للمبحوثين من غير المنتمين لتلك الأحزاب (2.4080).
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين

لأحزاب سياسية وغير المنتمين لتلك الأحزاب، وذلك عند مستوى معنوية (0.000)، حيث بلغت قيمة (ت) (6.932)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لأحزاب سياسية، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الأحزاب (2.2838) مقارنة بمتوسط بلغ (1.5829) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لأحزاب سياسية، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر ثقة في المحتوى السياسي حول قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لأحزاب سياسية وغير المنتمين لتلك الأحزاب، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) حيث بلغت قيمة (ت) (5.722)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين للأحزاب السياسية، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الأحزاب (2.4910) مقارنة بمتوسط بلغ (2.2137) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لأحزاب، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية والمشاركين في أنشطتها استطاعوا تكوين اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لأحزاب سياسية وغير المنتمين لتلك الأحزاب، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) حيث بلغت قيمة (ت) (8.524)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لتلك الأحزاب السياسية، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين من المنتمين للأحزاب (1.8372) مقارنة بمتوسط بلغ (1.1277) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لأحزاب سياسية، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لأحزاب سياسية والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر تفاعلًا مع قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض جزئيًّا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقًا لمتغير الانتماء الحزبي وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي - درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي)، في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين ومتغير الانتماء الحزبي.

جدول (38): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية

المتغير	عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
معدل التعرض للمحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	2.2098	0.46250	3.662	0.001
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	395	1.9237	0.56338		
تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسى والاقتصادي	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	2.8063	0.33282	5.470	0.000
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	395	2.4819	0.54111		
درجة الوعى بمفهوم التمكين لدى المبحوثين	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	2.5377	0.41272	0.280	0.780
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	395	2.5177	0.43456		
درجة الثقة في المحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	2.1585	0.50546	2.146	0.032
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	395	1.9513	0.59419		
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	2.6260	0.32389	6.496	0.000
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	395	2.2523	0.51925		
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	41	1.7794	0.82670	3.864	0.000
	لا ينتمى لاتحادات وهيئات شبابية	395	1.2726	0.79240		

من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية، وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، يتضح الآتي:

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية وغير المنتمين لتلك الاتحادات، وذلك عند مستوى معنوية (0.001) بالنسبة لمعدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة (ت) (3.662)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لتلك الاتحادات، حيث بلغ متوسط معدل التعرض لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الاتحادات والهيئات الشبابية (2.2098) مقارنة بمتوسط بلغ (1.9237) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك الاتحادات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر تعرضًا لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية وغير المنتمين لتلك الاتحادات، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) بالنسبة لتصورات المبحوثين عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ت) (5.470)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لتلك الاتحادات، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الاتحادات والهيئات الشبابية (2.8063) مقارنة بمتوسط بلغ (2.4819) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك الاتحادات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية والمشاركين في أنشطتها استطاعوا تشكيل اتجاهاتهم وتصوراتهم نحو مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية وغير المنتمين لتلك الاتحادات عند مستوى معنوية أكبر من (0.05)، حيث بلغت قيمة (ت) (0.280)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.780)، حيث لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير الانتماء للاتحادات والهيئات الشبابية، وبلغ أعلى متوسط لدرجات الوعي بقضايا التمكين بالنسبة للمبحوثين من المنتمين لتلك الاتحادات (2.5377)، وبالنسبة للمبحوثين من غير المنتمين لتلك

الاتحادات: (2.5177).

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية وغير المنتمين لتلك الاتحادات، وذلك عند مستوى معنوية (0.032)، حيث بلغت قيمة (ت) (2.146)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الاتحادات والهيئات الشبابية (2.1585) مقارنة بمتوسط بلغ (1.9513) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك الاتحادات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر ثقة في المحتوى السياسي حول قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية وغير المنتمين لتلك الاتحادات، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) حيث بلغت قيمة (ت) (6.496)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية، حيث بلغ متوسط درجة الثقة لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الاتحادات والهيئات الشبابية (2.6260) مقارنة بمتوسط بلغ (2.2523) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك الاتحادات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية والمشاركين في أنشطتها استطاعوا تكوين اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية وغير المنتمين لتلك الاتحادات، وذلك عند مستوى معنوية (0.000) حيث بلغت قيمة (ت) (3.864)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لتلك الاتحادات، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين من المنتمين لتلك الاتحادات والهيئات الشبابية (1.7794) مقارنة بمتوسط بلغ (1.2726) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك الاتحادات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين للاتحادات والهيئات الشبابية والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر

تفاعلًا مع قضايا التمكين بوسائل الإعلام الرقمية.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض جزئيًّا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقًا لمتغير عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي - درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي)، في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين ومتغير عضوية الاتحادات والهيئات الشبابية.

جدول (39): الفروق بين عينة الدراسة تبعا لمتغير عضوية منظمات المجتمع المدنى

المتغير	عضوية منظمات المجتمع المدنى	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة
معدل التعرض للمحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية	ينتمى لإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	2.2000	0.53137	2.753	0.006
	لا ينتمى لأى منظمة من منظمات المجتمع المدنى	365	1.9293	0.55780		
تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسى والاقتصادي	ينتمى لإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	2.7143	0.44961	2.329	0.020
	لا ينتمى لأى منظمة من منظمات المجتمع المدنى	365	2.4961	0.53640		
درجة الوعى بمفهوم التمكين لدى المبحوثين	ينتمى لإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	2.5273	0.38525	0.107	0.915
	لا ينتمى لأي منظمة من منظمات المجتمع المدنى	365	2.5191	0.43660		
درجة الثقة في المحتوى السياسى عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين	ينتمى لإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	2.1571	0.48159	1.950	0.052
	لا ينتمى لأى منظمة من منظمات المجتمع المدنى	365	1.9548	0.59532		
معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين	ينتمى لإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	2.4952	0.44370	2.476	0.014
	لا ينتمى لأى منظمة من منظمات المجتمع المدنى	365	2.2710	0.51771		
معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمى	ينتمى لإحدى منظمات المجتمع المدنى	35	1.7512	0.87797	3.303	0.001
	لا ينتمى لأي منظمة من منظمات المجتمع المدنى	365	1.2837	0.79211		

من الجدول السابق الخاص بالفروق بين أفراد عينة الدراسة تبعًا لمتغير عضوية منظمات المجتمع المدني، وباستخدام اختبار T-Test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين، يتضح الآتي:

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لمنظمات المجتمع المدني وغير المنتمين لتلك المنظمات، وذلك عند مستوى معنوية (0.006) بالنسبة لمعدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة (ت) (2.753)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لمنظمات المجتمع المدني، حيث بلغ متوسط معدل التعرض لدى المبحوثين من المنتمين لتلك المنظمات (2.2000) مقارنة بمتوسط بلغ (1.9293) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك المنظمات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لمنظمات المجتمع المدني والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر تعرضًا لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لمنظمات المجتمع المدني وغير المنتمين لتلك المنظمات، وذلك عند مستوى معنوية (0.020) بالنسبة لتصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، حيث بلغت قيمة (ت) (2.329)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لمنظمات المجتمع المدني، حيث بلغت قيمة المتوسط لدى المبحوثين من المنتمين لتلك المنظمات (2.7143) مقارنة بمتوسط بلغ (2.4961) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك المنظمات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لمنظمات المجتمع المدني والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر تمكنًا من تكوين اتجاه قوي نحو مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين، فإنه لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لمنظمات المجتمع المدني وغير المنتمين لتلك المنظمات عند مستوى معنوية أكبر من (0.05)، حيث بلغت قيمة (ت) (0.107)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.915)، حيث لا يوجد اختلاف معنوي بين درجات متوسطات متغير الانتماء لمنظمات المجتمع المدني،

وبلغ أعلى متوسط لدرجات الوعي بقضايا التمكين بالنسبة للمبحوثين من المنتمين لتلك المنظمات (2.5273)، وبالنسبة للمبحوثين من غير المنتمين لتلك المنظمات (2.5191).

- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لمنظمات المجتمع المدني وغير المنتمين لتلك المنظمات، وذلك عند مستوى معنوية (0.052) بالنسبة لدرجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين، حيث بلغت قيمة (ت) (1.950)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لمنظمات المجتمع المدني، حيث بلغت قيمة متوسط درجة الثقة لدى المبحوثين من المنتمين لتلك المنظمات (2.1571) مقارنة بمتوسط بلغ (1.9548) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك المنظمات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لمنظمات المجتمع المدني والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر ثقة في المحتوى السياسي عن قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لمنظمات المجتمع المدني وغير المنتمين لتلك المنظمات، وذلك عند مستوى معنوية (0.014) بالنسبة لمعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، حيث بلغت قيمة (ت) (2.476)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لمنظمات المجتمع المدني، حيث بلغ متوسط اتجاهات المبحوثين من المنتمين لتلك المنظمات (2.4952) مقارنة بمتوسط بلغ (2.2710) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك المنظمات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لمنظمات المجتمع المدني والمشاركين في أنشطتها استطاعوا تكوين اتجاهاتهم نحو إستراتيجيات التمكين.
- بالنسبة لإجمالي العبارات التي تقيس معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، فإنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين المنتمين لمنظمات المجتمع المدني وغير المنتمين لتلك المنظمات، وذلك عند مستوى معنوية (0.001)

بالنسبة لمعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، حيث بلغت قيمة (ت) (3.303)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05)، وذلك لصالح المنتمين لمنظمات المجتمع المدني، حيث بلغ متوسط معدل التفاعل لدى المبحوثين من المنتمين لتلك المنظمات (1.7512) مقارنة بمتوسط بلغ (1.2837) بالنسبة للمبحوثين غير المنتمين لتلك المنظمات، **مما يعنى** أن المبحوثين من المنتمين لمنظمات المجتمع المدني والمشاركين في أنشطتها هم الأكثر تفاعلًا مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي.

ومن ثَمَّ، يمكن قبول الفرض جزئيًّا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقًا لمتغير عضوية منظمات المجتمع المدني وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي - درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي)، في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين ومتغير عضوية منظمات المجتمع المدني.

خاتمة الدراسة:

تأسيسًا على ما سبق، واستنادًا للإطار النظري للدراسة، فإن النتائج التي توصلت إليها الدراسة تتسق مع أهداف نظريتي المجال العام، والتوقعات الاجتماعية، حيث أوضحت النتائج أن غالبية المبحوثين يتعرضون لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي للشباب عبر وسائل الإعلام الرقمي بدرجة متوسطة، وأن موقع "فيسبوك" جاء في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون بصفة دائمة في الحصول على المعلومات حول قضية التمكين السياسي والاقتصادي للشباب. وأظهرت النتائج وجود معرفة قوية من جانب المبحوثين بالإستراتيجيات التي تتبعها الحكومة المصرية في سبيل تحقيق تمكين الشباب، خاصة تلك المتعلقة بتحقيق التمكين الاقتصادي. وفيما يتعلق بتصورات جمهور المبحوثين عن شكل التمكين الاقتصادي والسياسي للشباب جاء مستوى التوقعات بشكل عام حول مستقبل الشباب في المجتمع قويًّا، وجاء في مقدمة

تلك التصورات "مواءمة قدرات ومهارات الشباب لاحتياجات سوق العمل بعد تحديد الأولويات والحاجات التدريبية بما يخدم الاقتصاد"، و"انتشار الوعي السياسي بين الشباب وما يتبعه من واجبات تمليها الثقافة السياسية"، و"ارتفاع مشاركة الشباب في البرامج والمشروعات التنموية بالدولة".

واتضح من اختبار فروض الدراسة الآتي:

- ثُبتت صحة الفرض الأول، حيث اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين معدل التعرض لقضايا التمكين السياسي والاقتصادي عبر وسائل الإعلام الرقمية وكل من (مستوى التوقعات لدى المبحوثين، واتجاهات المبحوثين نحو إستراتيجيات التمكين، ودرجة الثقة في الوسيلة، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ومعدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي).
- ثُبتت صحة الفرض الثاني، حيث اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين مستوى التوقعات لدى المبحوثين وكل من (معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي، ومعرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين، ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي، ودرجة الثقة في المحتوى المقدم عن قضايا التمكين السياسي والاقتصادي).
- ثُبتت صحة الفرض الثالث جزئيًّا، حيث تبين وجود فروق دالة إحصائيًّا وفقًا لمتغير عضوية منظمات المجتمع المدني وكل من: (معدل التعرض للمحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية- تصورات الشباب عن مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي - درجة الثقة في المحتوى السياسي عبر وسائل الإعلام الرقمية لدى المبحوثين- معرفة المبحوثين بإستراتيجيات التمكين- معدل التفاعل مع قضايا التمكين عبر وسائل الإعلام الرقمي)، في حين تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًّا بين درجة الوعي بمفهوم التمكين لدى المبحوثين ومتغير عضوية منظمات المجتمع المدني.

توصيات الدراسة:

1- ضرورة إطلاق حملات إعلامية عبر وسائل الإعلام الرقمية، من أجل توعية الشباب بمفهوم التمكين والبرامج والفرص التي تتيحها لهم الدولة في إطار خطط التنمية المستدامة وإستراتيجيات التمكين السياسي والاقتصادي والاجتماعي للشباب.

2- رفع الوعي السياسي والتشجيع على المشاركة السياسية والمجتمعية من خلال طرح القضايا للنقاش العام بين الشباب عبر الفضاء الإلكتروني، والمشاركة في الحياة السياسية والحزبية، والعمل العام، مما يسهم في رفع مستوى المواطنة.

3- التركيز على إستراتيجيات دعم المواطنة الرقمية للشباب من خلال وسائل التواصل الاجتماعي على وجه التحديد، ومناقشة قضايا الشباب من خلالها.

4- إشراك الشباب في عملية التنمية المستدامة يتطلب جهود الدولة ووسائل الإعلام في القضاء على الفقر والبطالة، وتقديم الشباب من خلال وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في أدوار إيجابية يؤدونها داخل المجتمع، الأمر الذي يتطلب أيضاً ضرورة تكاتف مؤسسات التنشئة السياسية والاجتماعية.

5- تركيز الدولة على مخاطبة الشباب عبر وسائل الإعلام الرقمية، كالمواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف المحمولة وشبكات التواصل الاجتماعي.

6- ضرورة الاهتمام بعملية التثقيف السياسي للشباب من أجل رفع الوعي بقيم المواطنة الرقمية والتأثير في المعارف والاتجاهات والسلوكيات المتعلقة بالمجال السياسي.

مراجع الدراسة:

[1] عادل عبد الرشيد عبد الرزاق، "**دور الجهوية في تمكين الشباب والاستفادة من طاقاتهم في تحقيق التنمية المستدامة بالتطبيق على الوطن العربي**"، ص. 133، تم الاطلاع في 2022/4/9، على الرابط:
https://scholar.cu.edu.eg/?q=mmyoussif/files/dwr_ljhwy_fy_tmkyn_lshbb_wlstfd_mn_tqth_08_0.pdf

[2] سامية بابوري، ورياض بوريش، "الإصلاح السياسي والحوكمة الرشيدة: دراسة في العلاقة والمضامين"، **دفاتر سياسية**، العدد 19، 2018. ص.281.

[3] **تقرير التنمية الإنسانية العربي**، تمكين الشباب يُؤمّن المستقبل: نحو نموذج تنمية جدير بالشباب في المنطقة العربية. الفصل الثامن، 2021، ص.159، على الرابط: https://arab-hdr.org/wp-content/uploads/2021/02/ahdr-report_2016-ar-chapter_8.pdf

[4] عادل عبد اللطيف، وباولا باغلياني، وألين هسو، "حتى لا يتخلف أحد عن الركب: نحو المواطنة الشاملة في البلدان العربية"، **تقرير التنمية الإنسانية العربية**، 2019، تم الاطلاع في 2022/4/9، على الرابط:
https://arab-hdr.org/wp-content/uploads/2021/10/52279-UNDP-Citizenship-and-SDGs-report_ARABIC_final-web.pdf

[5] آية عبد الله أحمد النويهي، "آليات تفعيل الشباب في المشاركة السياسية، **المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية**، 2014، ص. 2.

[6] انظر المراجع الآتية:

- يسري مصطفى، **حول مفهوم الحكم الجيد**، على الرابط: www.aqlem.com/article
- برنامج الديمقراطية وحقوق الإنسان، "مفاهيم وسياسات الحوكمة في الأدبيات العربية والغربية"، **كلية الاقتصاد والعلوم السياسية**، جامعة القاهرة، تم الاطلاع في 2022/4/9، على الرابط: https://manshurat.org/file/20608/download?token=im2NTxlf
- مجدوب خيرة، "سبل إرساء مبادئ الحكم الرشيد المحلي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة"، **مجلة أبحاث كمية ونوعية في العلوم الاقتصادية والإدارية**، المجلد 1، العدد 1، 2019، ص.ص.85-113.
- Jomo Kwame Sundaram & Anis Chowdhury, "**Is Good Governance Good for Development?**". Bloomsbury Academic, 2012.
- B. C. Smith, "**Good Governance and Development**", Macmillan, 2007.

[7] خيرة، مجدوب، **مرجع سابق**، ص.ص.85.

[8] رابحي لخضر، "الحكم الراشد ودوره في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر"، **مجلة العلوم القانونية والسياسية**، عدد 17، 2018ص. ص. 494- 503.

[9] **برنامج الأمم المتحدة الإنمائي حول العالم**، تقرير التنمية البشرية في مصر 2021، تم الاطلاع في 2022/4/8، على الرابط: https://www.eg.undp.org/content/egypt/ar/home/launch-of-egypt-human-development-report-2021.html

[10] دعاء فكري عبد الله، أطر تغطية الصحف الإلكترونية المصرية لمعوقات التنمية الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل مدركات الشباب الجامعي نحوها: دراسة تحليلية وميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 59، الجزء 1، 2021، ص.ص.219-262.

[11] Nkem Fab-Ukozor & Ifeoma C. Ojiakor, "Social Media and Youth Empowerment: An Empirical Inquiry", **RAIS Conference Proceedings, Research Association for Interdisciplinary Studies**, 2020.

[12] منى طه محمد، دور المواقع الصحفية في توعية الشباب المصري بالتنمية المستدامة -رؤية مصر 2030، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد 25، 2019، ص.ص.72-151.

[13] أحمد الزهراني، ودعاء سالم، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب السعودي نحو رؤية المملكة 2030"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 65، 2018، ص.ص. 193-279.

[14] أحمد سامي العايدي، "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة"، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد (16)، 2018، ص.ص.443-473.

[15] أسامة بن غازي زين المدني، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبدالعزيز"، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد 23، 2020، ص.ص.11-68.

[16] لامان محمد أحمد، وسمر حسانين مهران، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري "الفيسبوك" نموذجًا، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد 19،2017، ص.ص.160-181.

[17] Amita Chaudhary, "The Role of Social Media to Empower Youth- Challenges and Opportunities", **New Media and Mass Communication**, vol.(56), 2016,p.p.17-19.

[18] هاني نادي عبد المقصود، "تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2020"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد (21) العدد (1)، 2020، ص.ص.331-364.

[19] إيمان شومان، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعبئة السياسية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب في المجتمع المصري"، **حوليات آداب عين شمس**، المجلد (49)، 2021، ص.ص. 390-441.

[20] Yiben Liu, "Engaging Youth in the Hybrid Media Environment: Media Technological Attributes' Effects on Young People's Internet Political Efficacy during Second Screening", **Doctoral Dissertation**, the Department of Communication and Information Sciences, the Graduate School of the University of Alabama, 2021.

[21] وسام صلاح، "تعرض الشباب المصري للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم السياسية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (58)، الجزء الثاني، 2021، ص.ص.1031-1084.

[22] ياسر سليمان، "الإعلام الشبكي وتنمية الثقافة السياسية لدى الشباب: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة كفر الشيخ"، **مجلة الآداب والعلوم الإنسانية**، العدد (38)،2021، ص.ص.82-140.

[23] Haslina Halim, et.al., "Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis", **Cogent Social Sciences**, vol. (7), 2017, p.p., 1-10.

[24] Franziska Marquart, Jakob Ohme, and Judith Möller, "Following Politicians on Social Media: Effects for Political Information, Peer Communication, and Youth Engagement", **Media and Communication**, vol. (8), Issue (2), 2020, pp. 197-207

[25] علاء محمد عبد العاطي، "استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاستقطاب السياسي لديهم في إطار نظرية المجال العام: دراسة ميدانية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (54)، الجزء (5)، 2020، ص.ص.2973-3026.

[26] نادية إبراهيم، وهالة عبد الله، "دور الإعلام الجديد في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب"، **مجلة الكلية الإسلامية**، الجامعة الإسلامية، المجلد (9)، العدد (33)، 2015، ص.ص.169-198.

[27] محمود محمد حسن، وعادل صادق محمد، وسحر محمد وهبي، "دور الفيسبوك في المشاركة السياسية للشباب بصعيد مصر: دراسة ميدانية"، **مجلة كلية الآداب**، العدد (54)، الجزء (2)، 2020، ص.ص. 457-476.

[28] Rachmah Ida, Muhammad Saud, and Musta'in Mashud, "An empirical analysis of social media usage, political learning and participation among youth: a comparative study of Indonesia and Pakistan", **Quality & Quantity**, vol.(54),2020 ,pp.1285-1297.

[29] Iqbal Arpannudin & Syifa Siti Aulia "Citizenship and Democracy: How Young Citizen Behave Democratically in Digital Age". 2nd Annual Civic Education Conference (ACEC 2019), Advances in Social Science, **Education and Humanities Research**, vol.(418), 2020, pp.391-395.

[30] بشرى داود سبع السنجري، وسينهات محمد عز الدين الداوودي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية للشباب العراقي"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد (66)، 2019، ص.ص.707 - 740.

[31] Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq, "The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan", **SAGE Open**, 2019, pp.1-9

[32]صفا محمود عثمان، "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القرار التصويتي والمشاركة السياسية للشباب المصري خلال الاستفتاء على دستور 2014"، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، العدد (15)، 2018، ص.ص. 79 -143.

[33] Muhammad Rakib Ehsan, "What Matters? Non-Electoral Youth Political Participation in Austerity Britain", **Societies**, vol.(8), no.(101), 2018, pp.1-9.

[34] Ashley Lee, "Invisible networked publics and hidden contention: Youth activism and social media tactics under repression", **new media & society**, Vol. 20, no.(11), 2017, pp.4095- 4115

[35] Yunhwan Kim, Silvia Russo and Erik Amnå, "The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages", **New Media & Society**, Vol.(19), no.(6), 2017, pp.899-917.

[36] P.Readshaw, "Evaluating the role of media in fostering political engagement among young people in the UK: A comparative analysis of social and legacy media coverage of political events and contribution to feelings of political empowerment"**, Doctoral dissertation**, Canterbury Christ Church University, 2017, p. 7.

[37]مريهان محمد عبد الموجود، وأحمد علي بيلي، ونرمين قاسم، وفاطمة يوسف القليني. "المواقع الإخبارية الإلكترونية ودورها في المشاركة السياسية للشباب المصري"، **مجلة البحث العلمي في الآداب**، العدد (18)، الجزء (5)،2017، ص.ص.411-427.

[38] بثينة حمدي، "دور الإعلام الاجتماعي في تنمية المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي -دراسة ميدانية على عينة من الطلبة المستخدمين بجامعة قالمة"، **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، جامعة الشهيد حمة لخضر، العدد (22)، 2017، ص.ص.212-226.

[39] رضوان قطبي، "شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب بالمغرب: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي"، **مجلة المنارة للدراسات القانونية والإدارية**، العدد (18)، 2017، ص.ص.231-245.

[40] محمد جاد المولى عويس، "تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، 2017، ص.ص.383-443.

[41] Ana Pap, A., Marija Ham, and Karla Bilandzic, "The Influence Of Social Media On Online And Offline Political Participation Of Youth", **25th International Scientific Conference on Economic and Social Development** - XVII International Social Congress (ISC-2017) – Mosco.

[42] Shelley Boulianne, "Online news, civic awareness, and engagement in civic and political life", **New Media & Society**,Vol.(18), No.(9), 2016, pp.1840- 1856.

[43] نجلاء فهمي، "دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشباب المصري"، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد(8)، 2016، ص.ص.173-229.

[44] سامح محمد يوسف الشريف، شريف درويش اللبان، "استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية: دراسة ميدانية"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد (6)، 2016، ص.ص.527-567.

[45] Hongwei Chris Yang and Jean L. DeHart, "Social Media Use and Online Political Participation Among College Students During the US Election 2012", **Social Media + Society**, 2016 pp.1- 18.

[46] علياء محمد كامل، "دور وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على وعي الشباب في المشاركة السياسية: دراسة ميدانية في الأنثروبولوجيا الاجتماعية"، **مجلة مركز الخدمة والاستشارات البحثية**، بكلية الآداب جامعة المنوفية العدد (31)، 2015، ص.100.

[47] عبدالناصر قاسم الفراء، "دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية". **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية**، الجامعة الإسلامية –غزة، المجلد (23)، العدد (22)، 2015، ص. ص.259-311.

[48] علا عبد القوي عامر، "دور وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي: دراسة ميدانية لمشاركة طلاب الجامعة في الانتخابات البرلمانية 2015"، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد (11)، 2015، ص.98.

[49] Magdalena Wojcieszak and Briar Smith, "Will politics be tweeted? New media use by Iranian youth in 2011", **New Media & Society**, Vol. 16, no.(1), 2014, pp.91-109.

[50] أمل محمد خطاب، "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة المجتمعية للشباب المصري: دراسة مقارنة بين واقع شباب الريف والحضر"، **مجلة البحوث الإعلامية**، المجلد 30، العدد (40)، 2013، ص.ص. 381 -415.

[51]صبري خالد، "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي: دراسة ميدانية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (57)، 2021، ص.ص.767-806.

[52] Colvis Bergère, "From Street Corners to Social Media: The Changing Location of Youth Citizenship in Guinea", **African Studies Review**, vol. (63), no.(1), 2020, pp.124-145.

[53] عبد الوهاب مستور السلمي، "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى الشباب السعودي: دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة جدة". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد (76)، 2020، ص.ص.507-545.

[54] Daniel S. Lane, "Civic Laboratories: Young People, Political Expression, and Social Media", **Doctoral Dissertation**, the University of Michigan, 2019.

[55] خالد منصر، "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، 2018.

[56] Mohamed El Marzouki, "Young And Creative: Dissent, Youth Citizenship and Participatory Media on the Moroccan Social Web", **Doctoral Dissertation**, the Media School, Indiana University, 2017.

[57] محمد عبد البديع السيد، "دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة"، **مجلة بحوث العلاقات العامة**، العدد (12)، 2016، ص.ص.99-161.

[58] Malin Sveningsson, "It's Only a Pastime, Really": Young People's Experiences of Social Media as a Source of News about Public Affairs", **Social Media + Society**, 2015, pp. 1-11

[59] Robert H. Wicks, et.al., "Correlates of Political and Civic Engagement Among Youth During the 2012 Presidential Campaign", **The American Behavioral Scientist**, Vol. (58), no.(5), 2014.

[60] Amelia Johns , "Muslim Young People Online: "Acts of Citizenship" in Socially Networked Spaces". **Social Inclusion**, Vol.(2), no.(2), 2014, pp.71-82

[61] Elisa Hernández Merayo, et.al., "Interactive Youth and Civic Cultures: The Educational, Mediatic and Political Meaning of the 15M", **Revista Científica de Educomunicación (Comunicar),** no.(40), vol.(XX), 2013, pp.59-67.

[62] بوحلوان عبد الغاني، وطيبي غماري، "مأسسة المجال العمومي: مقاربة هابرمس على المحك"، **مجلة متون**، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيد، المجلد (10)، العدد (2)، 2018، ص.ص.104-107.

[63] حسن مصدق، "**يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت: النظرية النقدية التواصلية**"، المركز الثقافي العربي، 2005، ص.ص. 7-8.

[64] Young Cheon Cho ,"The Politics of Suffering in The Public Sphere: The Body In Pain, Empathy, and Political Spectacles". Doctoral Dissertation, The University of Iowa, p.p.14-15, 2009.

[65] ثريا بن مسمية، "**مدرسة فرانكفورت: دراسة في نشأتها وتياراتها النقدية واضمحلالها**"، سلسلة مصطلحات معاصرة، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية،2020، ص.ص.119-120.

[66] ممدوح إسماعيل. "مفهوم المجال العام: قراءة تحليلية في النشأة والتطور"، **مجلة العلوم الاجتماعية**، المجلد (41)، العدد(4)، 2013، ص.ص.62-64.

[67] ürgen Gerhards and Mike S. Schäfer , "Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany". **New Media & Society**, Vol.(12), No.(1), 2010, p.2

[68] أشرف حسن منصور، "**نظرية هابرماس في المجال العام، أوراق فلسفية**". العدد (7)، 2002، ص.264.

[69] مريم ماضوي، "الشبكات الاجتماعية الرقمية كمجال عام رقمي: قراءة في الأبعاد والحدود"، **المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، مجلد (12)، العدد (1)، 2020، ص.ص.209-213.

[70] محمود عبد القوي، "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية" **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح الاقتصادي- الواقع والتحديات**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص. 62.

[71] ليديا صفوت، "المجال العام والفعل التواصلي عند هابرماس كأطر موجهة للبحوث الإعلامية- رؤية تحليلية نقدية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد(4)، 2022.

[72] Gerhards, J. & Schäfer, M. S. **op.cit**.,p.3.

[73] إيمان عبد الحكيم أحمد زايد، "دور الفضائيات المصرية في بناء التوقعات الاجتماعية للجمهور المصري: دراسة مسحية"، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، العدد الخامس، 2016، ص. ص.329-332.

[74] ماهيناز محسن، "دور وسائل الإعلام في تشكيل توقعات الجمهور المصري عن مستقبل المجتمع بعد ثورة 25 يناير"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (63)، المجلد الأول، 2011، ص.59.

[75] إيمان عبد الحكيم أحمد زايد، **مرجع سابق**. ص.333.

[76] **تقرير الأمم المتحدة**، "درء التطرف العنيف من خلال تمكين الشباب في الأردن وليبيا والمغرب وتونس"، تم الاطلاع في 2022/4/6، على الرابط: https://ar.unesco.org/preventing-violent-extremism/youth/project

[77] **المؤسسة الاتحادية للشباب**، دولة الإمارات العربية المتحدة، دليل تمكين الشباب 2021، تم الاطلاع في 2022/4/7 على الرابط https://youth.gov.ae/ar/youth-empowerment-model

[78] Vasava, N. D. (2018)."Youth Empowerment for Sustainable Development: A Study on Youth Empowerment for Sustainable Development from Selected NGOs of Gujarat State". Doctoral Dissertation, The Faculty of Social Work, The Maharaja Sayajirao University of Baroda, p.2.

[79] محمد البصراتي، "دور التمكين السياسي للشباب في عملية التنمية السياسية في مصر"، **مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية**، العدد(5)، 2016، ص.30.

[80] علا عبد القوي عامر، **مرجع سابق**، ص.98.

[81] آية عبدالله أحمد النويهي، **مرجع سابق**، ص.4.

[82] نهلة محمد مصطفى جندية، "مفهوم المواطنة والأسس التي تقوم عليها في ألمانيا ومصر دراسة مقارنة". **مجلة البحوث القانونية والاقتصادية**، المجلد (53)، العدد (4)، 2021، ص 17.

[83] صفاء علي رفاعي، "دور المشاركة المجتمعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري". **مجلة الآداب والعلوم الإنسانية**، المجلد (89)، العدد(2)، 2019، ص.508.

[84] إيمان محمد حمدان الطائي. (2018). "الشباب العربي ودوره في التنمية المستدامة وتحديات الواقع المعاصر". **مجلة العلوم التربوية والنفسية**، العدد (137)، ص.ص.44-45.

[85] قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين وفقًا للترتيب الأبجدي:

أ.د. دينا فاروق أبو زيد، رئيس قسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

د. رشا قمحاوي، الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

د. سهى عبد الرحمن المهدي، مدرس الصحافة بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

د. شيماء عز الدين، الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

[86] **اليونسكو**، "بريادة الشباب مع الشباب من أجل الشباب". تم الاطلاع في 2022/4/6، على الرابط: https://ar.unesco.org/youth

[87] **تقرير مجلس الأمن رقم (2240) لعام 2015**، تم الاطلاع في 2022/4/6، على الرابط: https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/413/04/PDF/N1541304.pdf?OpenElement

[88] **تقرير المعرفة العربية للعام 2014**، "الشباب وتوطين المعرفة: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم"، ص.9، تم الاطلاع في 2022/4/6، على الرابط: https://www.arabstates.undp.org/content/dam/rbas/report/AKR2014_Summary_AR.pdf

[89] **بيان الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء**، (2021). تم الاطلاع في 2022/4/6، على الرابط: file:///C:/Users/MASTAR/Downloads/2021811103520_youth.pdf

References:

https://scholar.cu.edu.eg/?q=mmyoussif/files/dwr_ljhwy_fy_tmkyn_lshbb_wlstfd_mn_tqth_08_0.pdf

-Baburi, S. (2018). wariad burish, "al'iislah alsiyasii walhawkamat alrashidati: dirasat fi alealaqat walmadamina", dafatir siasiatun, 19.(2)

: https://arab-hdr.org/wp-content/uploads/2021/02/ahdr-report_2016-ar-chapter_8.pdf

https://arab-hdr.org/wp-content/uploads/2021/10/52279-UNDP-Citizenship-and-SDGs-report_ARABIC_final-web.pdf

: www.aqlem.com/article

- https://manshurat.org/file/20608/download?token=im2NTxlf
- Khaira, M. (2019). "sbul 'iirsa' mabadi alhukm alrashid almahaliyi litahqiq 'ahdaf altanmiat almustadamati", majalat 'abhath kamiyat wanaweiat fi aleulum alaiqtisadiat wal'iidariati, 1(3). 85-113.
- Jomo Kwame Sundaram & Anis Chowdhury, "Is Good Governance Good for Development?". Bloomsbury Academic, 2012.
- B. C. Smith" ,Good Governance and Development", Macmillan, 2007.

-Likhadar, R. (2018). "alhukam alraashid wadawrih fi tahqiq altanmiat almustadamat fi aljazayir", majalat aleulum alqanuniat walsiyasiati, 17(3). 494- 503.

https://www.eg.undp.org/content/egypt/ar/home/launch-of-egypt-human-development-report-2021.html

-Abdallah, D. (2021). 'atur taghtiat alsuhuf al'iiliktruniat almisriat limueawiqat altanmiat alaijtimaeiat waealaqatiha bitashkil mudrikat alshabab aljamieii nahwaha: dirasat tahliliat wamaydaniatin, majalat albuhuth Al'iielamia. 219-262.

Nkem Fab-Ukozor & Ifeoma C. Ojiakor, "Social Media and Youth Empowerment: An Empirical Inquiry", RAIS Conference Proceedings, Research Association for Interdisciplinary Studies, 2020.

-Muhamad, M. (2019). dawr almawaqie alsahufiat fi taweiat alshabab almisrii bialtanmiat almustadamat -ruyat misr 2030, almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, 25(2). 72-151.

-Alzahrani, A. (2018), "dawr mawaqie altawasul aliaijtimaeii fi tashkil aitijahat alshabab alsaeudii nahw ruyat almamlakat 2030", almajalat Almisriat libuhuth al'iielami, 65(2), 193-279.

-Aleaydi, A. (2018). "mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawruha fi tahqiq alwaey ladaa alshabab alsaeudii biqadaya altanmiat almustadamati", almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'iielani, 16(2). 443-473.

-Almadani, O. (2020). "duwr wasayil altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey biqadaya altanmiat almustadamati: dirasat maydaniat ealaa eayinat min tulaab jamieatay 'um alquraa walmalik eabdialeaziza", almajalat alearabiat lil'iielam walaitisali, 23(2).11-68.

-Ahmed, L. (2017), "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi daem juhud altanmiat bialmujtamae almisrii "alfisbuk" nmwdhjan, almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, 19(2).160-181.

Amita Chaudhary, "The Role of Social Media to Empower Youth- Challenges and Opportunities", New Media and Mass Communication, vol.(56), 2016,p.p.17-19.

-Abd Almaqsud, H. (2020). "taearad alshabab lil'akhbar alzaayifat eabr alshabakat alaijtimaeiat waealaqatiha biaitijahatihim nahw almusharakat fi alaintikhabat albarlamaniat 2020", almajalat Almisria libuhuth alraay Aleam, 1(2). 331-364.

-Shuman, I. (2021). "dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi altaebiat alsiyasiati: dirasat maydaniat ealaa eayinat min alshabab fi almujtamae Almisrii", hawliaat adab Ain shams, 49(3). 390-441.

Yiben Liu, "Engaging Youth in the Hybrid Media Environment: Media Technological Attributes' Effects on Young People's Internet Political Efficacy during Second Screening", Doctoral Dissertation, the Department of Communication and Information Sciences, the Graduate School of the University of Alabama, 2021.

Salah, W. (2021). "taearad alshabab almisriu lilshaayieat al'iilikturuniat ealaa mawaqie altawasul aliajtimaeii waealaqatih bimusharakatihim alsiyasiati", majalat albuhuth al'iielamiati, 58 (2).1031-1084.

-Sulayman, Y. (2021). "al'iielam alshabakiu watanmiat althaqafat alsiyasiat ladaa alshababi: dirasat maydaniat ealaa eayinat min tulaab jamieat kafr alshaykhi", majalat aladab waleulum Al'iinsania, 38(5). 82-140.

Haslina Halim, et.al., "Association of online political participation with social media usage, perceived information quality, political interest and political knowledge among Malaysian youth: Structural equation model analysis", Cogent Social Sciences, vol. (7), 2017, p.p., 1-10.

Franziska Marquart, Jakob Ohme, and Judith Möller, "Following Politicians on Social Media: Effects for Political Information, Peer Communication, and Youth Engagement", Media and Communication, vol. (8), Issue (2), 2020, pp. 197–207

-Abd Aleati, A. (2020). "aistikhdam alshabab aljamieii limawqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bialaistiqtab alsiyasii ladayhim fi 'iitar nazariat almajal aleama: dirasatan maydaniati", majalat albuhuth Al'iielamia, 54(2). 2973-3026.

-Ibrahim, N. (2015). wahalat eabd allah, "dawr al'iielam aljadid fi takwin alwaey alsiyasii ladaa alshababi", majalat alkuliyat al'iislamiati, aljamieat Al'iislamia, 33(2).169-198.

-Hassan, M. (2020). "dur alfisbuk fi almusharakat alsiyasiat lilshabab bisaeid masra: dirasat maydaniatan", majalat kuliyat Aladab, 54 (2). 457-476.

Rachmah Ida, Muhammad Saud, and Musta'in Mashud, "An empirical analysis of social media usage, political learning and participation among youth: a comparative study of Indonesia and Pakistan", Quality & Quantity, vol.(54),2020 ,pp.1285–1297.

Iqbal Arpannudin & Syifa Siti Aulia "Citizenship and Democracy: How Young Citizen Behave Democratically in Digital Age". 2nd Annual Civic Education Conference

(ACEC 2019), Advances in Social Science, Education and Humanities Research, vol.(418), 2020, pp.391-395.
-Alsinjirii, B. (2019). wasinhat muhamad eiz aldiyn aldaawwdi, "dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi tafeil almusharakat alaintikhabiat lilshabab Aleiraqi", almajalat almisriat libuhuth al'iielami, 66 (3). 707 -740.
Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq, "The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan", SAGE Open, 2019, pp.1–9
-Othman, S. (2018). "tathir aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa alqarar altaswitii walmusharakat alsiyasiat lilshabab almisrii khilal alaistifta' ealaa dustur 2014", almajalat aleilmiat libuhuth Alezza waltilfizyun, 15 (2). 79 -143.
Muhammad Rakib Ehsan, "What Matters? Non-Electoral Youth Political Participation in Austerity Britain", Societies, vol.(8), no.(101), 2018, pp.1-9.
Ashley Lee, "Invisible networked publics and hidden contention: Youth activism and social media tactics under repression", new media & society, Vol. 20, no.(11), 2017, pp.4095– 4115
Yunhwan Kim, Silvia Russo and Erik Amnå, "The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages", New Media & Society, Vol.(19), no.(6), 2017, pp.899–917.
P.Readshaw, "Evaluating the role of media in fostering political engagement among young people in the UK: A comparative analysis of social and legacy media coverage of political events and contribution to feelings of political empowerment", Doctoral dissertation, Canterbury Christ Church University, 2017, p. 7 .
-Abd Almawjudi, M. (2017). wa'ahmad eali bili, wanarmin qasim, wafatimat yusif alqilini. "almawaqie al'iikhbariat al'iiliktruniat wadawruha fi almusharakat alsiyasiat lilshabab Almisrii", majalat albahth aleilmii fi aladab, 8(3). 411-427.
-Hamdi, B. (2017). "dawr al'iielam alaijtimaeii fi tanmiat almaerifat alsiyasiat ladaa alshabab aljamieii -dirasat maydaniat ealaa eayinat min altalabat almustakhdamin bijamieat qalimati", majalat aldirasat walbuhuth alaijtimaeiati, jamieat Alshahid Hamat likhadr, 22 (4). 212-226.
-Qutbi, R. (2017). "shabakat altawasul aliajtimaeii walmusharakat alsiyasiat lilshabab bialmaghribi: dirasat maydaniat ealaa eayinat min alshabab aljamieii", majalat almanarat lildirasat alqanuniat wal'iidariati, 18(3). 231-245.
-Aweys, M. (2017). "tathir 'iielam almubayil ealaa almusharakat alsiyasiat lilshabab fi Masr", almajalat Almisria libuhuth Al'iielam. 383-443.
Ana Pap, A., Marija Ham, and Karla Bilandzic, "The Influence Of Social Media On Online And Offline Political Participation Of Youth", 25th International Scientific Conference on Economic and Social Development - XVII International Social Congress (ISC-2017) – Mosco .
Shelley Boulianne, "Online news, civic awareness, and engagement in civic and political life", New Media & Society,Vol.(18), No.(9), 2016, pp.1840– 1856.

-Fahmi, N. (2016). "dawr al'iielam aljadid fi taghyir almanzumat alqiamiat ladaa alshababi: dirasat tatbiqiat ealaa alshabab almisrii", almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'iielani, 8(3).173-229.

-Alsharif, S. (2016), "astikhdamat alshabab almisrii lilmawaqie aliajtimaeiat waealaqatiha biaitijahatihim alsiyasiati: dirasat maydaniatan", almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, 6(2) .527-567.

Hongwei Chris Yang and Jean L. DeHart, "Social Media Use and Online Political Participation Among College Students During the US Election 2012", Social Media + Society, 2016 pp.1- 18.

-Kamil, A. (2015). "dawr wasayil altawasul alaijtimaeii watathiruha ealaa waey alshabab fi almusharakat alsiyasiati: dirasat maydaniat fi al'anthrubulujia alaijtimaeiati", majalat markaz alkhidmat walaistisharat albahthiati, bikuliyat aladab jamieat Almanufia 31.(4)

-Amer, O. (2015). "dawr wasayil al'iielam alraqamiat fi tafeil almusharakat alsiyasiat lilshabab aljamieii: dirasatan maydaniatan limusharakat tulaab aljamieat fi alaintikhabat albarlamaniat 2015", almajalat Alearabia libuhuth al'iielam walaitisali, 11.(2)

-Alfara', A. (2015). "dawr mawaqie altawasul al'iiliktrunii fi tanmiat musharakat alshabab alfilastinii fi alqadaya alsiyasiati". majalat aljamieat al'iislamiat lildirasat alaiqtisadiat wal'iidariati, aljamieat Al'iislami -Ghaza, (23), 22 (1). 259-311.

Magdalena Wojcieszak and Briar Smith, "Will politics be tweeted? New media use by Iranian youth in 2011", New Media & Society, Vol. 16, no.(1), 2014, pp.91-109.

-Khattab, A. (2013). "tathir aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii ealaa almusharakat almujtamaeiat lilshabab almisrii: dirasat muqaranat bayn waqie shabab alriyf walhadra", majalat albuhuth al'iielamiati, , 40(2). 381- 415.

-Khalid, S. (2021)."shabakat altawasul aliaijtimaeii wadawruha fi taeziz qiam almuatanat ladaa alshabab alsiynawi: dirasat maydaniatan", majalat albuhuth Al'iielamia, 57(4). 767-806.

Colvis Bergère, "From Street Corners to Social Media: The Changing Location of Youth Citizenship in Guinea", African Studies Review, vol. (63), no.(1), 2020, pp.124-145 .

-Alsilmi, A. (2020)."athar aistikhdam mawaqie altawasul alaijtimaeii fi taeziz qiam almuatanat alraqamiat ladaa alshabab alsaeudii: dirasat maydaniat ealaa eayinat min shabab madinat jida". almajalat Almisriat libuhuth al'iielami, 76(1) .507-545.

Daniel S. Lane, "Civic Laboratories: Young People, Political Expression, and Social Media", Doctoral Dissertation, the University of Michigan, 2019.

-Minsar, K. (2018). "dawr mawaqie alshabakat alaijtimaeiat fi taeziz qiam almuatanat ladaa alshabab aljazayirii", risalat dukturah ghayr manshuratin, qism eulum al'iielam walaitisali, kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, jamieat Batna.

Mohamed El Marzouki, "Young And Creative: Dissent, Youth Citizenship and Participatory Media on the Moroccan Social Web", Doctoral Dissertation, the Media School, Indiana University, 2017.

-El-Sayed, M. (2016). "dur wasayil al'iielam aljadidat fi daem almuatanat alraqamiat ladaa tulaab aljamieati", majalat buhuth alealaqat aleamati, 12(3) .99-161.
Malin Sveningsson, "It's Only a Pastime, Really": Young People's Experiences of Social Media as a Source of News about Public Affairs", Social Media + Society, 2015, pp. 1-11
Robert H. Wicks, et.al., "Correlates of Political and Civic Engagement Among Youth During the 2012 Presidential Campaign", The American Behavioral Scientist, Vol. (58), no.(5), 2014.
Amelia Johns , "Muslim Young People Online: "Acts of Citizenship" in Socially Networked Spaces". Social Inclusion, Vol.(2), no.(2), 2014, pp.71-82
Elisa Hernández Merayo, et.al., "Interactive Youth and Civic Cultures: The Educational, Mediatic and Political Meaning of the 15M", Revista Científica de Educomunicación (Comunicar), no.(40), vol.(XX), 2013, pp.59-67.
-Abd Alghani, B., Ghamry, W. (2018). "masisat almajal aleumumi: muqarabat habirms ealaa almahka", majalat mutun, kuliyat aleulum alaijtimaeiati, jamieat Alduktur Mawlay Altaahir Saeid, 2.(5)
-Mossadegh, H. (2005), "Jürgen Habermas wamadrasat Frankfurti: alnazariat alnaqdiat altawasuliatu", almarkaz althaqafii alearabii.
Young Cheon Cho ,"The Politics of Suffering in The Public Sphere: The Body In Pain, Empathy, and Political Spectacles". Doctoral Dissertation, The University of Iowa, p.p.14-15, 2009.
-Musmia, S. (2020). "madrasat frankfurti: dirasat fi nash'atiha watayaaratiha alnaqdiat waidmihlalha", silsilat mustalahat mueasirati, almarkaz Al'iislami lildirasat al'iistratijiati.
ürgen Gerhards and Mike S. Schäfer , "Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany". New Media & Society, Vol.(12), No.(1), 2010, p.2
-Mansur, A. (2002). "nzariat habirmas fi almajal aleami, 'awraq falsafiatun". 7.(5)
-Ismaeil, M. (2013). "mafhum almajal aleama: qira'at tahliliat fi alnash'at waltatawuri", majalat aleulum aliajtimaeiati, 4.(3)
-Madwi, M. (2020). "alshabakat alaijtimaeiat alraqamiat kamajal eamin raqmi: qira'at fi al'abead walhududi", almajalat alearabiat fi aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, 1.(4)
-Abd Alqawi, M. (2009) "dawr al'iielam albadil fi tafeil almusharakat alsiyasiat ladaa alshababi: dirasat tatbiqiat ealaa alshabakat alaijtimaeiat alaiftiradiati" almutamar aleilmiu alduwaliu alkhamis eashra, al'iielam wal'iislah alaiqtisadiu- alwaqie waltahadiyatu, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira.
-Safwat, L. (2022). "almajal aleami walfiel altawasuliu eind habirmas ka'utur muajahat lilbuhuth al'iielamiati- ruyat tahliliat naqdiatun", majalat albuhuth al'iielamiati, 4.(4)
-Zayid, I. (2016). "dawr alfadayiyaat almisriat fi bina' altawaqueat alaijtimaeiat liljumhur almisrii: dirasat mashiatun", almajalat aleilmiat libuhuth Alezaa waltilifizyuni, 5.(2)

-Muhsin, M. (2011). "dur wasayil al'iielam fi tashkil tawaqueat aljumhur almisrii ean mustaqbal almujtamae baed thawrat 25 yanayir", majalat albuhuth al'iielamiati, aleadad 63.(4)

: https://ar.unesco.org/preventing-violent-extremism/youth/project

https://youth.gov.ae/ar/youth-empowerment-model

Vasava, N. D. (2018)."Youth Empowerment for Sustainable Development: A Study on Youth Empowerment for Sustainable Development from Selected NGOs of Gujarat State". Doctoral Dissertation, The Faculty of Social Work, The Maharaja Sayajirao University of Baroda, p.2.

-Albasrati, M. (2016). "dur altamkin alsiyasii lilshabab fi eamaliat altanmiat alsiyasiat fi Masr", majalat jil aldirasat alsiyasiat walealaqat alduwliati, 5.(3)

-Gendia, N. (2021). "mafhum almuatanat wal'usus alati taqum ealayha fi 'almania wamisr dirasat muqaranati". majalat albuhuth alqanuniat waliaiqtisadiati), 4(1.(

-Rifai, S. (2019) "dawr almusharakat almujtamaeiat fi taeziz qiam almuatanat ladaa alshabab Almisrii". majalat aladab waleulum al'iinsaniati, 2.(2)

-Altaayiy, I. (2018). "alshabab alearabii wadawrih fi altanmiat almustadamat watahadiyat alwaqie almueasiri". majalat aleulum altarbawiat walnafsiati, 137.(6)

: https://ar.unesco.org/youth

https://www.arabstates.undp.org/content/dam/rbas/report/AKR2014_Summary_AR.pdf

file:///C:/Users/MASTAR/Downloads/2021811103520_youth.pdf

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Salama Daoud

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, 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. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, 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

Issue 64 January 2023 - 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.