

THE REASONS FOR UNIVERSITY YOUTH'S USE OF SOCIAL MEDIA NETWORKS AND THE SATISFACTIONS ACHIEVED FROM THEM IN EGYPTIAN SOCIETY


Rania Mourad Abd Al Rahman MABROUK¹

Dr, Assiut University, Egypt

Abstract

The aim of this study is to highlight gratification achieved universities' youth from using social networking sites, and identify the most important social networking sites have a favorite universities' youth, and Identify the motivations for using universities' youth to social networking sites, sample of the study were applied on (400 cases) from males and females) between the ages of (18-21years),that are equally distributed among the four universities,the study relied on a questionnaire. The most important results of the study are: 1- Has proved the validity of the hypothesis of the study, which stated: "There is a statistically significant relationship between the extent of using Universities' youth of social networking sites and the gratification achieved for them" 2- The study showed that Facebook ranked as the first place as the most popular social networking sites among respondents, followed by Twitter and YouTube, Google plus, Instagram, Flickr, and Myspace. 3-The most important reasons to use universities' youth (study sample) for social networking sites is Fill leisure time and get rid of the boredom and loneliness which came on top of the ritual, while the connect with others and follow all the new things on the media scene in the introduction to the utilitarian motivation to use the respondents to social networking sites. 4- The study concluded that the gratification for universities' youth (study sample) of their use of social networking sites is the gratification you give me courage for dealing with the various issues and express their views boldly and clearly stating in the introduction to the gratification, while gratification for me to participate in events in society in the second place, and gratification the increasing knowledge of current events in Egypt in the third place.

Key words: Use of Social Media Networks and The Satisfactions; Egyptian Society; Social Networking Sites.

 <http://dx.doi.org/10.47832/2757-5403.23.1>

¹  malekmiral001@gmail.com

دوافع استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها في المجتمع المصري

رانيا مراد عبدالرحمن مبروك

د، جامعة اسيوط، مصر

الملخص

تستهدف الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، والتعرف على أهم مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الشباب الجامعي المصري، والتعرف على الدوافع (النفعية - الطقوسية) لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وإبراز الإشباع المتحققة للشباب الجامعي المصري من هذا الاستخدام، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الجامعي بلغت 400 مفردة من الذكور والإناث، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. - أن موقع الفيس بوك جاء في الترتيب الأول، بينما تلاه في المرتبة الثانية موقع تويتر، كما جاء موقع اليتيوب في المركز الثالث، ثم جاء موقع جوجل بلس في المرتبة الرابعة، ثم جاء موقع انستجرام في المرتبة الخامسة، بينما جاء موقع الفليكر في المرتبة السادسة، كما جاء موقع ماي سبيس في المرتبة السابعة، بينما احتل كل من موقعي هاي فايف ولينكدن المرتبة الثامنة. - وأن أهم دوافع استخدام الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في دافع ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل والوحدة، حيث جاء في مقدمة الدوافع الطقوسية، بينما جاء دافع التواصل مع الآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من أمور على الساحة الإعلامية في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي. - وأهم الإشباع المتحققة للشباب الجامعي المصري من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات والإشباع، مواقع الشبكات الاجتماعية، الشباب الجامعي المصري.

المقدمة

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

تعد الشبكة الدولية للمعلومات وسيلة اتصالية، استطاعت أن تُحدث انقلابًا في مفهوم التواصل الإنساني، سواء من حيث تنوع وسائله، أو من حيث اتساع نطاقه وسرعة إيقاعه، فمن خلال شبكة الإنترنت يمكن للفرد التواجد عن بعد

أو ما يعرف بنقل الحضور (Transmission of Presence)، وذلك بفضل نظم التحكم الآلي. (روبيرتس تيمونز وهايث ايبي، ص 171، 2004).

وبالانتقال إلى المشهد السياسي المصري، ومنذ قيام ثورة 25 يناير ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام عرف في الأوساط العلمية (بالإعلام الجديد New media أو الإعلام البديل Alternative media)، وتعددت تصنيفاته بين المنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وصحافة المدونات، أو البلوجرز، والشبكات الاجتماعية الافتراضية Virtual social Net works إلخ، وقد ساهم الإعلام في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار إليه بعد تفجيره لعدد من القضايا التي أثارت الرأي العام، وأرغمت حكومات كثيرة على اتخاذ قرارات ضد رغبتها. (محمد جابر 2022)

وتبعًا لهذه التطورات غيرت شبكة الإنترنت من عادات مستخدميها من الشباب المصري بسبب الانتشار الكبير لمواقع الشبكات الاجتماعية التي جعلتهم المتحكمين في طبيعة المحتويات التي ينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية والإبداع، بدلاً من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمه شبكة الإنترنت من مضمين. (H.S. Bark، 2020، pp36:42)

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

فمواقع الشبكات الاجتماعية جاءت لتفتح أبوابها للجميع ليكتبوا أو يرسلوا ما يريدونه في ديموقراطية إعلامية، وبيئة اتصالية مفتوحة استطاعت أن تشكل في بعض الأحيان جماعات يسود فيها الرأي والرأي الآخر، ولذلك أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook وغيرها، تستوعب أعداد من الصعب أن تستوعبه أية وسيلة إعلامية أخرى. (عبد السلام مصطفى، 2022)

ومن الناحية النظرية مثلاً تعد المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية أداة في يد الشباب المصري للرقابة والمشاركة والتأثير؛ فالناخب لديه القدرة على أن يشارك، ويمنح صوته، أو يمنعه عن المرشحين وفقًا لآرائهم وكفاءتهم في التعبير عن مصالح المواطنين؛ وبالتالي فإن الوعي السياسي للشباب الجامعي ومشاركتهم في العملية الانتخابية يكشف عن الإقبال، أو عدم الإقبال على صناديق الانتخاب، ومدى إدراكه لأهميتها، وعزوفه عن المشاركة أو عدم المشاركة فيها. (عبد الحميد أحمد، محمد، ص 134، 2021).

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

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

انفعالية عالية مقترنة بالقدرة على التضحية من أجل حماية هذه الاتجاهات، وأن مواقع الشبكات الاجتماعية من بين وسائل الإعلام التي يمكن أن تسهم في زيادة الاتجاه السياسي لدى الشباب، ودفعهم للمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2023م، بالإضافة إلى عوامل أخرى كالإطار المرجعي للفرد والجماعات المرجعية، ودور رأى الأغلبية والخبراء.

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

أهمية الدراسة:

رصدت الباحثة عددًا من النقاط تمثل كل منها أهمية للبحث منها:

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

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة الحالية للتعرف إلى ما يلي:

- السمات الديموجرافية للشباب الجامعي المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية من حيث: (النوع، الجامعة، محل الإقامة).
- معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت.

- دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، وموقع الدوافع السياسية بين باقي الدوافع الأخرى، سواء أكانت اجتماعية أم نفسية.
- حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة في أي نشاط أو حدث جديد يظهر أمامهم .
- أشكال المشاركة الإلكترونية للشباب الجامعي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 من خلال استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل: (إبداء الرأي، التعليق، بث مقاطع فيديو لمرشحي الرئاسة، مناقشة البرنامج الانتخابي لكل مرشح، الحشد ضد بعض أفراد أو مرشحي الرئاسة).
- رصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب الجامعي على مواقع الشبكات الاجتماعية.
- أهم الموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي على مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.
- مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات البرلمانية أو الرئاسية المصرية على استخدام وسائل الإعلام الأخرى.
- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا بين الشباب المصري.
- الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية .
- تقييم الشباب لدور الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية في أثناء الانتخابات أو الأنشطة الأخرى.
- مقترحات الشباب الجامعي لتوظيف شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل جديد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي أو غيره، ونشر الوعي بينهم ؛ بما يدفع الشباب نحو المشاركة الحرة والمستقلة دون تأثير عليهم .
- مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات تنظرية جديدة في ميدان الدراسات التي تهتم ببحث أسباب استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ودوافع هذا الاستخدام للشباب الجامعي المصري.

مشكلة الدراسة:

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

لدور الشبكات الاجتماعية، ومدى استجابتهم للمشاركة في الأنشطة المختلفة ومعرفة ما هي أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها من خلال تلك المواقع .

وفي ضوء ذلك يمكن بلورة وتحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي: "ما استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها في المجتمع المصري؟

تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة المتنوعة ؟
- ما أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية التي يحرص الشباب الجامعي على استخدامها؟
- ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت؟
- ما الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي في مواقع الشبكات الاجتماعية؟
- ما الإشباع الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

فروض الدراسة: تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة السياسية، مدى ملاءمة الوسيلة".

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

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة في الحياة السياسية"

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية، والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

الإطار النظري:

نظرية الاستخدامات والإشباع:

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباع المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات: دراسة (هرتزوج Herzog) 1942 حول الإشباع المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون (Berelson 1949) حول وظائف قراءة الصحف (Hesham Mesbah, p12, 1991).

وقد استطاع (إياهو كاتز Katz) 1959 أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباع من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباع في الدراسات الإعلامية على يد (ريموند باير Raymond Bauer) في الستينيات، وذلك في مقالته العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American Psychologist) بعنوان الجمهور العنيد (The Obstinate Audience)، وكانت فكرته الجديدة- آنذاك- تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض (باير Bauer) بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة- آنذاك- وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية، ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم.

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

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

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

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

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

ماهية الاستخدامات والإشباعات:

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

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

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

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1. معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، وإع، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.
2. معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى.
3. الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال. (مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلى حسين، ص 13، 14، 15، 2023).

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- 1- الجمهور النشط: Active Audience: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام. Denis Mcquail et.al, p222, 1988.
- 2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.
- 3- حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:
أولاً: دوافع نفعية (Instrumental Motive): وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.
ثانياً: دوافع طقوسية (Ritualized Motive): وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة (مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلى حسين، ص 247، 1998).

- 1- التوقعات من وسائل الإعلام.
- 2- التعرض لوسائل الإعلام.
- 3- إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:

أولاً: إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات:

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

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

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

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

ب: إشباعات شبه اجتماعية (Para Social): وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.

من خلال العرض السابق: يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المدخل للدراسة الحالية؛ حيث يقوم الشباب الجامعي بدور إيجابي في اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية، أو وجدانية، أو اجتماعية، أو سياسية، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أى إشباع؛ لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية مواقع الشبكات الاجتماعية- محل الدراسة- لاحتياجات الشباب الجامعي المصري، من خلال استخدامه لتلك الشبكات؛ ما يتيح قدرًا من التنوع في دوافع متابعة الشباب لهذه الشبكات والإشباعات المتحققة منها؛ بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة.

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

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

مراجعة الدراسات السابقة:

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

من الدراسات التي اهتمت بمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب دراسة (صلاح عبد الحميد، مني عاطف 2023)، التي سعت للتعرف إلى استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب المصري يستخدم شبكة الإنترنت للحصول على المعلومات السياسية بنسبة 18%، كما أكد 81.2% من أفراد العينة أن عملية الحصول على المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت تتسم بالسهولة بينما اعتبرها 15% منهم عملية صعبة، وأكدت النتيجة نفسها أيضًا دراسة (فرج محمود 2022) التي سعت للتعرف إلى توصيف العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلي من خلال الإنترنت بدرجة الوعي السياسي بين طلاب الجامعة، وكشفت النتائج أن الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والتخلص من الملل من أهم دوافع استخدام الإنترنت، وأضافت دراسة (وديع العززي 2023) إمكانية تنشيط الحياة المعرفية للشباب من خلال الإنترنت، وخصوصًا المعلومات السياسية، وانتهت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت تستطيع أن تزيد من كم المعلومات السياسية لدى الشباب، وأكدت النتيجة ذاتها دراسة (عبد السلام مصطفى 2022) التي سعت إلى معرفة المواد المفضلة لدى الشباب المصري خلال الدخول إلى عالم الإنترنت، وأظهرت النتائج أن 62% من الشباب المصري عينة الدراسة يزودهم الإنترنت بالمعلومات السياسية.

ومن الدراسات التي تناولت المشاركة السياسية ومواقع الشبكات الاجتماعية والإنترنت وعلاقتهم بالشباب دراسة (بسام عبد الرحمن 2022)، وسعت الدراسة للتعرف إلى دور الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة 93.43% من الشباب عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت، وأن موقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) حصل على 96% من عينة الدراسة من الشباب في نشر المعرفة السياسية لديهم، وتشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية، وأكدت النتيجة نفسها أيضًا دراسة (ثريا أحمد البدوي 2021) حيث حاولت الكشف عن دور استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة المشاركة السياسية لدى الشباب الأمريكي، وكشفت النتائج عن زيادة مشاركة الشباب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في مواقع الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية أدت إلى زيادة المعلومات السياسية لدى الشباب؛ فبداية معرفة الشباب الأمريكي بأوباما مرشح الرئاسة الأمريكية في 2008 قد بدأت من خلال مشاهدة مقطع فيديو له في (اليوتيوب)، وهي ذاتها النتيجة التي أظهرتها دراسة (حسن عماد، ليلي حسين 2022) التي انتهت إلى أن من يستخدمون (الفييس بوك) لديهم تحديد أفضل للمرشحين بسبب تبادلهم للأخبار السياسية عبر هذا الموقع الاجتماعي مع الأصدقاء، وهو ما عبرت عنه دراسة (Ellison, 2023)، التي أشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدرًا رئيسيًا للأخبار حول المرشحين، وشكلت أساسًا جديدًا للممارسة الديمقراطية على شبكة الإنترنت.

وقد أضافت دراسة (أماني إبراهيم 2022) أن هناك علاقة دالة إحصائية بين التعرض للمحتويات السياسية في مواقع الشبكات الاجتماعية، واحتمالية التصويت في الانتخابات، كما أكدت دراسة (محمد إبراهيم 2023) أن موقعي التواصل الاجتماعي (الفييس بوك، وتويتر) كان لهما دور مهم في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2007 على الشباب. ومن الدراسات التي تناولت نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبارها إطارًا نظريًا دراسة (خديجة عبد العزيز 2023) التي سعت إلى معرفة كيفية استخدام طلاب الجامعة لموقعي (الفييس بوك وماي سبيس) والإشباعات المتحققة منهما، وخلصت الدراسة إلى أن أكثر الإشباعات التي تنتج عن استخدام هذه الشبكات هي التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الأصدقاء، وهو ما يتفق مع دراسة (عبد الصادق حسن 2023) التي انتهت إلى أنه من الدوافع الرئيسية للدخول على الصفحات الشخصية للمرشحين في موقع (ماي سبيس) التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الآخرين. ومن الدراسات التي سعت إلى تفسير استخدام الشباب لموقعي (الفييس بوك وماي سبيس) في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات دراسة (أشرف جلال 2022) التي خلصت إلى أن الشباب يستخدم موقعي (الفييس بوك وماي سبيس) بدافع التواصل مع الأحداث الاجتماعية في حياة الأصدقاء بسهولة ويسر.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

انحصر اهتمام الدراسات السابقة- وبخاصة العربية منها- على دراسة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية، والمشاركات الاجتماعية، والمشاركة في الاحتجاجات والثورات، في حين لم تتطرق أية دراسة سابقة- في حدود علم الباحثين- إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية المصرية. ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها؛ بما يحقق أهداف الدراسة، والإجابة على تساؤلاتها، وأيضًا في وضع استمارة الاستبيان، بالإضافة إلى الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة.

المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

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

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

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

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

الإجراءات المنهجية للدراسة:

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

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

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

مبرات اختيار الشباب الجامعي المصري كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

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

8. أنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعًا إعلاميًا، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في تميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخدامًا لمواقع الشبكات الاجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطًا في شبكة الإنترنت وإسهامًا في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شؤون الحياة، وخصوصًا النواحي السياسية.

حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

الحدود الموضوعية: حيث تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراسة، وهي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، والإشباع الكتحققه منها في المجتمع المصري على عينة من الشباب الجامعي فقط.

الحدود الزمنية: وتمثلت في الفترة 2023 / 10 / 1 م إلى 2023 / 10 / 31 م . (المدي الزمني لتطبيق استمارة

الاستبيان).

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

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

إجراءات تطبيق الاستبيان:

- اختارت الباحثة بالطريقة العشوائية غير المنتظمة من بين الشباب الجامعي في المجتمع الأصلي للعينة المطلوبة.
- وضعت الباحثة في الاعتبار أن يكون تطبيق الاستبيان على عدد يزيد عن الأعداد المطلوبة بنسبة (10%) احتياطيًا ؛ لاحتمال وجود استمارات غير صحيحة فيمكن استبعادها.
- وزعت الباحثة الاستبيانات، وأوضحت لهم تعليمات الإجابة على كل جزء من أجزائه.
- تم التطبيق في الفترة من 2023 / 10 / 1 م إلى 2023 / 10 / 31 م .

المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

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

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

- اختبار كاي مربع (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- حساب التحليل العاملي والذي يقوم بتحليل المكونات الأساسية لعبارات المقياس، والتدوير المتعامد للمحاور بطريقة فاريماكس Varimax وفقاً لمحك هنري كيزر Kaiser Henry باستخدام برنامج Spss11.0.

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1- توصيف عينة الدراسة الميدانية:

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

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة الميدانية ن = 400

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

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

2. مدى استخدام الشباب الجامعي المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية:

استعانت الباحثة بهذا التساؤل لمعرفة مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية ومدى اقبالهم عليها كوسيلة اتصال جديدة تتيح لهم التواصل والتعارف ومبادلة الآراء ومعرفة الأخبار المختلفة .

يتضح لنا أن: نسبة 78.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 17.4% منهم يستخدمونها أحياناً، ونسبة 4.1% منهم لا يستخدمونها، ويتضح وجود فروق في مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا 2 دالة عند مستوى 0.001، ما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة من الشباب الجامعي الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية.

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

استعانت الباحثة بهذا التساؤل لمعرفة أي مواقع التواصل الاجتماعي يحظى بأهتمام الشباب الجامعي وتفضيلهم له وإيهما قرباً منهم وتأثيراً عليهم بما له من خصائص وسمات يفضلها الشباب .

يتضح لنا أن: أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً هي:

موقع فيس بوك (Facebook) بمتوسط 2.9 في الترتيب الأول، يليه يوتيوب (you tube) بمتوسط 0.8 في الترتيب الثاني، ثم تويتر (Twitter) بمتوسط 0.7 في الترتيب الثالث، وهذا يؤكد بدوره أهمية موقع الفيس بوك في الأحداث الهامة في مصر.

4. الأوقات التي يزيد فيها استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

قصدت الباحثة من وراء هذا التساؤل معرفة الأوقات التي يزيد فيها اقبال الشباب المصري علي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة أهمية متغير المشاركة الأحداث والمتغيرات الجارية والحصول علي المعلومات الخاصة بها من بين المتغيرات الأخرى .

يتضح أن: نسبة 36.6% من أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد يزيد فيه استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 24.6% من أفراد العينة يزيد استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات وتساعد الأحداث، ونسبة 15% منهم يستخدمونها في الإجازات والمناسبات، ونسبة 13.9% منهم يستخدمونها للتسلية وشغل أوقات الفراغ، ونسبة 8.8% من أفراد العينة يزيد استخدامهم عند الرغبة في الحصول على المعلومات السياسية، وأخيراً نسبة 1.1% من أفراد العينة يزيد استخدامهم أثناء الدراسة، ويتضح وجود فروق في الأوقات التي يزيد فيها استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا 2 دالة عند مستوى 0.001.

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

استخدمت الباحثة هذا التساؤل لمعرفة أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها والتحدث فيها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة موقع الموضوعات السياسية وأهميتها بين هذه الموضوعات والتي جاءت في ترتيب متقدم الترتيب الثاني بين أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها .

يتضح لنا أن: أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية هي: الموضوعات الاجتماعية بمتوسط 6.7 في الترتيب الأول، ثم الموضوعات السياسية بمتوسط 6.6 في الترتيب الثاني، ثم الموضوعات العلمية بمتوسط 6.5 في الترتيب الثالث، وفي الترتيب الأخير جاءت الموضوعات الصحية بمتوسط 3.6 .

6- أسباب استخدام الشباب الجامعي المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية:

جاء هذا التساؤل لاختبار فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباع من خلال وضع مجموعة من العبارات توضح لماذا يستخدم الشباب الجامعي مواقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت استخداماتها للمشاركة الاجتماعية ومتابعة ومتابعة كل ما هو جديد في ترتيب متقدم من بين الاستخدامات المختلفة، وقد قامت الباحثة بحساب التحليل العملي وذلك بهدف التعرف على العوامل الدافعة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية .

جدول (2)

أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية ن=374.

قيم شيوع عبارات المقياس "الاشتراكيات" Communalities

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

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

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

جدول رقم (4)

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

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

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

7- درجة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية أو البرلمانية أو المحليات المصرية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

استعانت الباحثة بهذا التساؤل للمقارنة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة اتصال حديثة ووسائل الاعلام الاخرى، وجاء استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في مكانة متقدمة جداً مقارنة بوسائل الاعلام الاخرى .

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

ويتضح وجود فروق في درجة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية أو البرلمانية أو المحليات المصرية مقارنة بوسائل الإعلام .

8. طبيعة المشاركة في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي تتعلق بالأحداث الجارية جاء هذا التساؤل لتوضيح طبيعة مشاركة الشباب في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي وكيف كانت طبيعة هذه المشاركة وشكلها فيما يتعلق بالأحداث الجارية.

يتضح لنا أن: نسبة 72.7% من أفراد العينة قاموا بالتعليق على بعض الأنشطة في إحدى أو عدة صفحات متعلقة بالأحداث الجارية، ونسبة 62.8% منهم قاموا بنشر أخبار تتعلق بتلك الأحداث والمستجدات، ونسبة 56.2% منهم قاموا بإنشاء صفحة معينة لنشر ومتابعة الأحداث الجارية في غزة، وأخيراً نسبة 27.3% منهم قاموا بإنشاء صفحات أو مجموعات لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بمتابعة الأحداث الجارية في غزة للحصول على تأييد الرأي العام، ويتضح وجود فروق في بعض مظاهر المشاركة في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي تتعلق بذلك حيث كانت قيمة ك2 دالة عند مستوى 0.001، ما عدا إنشاء صفحة معينة لتلك الأحداث، للدخول إلى مجموعات النقاش لتكوين رأي بعينه لدعم القضية الفلسطينية وكان التكرار الفعلي مقارياً للتكرار المتوقع ؛ ومن ثم كانت قيمة ك2 غير دالة

عند مستوى 0.05، وهذا يؤكد أن الشباب كانت مشاركتهم إيجابية بدرجة كبيرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة الأحداث الجارية .

10- الإشباع المتحققة لدى الشباب من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

وضع هذا التساؤل لاختبار الشق الاخر من نظرية الاستخدامات و الإشباع وهو معرفة الإشباع المختلفة المتحققة لدى الشباب الجامعي من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت الإشباع المرتبطة بمتابعة الشباب المصري لمتابعة الأحداث الجارية في مكانة متقدمة بين الإشباع المختلفة التي تتحقق لدى الشباب الجامعي من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية .

جدول رقم (5)

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

العبارة	موافق		محايد		معارض		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
1- شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل.	262	70.1	64	17.1	48	12.8	2.57	موافق
2- الاسترخاء والراحة عند الشعور بالتعب.	230	61.5	108	28.9	36	9.6	2.52	موافق
3- التسلية والشعور بالسعادة.	254	67.9	84	2.5	36	9.6	2.58	موافق
4- نسيان المشاكل التي أتعرض لها.	206	55.1	104	27.8	64	17.1	2.38	موافق
5- تشعرني بالراحة النفسية والاطمئنان.	176	47.1	134	35.8	64	17.1	2.29	محايد
6- أشعر بالألفة والتواصل مع الشخصيات السياسية ومناقشتهم في الأحداث الجارية.	188	50.3	117	31.3	69	18.4	2.32	محايد
7- أناقش محتواها مع أسرتي.	256	68.4	72	19.3	46	12.3	2.56	موافق
8- المساعدة في التعامل مع الآخرين لمعرفة رأيهم في مرشحي الرئاسة.	232	62	96	25.7	46	12.3	2.49	موافق
9- التعرف على معلومات تفيدني في حياتي.	302	80.7	64	17.1	8	2.1	2.79	موافق
10- زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في حياتي.	282	75.4	88	23.5	4	1.1	2.74	موافق
11- الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصى سرعة.	314	84	56	15	4	1.1	2.83	موافق
12- زادت من معلوماتي خاصة السياسية.	269	71.9	89	23.8	16	4.3	2.68	موافق
13- زادت من قدرتي على تحليل البرنامج الخاص بكل مرشح.	197	52.7	133	35.6	44	11.8	2.41	موافق
14- إرضاء رغبتني في الحصول على معلومات عن مرشحي الرئاسة.	233	62.3	88	23.5	53	14.2	2.48	موافق

موافق	2.54	8.6	32	29.1	109	62.3	233	15- جعلتني أفهم ما يدور حولي من أحداث عن الانتخابات الرئاسية المصرية.
موافق	2.52	10.7	40	27	101	62.3	233	16- تزود معرفتي السياسية لأمتلك الحجة لمناقشة الآخرين.
موافق	2.57	9.6	36	23.8	89	66.6	249	17- توفر لي التفاعلية كفرصة لإبداء الرأي بحرية في الموضوعات والقضايا المثارة.
موافق	2.34	19.7	73	27	100	53.2	197	18- إرضاء رغبتى للمشاركة السياسية الإلكترونية في الانتخابات الرئاسية المصرية.

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة يرون أن أهم الإشباع المتحققة لديهم من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الجزء الأول منها يتعلق بتداول المعلومات، والتعرف إلى معلومات جديدة، والتواصل مع الآخرين، وفي الجزء الثاني منها يتعلق بالمعلومات السياسية والقضية الفلسطينية، والمشاركة في إبداء الرأي؛ وهذا يؤكد أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في إشباع احتياجات الشباب من الحاجة للمعلومات المتعلقة بالأحداث الجارية وما يحدث في غزة.

وكان اتجاه الشباب الجامعي نحو الإشباع المتحققة لديهم من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية يتسم في معظم عبارات المقياس بالموافقة .

فروض الدراسة:

اختبرت الدراسة عدداً من الفروض وكانت النتائج على النحو التالي:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص، المستوى الاقتصادي والاجتماعي"، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، السياسة، مدى ملاءمة الوسيلة".

2(أ): الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم (6)

الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

مستوى المعنوية د.ح 372	ت	إناث (ن=128)		ذكور (ن=246)		المتغير الجنس
		ع	م	ع	م	
0.152 غير دالة	1.435	1.45	8	1.23	8.2	المعرفة والتعلم
0.828 غير دالة	0.218-	1.69	13.3	1.77	13.2	الاتصال والتفاعل الاجتماعي
0.110 غير دالة	1.600	1.84	6.9	1.79	7.2	تسلية وترفيه
0.432 غير دالة	0.787	1.26	7.2	1.67	7.3	الاختيار والتحكم
0.669 غير دالة	0.427	2.66	12.5	2.51	12.7	السياسة
0.116 غير دالة	1.577-	1.49	13.9	2.19	13.6	مدى ملاءمة الوسيلة
0.619 غير دالة	0.498	7.17	61.7	8.75	62.1	دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

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

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

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

الفرض الثاني:

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

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

جدول رقم (7)

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

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

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

3(ب): الفروق بين الجامعات في الإشباع المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

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

جدول رقم (8)

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

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

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

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة في الحياة السياسية"، ومتابعة الأحداث الجارية.

مناقشة نتائج الدراسة

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

- أظهرت نتائج الدراسة استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير؛ وهذا بدوره أدى إلى تكوين المجموعات والصدقات بين الشباب، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة، لها دورها الفاعل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب ومتابعة الأحداث الجارية ومنها قضية فلسطين وما يحدث في غزة الآن، وهي مصدر يحظى بثقة المشتركين؛ ما أدى إلى سهولة تداول المعلومات، وإقامة الحوارات الإيجابية، وخصوصاً السياسية بين الشباب، وهذا ما اتفق مع دراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (أحمد عبد العال، عالية 2012).

- يستدل من نتائج الدراسة أن من أهم أسباب متابعة أفراد العينة من الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية أنها تساعدهم على تكوين رأي عام حول المشكلات والقضايا الخاصة بالأحداث الجارية ومنها قضية فلسطين وما يحدث في غزة الآن، بالإضافة إلى إبداء آرائهم في القضايا المطروحة للتصويت عليها، ومناقشة أمور سياسية، وهذا مؤشر جيد جداً

للشباب الجامعي المصري؛ يعطي دلالة على كونه مؤهلاً قوياً للمشاركة في الانتخابات الرئاسية، أو أية أمور سياسية أو مجتمعية أخرى، وهذا ما اتفق مع دراسة (Hayes R2009)، ودراسة (Shelley,Boulianne2009).

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

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

- تشير نتائج الدراسة إلى تنوع دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث جاء دافع التعرف إلى آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الموضوعات الخاصة بالأحداث الجارية والقضية الفلسطينية وما يحدث في غزة الآن في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية أتى دافع: استخدامها لأنها تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة، والأحداث الجارية، ثم دافع: استخدامها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي في طليعة استخدامات الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية؛ وهذا يرجع إلى أن الاهتمامات السياسية لدى الشباب أصبحت تحتل مكانة متقدمة في استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، ونضجهم السياسي والفكري في نظرتهم إلى الواقع الذي يعيشه المجتمع المصري، ولما توفره كذلك مواقع الشبكات الاجتماعية من معلومات غزيرة في شتى المجالات.

- أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر الحصول على المعلومات السياسية لدى الشباب، باعتبارها منافسًا قويًا لوسائل الاتصال التقليدية، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، ويدل ذلك على الإقبال الشديد من جانب الشباب على تلك المواقع؛ للمتابعة والمشاركة في الأحداث الجارية ومنها قضية فلسطين وما يحدث في غزة الآن.

- أظهرت نتائج الدراسة أيضًا أن مواقع الشبكات الاجتماعية أسهمت بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من خلال تشكيل رؤيتهم واتجاهاتهم نحو ما يحيط بهم من متغيرات في الحياة السياسية من خلال إتاحة الفرصة لهم بالتعلق على بعض الأنشطة في إحدى أو عدة صفحات معينة متعلقة بالأحداث الجارية ومنها قضية فلسطين وما يحدث في غزة الآن، ونشر أخبار تتعلق بذلك، وهو ما يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب.

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

توصيات الدراسة:

تقترح الباحثة في ضوء ماتوصلت إليه الدراسة من نتائج مجموعة من التوصيات والمقترحات، منها إجراء دراسات مماثلة على مجتمعات مختلفة، مثل إجراء دراسات على المجتمعات العربية دراسة مقارنة، وخصوصًا المجتمعات التي قامت فيها ثورات الربيع العربي، وكذلك دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي، ونشر الثقافة السياسية بين الشباب المصري بشكل عام؛ بما يحفزهم على ممارسة حقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية الفاعلة، لاسيما ونحن على أعتاب الانتخابات البرلمانية المصرية لسنة 2023م، وكذلك شبكات التواصل الاجتماعي بين السلبيات والإيجابيات على الشباب الجامعي دراسة مقارنة، بالإضافة إلى رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجامعي على العمل التطوعي وخدمة المجتمع المدني.

المراجع

- 1- صلاح عبد الحميد، مني عاطف، وسائل الاتصال الاجتماعي ودوره في الوعي لدي تنمية الشباب (القاهرة، اطلس للنشر والانتاج الاعلامي، 2023 . ص 116-119).
- 2- فرج محمود سعيد، دور وسائل الاتصال والبناء الاجتماعي (الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2022)، ص 332 - 334 .
- 3- وديع الغزغزي، الإعلام الجديد المفاهيم والنظريات، (القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2021)، ص 29.
- 4- مجد إبراهيم المنوفي وياسر مصطفى الجندى: "التربية وتنمية الهوية الثقافية في ضوء العولمة"، مجلة كلية التربية بدمياط، جامعة المنصورة، ع (43-47)، 2023.
- 5- خديجة عبد العزيز واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية صعيد، مصر، مجلة العلوم التربوية – ج 2023، 3
- 6- عبد الصادق حسن، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الأمانة العامة، قطاع الشؤون الثقافية والإعلامية، سلسلة مجلس التعاون (1) 2023
- 7- منال عبده مجد منصور، التأثيرات المترتبة علي استخدام الشباب الجامعي لمواقع الفيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد السابع والثلاثون، (يناير – يونيه)، 2022
- 8- مشريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني علي الانترنت البديل (ط1، القاهرة، دار العالم العربي (2023) .
- 9- أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الإجتماعية التفاعلية بالانترنت وبرسائل الفضائيات علي العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة علي الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، كلية الأداب، جامعة القاهرة، مؤتمر دور الأسرة المصرية وتحديات العصر 15-17- فبراير 2022 ص 5، 6.
- 10- أماني إبراهيم، درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفته أداة للتعلم والتعليم لدي طلبة الجامعات الإردنية والاشباغات المتحققة، جامعة الشرق الاوسط، كلية الإعلام، جامعة الأردن، 2022
- 11- حسن مكوي، ليلي حسين، مواقع التواصل ونظرياته المعاصرة: الدار المصرية اللبنانية ط1، 2023 ص 18، 20 .
- 12- دينا مجد عساف، إستخدام المراهقين للانترنت وعلاقته بالاغتراب الجماعي، المؤتمر العالمي السنوي السابع كلية الاعلام جامعة القاهرة، الجزء الرابع، مايو 2021
- 13- أحمد مجدي حجازي –العولمة وتهميش الثقافة الوطنية، رؤية نقدية فكرية عالم الفكر، مج(28) ع 2 ديسمبر عام 2022، الكويت، مطابع دار السياسة .
- 14- صالح الرقب: "بين عالمية الإسلام والعولمة"، مؤتمر التربية الأول (فلسطين ومتغيرات العصر)، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية (2023)..
- 15- عبدالسلام مصطفى عبدالسلام: تطوير مناهج التعليم لتلبية متطلبات التنمية ومواجهة تحديات العولمة، " مؤتمر

التعليم النوعى ودوره فى التنمية البشرية فى عصر العولمة"، المؤتمر العلمى الأول لكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، فى الفترة من 12 - 13 أبريل 2022.

16- عبدالعزيز مجد عطى ة: تعميق الانتماء لدى شباب الجامعات المصرية فى إطار المنهج الإسلامى، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأزهر، 2023.

17- محمد عابد الجابرى: العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربى، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ع (228)، فبراير 2022..

- Ellison, N.B., Steins Piled , C .and Lampe ,C.(2023) "The Bane Fits of Face Book Friends Social Capital and colleges student ,use of online

Social Networks Sties" Journal of Computer mediated Communication12,4 Art 1.

Baumgartner, J. and Jonathan, M. (2021).My facetube politics: Social networking websites and political engagement of young adults. Social Science Computer Review, 28, 22-44.

Boroughs, B. (2020). Social working websites and voter turnout (Unpublished M.P.P.). Georgetown University, Washington, DC., USA.

Boulianne, S. (2023)Connecting, informing, and mobilizing youth and the advantaged: The role of the Internet in political engagement (Unpublished Doctoral Dissertation). The University of Wisconsin, Wisconsin, USA.

Budak, A. (2020). Facebook, Twitter, and Barack Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections. Retrieved September 16, 2012, from ProQuest Dissertations And Theses. (UMI No. 1474900).

Cozma, R. and Ancu, M. (2009). My space politics: Uses and Gratification of befriending candidates. Journal of Broadcasting and Electronic Media, (53)4, 567-583.

Denis, M. (2021). Mass communication theory: An Introduction, 2^{ed} Edition. London: Sage Publication.

Hayes,R. (2008). Providing what they want and need on their own turf: Social networking, the web and young voters. A Paper presented at the annual of the NCA, 94th annual convention 2008, San Diego, CA, USA.

Mesbah, H(.1991). Uses and gratification of television viewing among Egyptian adults. MA Thesis. Department of Journalism and Mass communication, The American University of Cairo, Egypt.

Raake, J. and Bonds, J2019)My space and Facebook: Applying the uses and gratification theory to exploring friend- networking sites. *Cyberpsychology and Behavior*, 11(2), 169-174.

Sara,W.E. (2020).The internet and Politics: Facebook as A compaing too (M.S.Dissertation). University of Central Missouri, Missouri, USA.