

## تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرئاسية المصرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتهم باتجاهاتهم نحوها

د. إيناس محمود حامد  
 أستاذة الإعلام المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس  
 د. نفيسة صلاح الدين محمود  
 مدرس الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس  
 أسامه أحمد أحمد محمد زارع

### الملخص

**المشكلة:** تتمثل مشكلة الدراسة في دراسة مدى تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقة تعرضهم باتجاهاتهم نحوها.

**الأهداف:** تسعى الدراسة إلى التعرف على مدى حرص الباحثين على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ورصد أشكال التفاعل التي يستخدمونها، ورصد مدى متابعة الباحثين عينة الدراسة للمبادرات الرسمية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

**الحدود:** تمثلت حدود هذه الدراسة في الحدود الموضوعية للدراسة الحالية على التعرف على تعرض الشباب (كجمهور) للمبادرات الرسمية (كمضمون) عبر شبكات التواصل الاجتماعي (كوسيلة)، الحدود الجغرافية للدراسة الحالية على عينة من المراهقين من طلاب وطالبات الفرقة الأولى والثانية من كليات (جامعة الأزهر - جامعة عين شمس - جامعة المنوفية - جامعة أسيوط - جامعة ٦ أكتوبر)، والحدود الزمنية تم تطبيق الاستبيان في الفترة من ١/ ١٠/ ٢٠١٧ - ٣٠/ ١١/ ٢٠١٧.

**النوع والمنهج:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج (المسح الإعلامي).

**المجتمع:** طلاب وطالبات الجامعات المصرية.

**العينة:** عينة عشوائية قوامها ٣٧٢ مفردة طلاب وطالبات الفرقة الأولى والثانية من كليات (جامعة الأزهر - جامعة عين شمس - جامعة المنوفية - جامعة أسيوط - جامعة ٦ أكتوبر).

**الأدوات:** أداة الاستبيان.

**النتائج:** بعد مناقشة نتائج الدراسة الميدانية يمكن القول أن هذه الدراسة قد توصلت إلى عدد من النتائج المهمة يمكن استعراضها على النحو الآتي غالبية الباحثين من طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة من متابعي شبكات التواصل الاجتماعي، يداومون على استخدامها بشكل يومي، وأكدت نسبة كبيرة من الباحثين على قناعتهم في المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت نسبة كبيرة من الباحثين على متابعتهم للمبادرات التي تقدمها رئاسة الجمهورية، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتمثلت أسباب من لا يتابع المبادرات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي في: عدم شعورهم بفائدتها لهم بصفة شخصية، وأنها لن تجدي نفعاً أمام مشاكل مصر الكثيرة، وجاءت وسائل التواصل الاجتماعي كأهم المصادر التي يعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة، في معرفة المبادرات الرسمية.

### Adolescent exposure to Initials Official Throughout Social Media and Their Attitude to Them

**Problem:** The main problem of the study lied in Adolescent exposure to initials official throughout social media and their attitude to them.

**Objectives:** This study seeks to find out keen of participations to Social Media, Also to find out follow of participations to Initials Official Throughout Social Media and Their Attitude to Them.

**Limitation:** Objectivity border The study confine to find out follow of participations to Initials Official Throughout Social Media and Their Attitude to Them, Geographic boundaries The study confine to study teenager from class one from Alazhar university, Ain shams university, 6th October University, Minofiya University. Assuit University, Time Limits The Study have Been Applied from 1/ 10/ 2017 to 30/ 11/ 2017.

**Methodology:** This study belongs to descriptive studies which aims to determine phenomenon and depended on survey method and used content analysis, questioner to collect information from simples study.

**Simple:** Random simple consists of 372 from Alazhar university, Ain shams university, 6th October University, Minofiya University. Assuit University.

**Tools:** The study uses compound of tools to collect information represent in Interview and questioner.

**Results:** The study found that participations use social media daily and high intensity, The study found that participations assure of credibility social media, The study found that most participations assure of their follow of initial official By the Presidency of the Republic on social media, The most Important reasons of who not follow initial official on social media that their feeling of no interest of initial official, or not meeting tremendous problems of Egypt, or not trust on the credibility of content of that initials. Social media was top on main Recourses which teenagers depend on it to know initials official, secondly Electronic Journals, thirdly satellite channels as sources use by teenagers to know initials official.

تمر مصر في هذه الأونة بمتغيرات عديدة سياسية واقتصادية واجتماعية، وغير ذلك ولما كان حرص القيادة السياسية المصرية على التغلب على كثير من المشكلات التي تعانيها مصر عمدت على أن يشترك المجتمع المصري بكل أطرافه في المساهمة الفاعلة للتغلب على تلك المشكلات تنمية لروح المبادرة والانتماء لدى الشعب المصري.

أتضح ذلك في العديد من المبادرات الرسمية، والتي بدأت في إنشاء صندوق تحييا مصر الذي ابتدأ بصورة فعلية في ١ يوليو ٢٠١٤ دعماً للاقتصاد المصري.

وتولت بعد ذلك المبادرات والتي منها أيضا البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة، وبرنامج تشغيل الشباب عبر كتائب الخدمة المدنية، ومبادرة علماء مصر المستقبل، ومكافحة فيروس سي، ومبادرة مصر بلا غارمات، ومبادرة صبح على مصر بجنية، وغير ذلك من مبادرات، ونظرا لما أوضحتها العديد من الدراسات العلمية أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد معلومات الفرد بصفة عامة والطفل والمراهق بصفة خاصة. وتؤكد بعض الدراسات أن المعارف التي تصل إليها عن طرق وسائل الإعلام المتعددة والمتنوعة إذا قيس بتأثير المدرسة يفوق آثارها فيها، وتأتي في مقدمة هذه الوسائل تأثيرها في المراهقين شبكات التواصل الاجتماعي لما لها من سمات متعددة جعلتها من أهم وسائل التأثير على المراهقين.

ومن هنا كان لزاما التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك المبادرات الرئاسية والتي تم تداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة اتجاهاتهم نحو هذه المبادرات من خلال استخدامهم لهذه الشبكات.

#### مشكلة الدراسة:

تشير عديد من الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على الشباب، لما لها من قدرة على تيسير البحث عن المعلومات والخصوصية في الاتصال، إضافة إلى إمكانية التعبير عن الذات، وإمكانية التعبير عن المواقف تجاه القضايا العامة، كما أنها أصبحت تحتل الاهتمام الأول لدى الشباب في نقل المعلومات بدلا من وسائل الإعلام التقليدية. ولما كانت ظاهرة المبادرات الرسمية التي بدأتها القيادة المصرية، كوسيلة لحل الكثير من المشكلات التي تواجه الشعب المصري في هذه الظروف الصعبة التي يمر بها الوطن. ونظرا لأهمية الشباب في المجتمع المصري حيث يمثل قرابة ٦٠% من سكان مصر، إضافة إلى أن بعض هذه المبادرات كانت تستهدف بصورة أساسية هذا الشباب. ومن هنا يمكن أن تصاغ مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي ما علاقة تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرئاسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي باتجاهاتهم نحوها؟

#### تساؤلات الدراسة:

تحدد تساؤلات الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي ما علاقة تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي باتجاهاتهم نحوها؟، وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس بعض التساؤلات الفرعية الآتية:

١. ما مدى حرص المبحوثين على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
٢. ما أشكال التفاعل التي يستخدمها المبحوثون لشبكات التواصل الاجتماعي؟
٣. ما مدى متابعة المبحوثين عينة الدراسة للمبادرات الرسمية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟
٤. ما المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في التعرف على تلك المبادرات؟
٥. ما درجة انتشار المبادرات الرسمية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وفقا لرؤية المبحوثين؟
٦. ما الذي تتميز به شبكات التواصل الاجتماعي بعرضها للمبادرات الرسمية؟
٧. إلى أي مدى ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة المبحوثين بالمبادرات الرسمية؟
٨. ما موقف المبحوثين من المبادرات الرسمية ودرجة تقهيم فيها؟

#### أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من كونها حلقة في سلسلة الدراسات الإعلامية التي تعنى بالمراهقين من جانب وبفضايا المجتمع المصري من جانب آخر، وترجع أهميتها إلى الاعتبارات الآتية:

١. ندرة الاهتمام البحثي بدراسة المبادرات الرسمية في مصر، والعالم العربي حيث لم يجد الباحث إلا دراسة واحدة في المملكة الأردنية الهاشمية.
٢. تعد هذه الدراسة خطوة من خطوات دراسة علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بفضايا المجتمع المهمة.
٣. الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعريف المراهقين بالمبادرات الرسمية للنهوض بالمجتمع المصري.
٤. الكشف عن دور القيادة الفاعل في تنشيط المبادرات الرسمية المجتمعية، لدعم الاقتصاد المصري، ومدى اقتناع المبحوثين عينة الدراسة بهذه المبادرات.

#### أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الآتية:

١. التعرف على مدى حرص المبحوثين على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ورصد أشكال التفاعل التي يستخدمونها.
٢. رصد مدى متابعة المبحوثين عينة الدراسة للمبادرات الرسمية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
٣. الكشف عن المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في التعرف على تلك المبادرات.
٤. التعرف على درجة انتشار المبادرات الرسمية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وفقا لرؤية المبحوثين.
٥. التعرف على ما تميزت به شبكات التواصل الاجتماعي في عرضها للمبادرات الرسمية.

#### مصطلحات الدراسة:

مبادرة: في اللغة هي سبق إلى اقتراح أمر أو تحقيقه، والمبادرة في الحرب: أن يسبق قائد جيش قائد جيش العدو إلى خطة حربية تمكنه من الانتصار عليه، وفي السياسة المبادرة هي مسألة تتعلق بالسياسة العامة يبادر بها الناس، عن طريق الالتئام، وتقرر عن طريق الاقتراع.

تطور مفهوم المبادرة خلال السنوات الأخيرة، فأصبحت المبادرة هي فكرة وخطة عمل تطرح لمعالجة قضايا المجتمع وتحول إلى مشاريع تنموية قصيرة المدى وبعيدة المدى، وتصدر عادة عن المؤسسات الحكومية وشبه الحكومية والجمعيات الخيرية والتطوعية، تأخذ طريقا فرعيا عن الأهداف الرئيسية للمؤسسة أو الجمعية، فتحقق أهدافها الفرعية بشكل مستقل.

ويقصد بها هنا في هذه الدراسة: المبادرات التي أطلقت من جهات رسمية في مصر وبخاصة رئيس الجمهورية، للنهوض بالمجتمع المصري عن طريق المشاركات الشعبية والتي بدأت بعد فترة قصيرة من تنصيبه رئيسا لجمهورية مصر العربية حينما أعلن فيها عن مبادرة صندوق تحييا مصر.

شبكات التواصل الاجتماعي Social Communication Websites: هي مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات، والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

#### الدراسات السابقة:

١. دراسة هيا محمد الحموي (٢٠١٤) بعنوان "مبادرات الملك عبدالله الثاني بن الحسين في عمليات التنمية والإصلاح السياسي في الأردن: دراسة تحليلية (١٩٩٩-٢٠١٤)"، هدفت الدراسة إلى إبراز معنى ومفهوم الإصلاح السياسي وأهم مضامينه الفكرية، والتعرف على مبادرات الملك عبدالله الثاني وكيفية تطور تلك المبادرات من (١٩٩٩-٢٠١٤)، وإبراز أهم المبادرات، في المجال

الجارية في المركز الأول كأهم دوافع استخدام موقع فيسبوك ، يليه التواصل مع الأصدقاء، كما أظهرت النتائج تنوع الموضوعات المنشورة بصفحات التحليل كل على حسب الاهتمام وتخصص الصفحة، وكذلك تنوعت أهداف صفحات التحليل ما بين الإعلام كصفحات المؤسسات الإعلامية، والحشد كما في صفحات منظمات المجتمع المدني، والنصح والإرشاد كصفحة الداعية مصطفى حسني، وكما أوضحت النتائج أن أغلب المواد المنشورة استهدفت جمهورا عاما باستثناء بعض المواد بصفتي نجوم أف أم، وصفحة وزارة الداخلية، فيما كانت المواد المنشورة على صفحة جامعة عين شمس مستهدفة جمهورا متخصصا، وكما أوضحت النتائج أن معظم المواد التي تم نشرها بالصفحات لم يكن بها تحديد للنطاق الجغرافي، باستثناء صفحات المؤسسات الإعلامية، حيث اتسمت بتنوع النطاق الجغرافي، كما تنوعت الشخصيات الفاعلة في صفحات المؤسسات الإعلامية، وصفحات المنظمات الحكومية، وتنوعت مراجع المواد المنشورة على الصفحات بين المرجع الديني في صفحة الداعية مصطفى حسني، والمسلسلات والعروض المسرحية في صفحة الفنان محمد صبحي، وأظهرت النتائج أيضا تعدد الأشكال المنشورة على صفحات الدراسة، ما بين النص المصاحب لصورة، والنص المصاحب لرابط، فضلا عن النصوص المصاحبة لملفات الفيديو، كذلك بينت النتائج تنوع أشكال تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على معظم صفحات التحليل.

٤. دراسة (2016) Di Gangi, Paul M.& M. Wasko بعنوان "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في سوك المستخدمين في ضوء نظرية التواصل الاجتماعي" هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تشكل تفاعل المستخدمين في وسائل الإعلام الاجتماعية، وإلى مدى يؤثر تفاعل المستخدمين على سلوكهم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك محاولة تطوير نظرية التواصل الاجتماعي، والتي تتوقع أن تجربة المستخدمين والتي تشمل على كل من التفاعلات الاجتماعية بين المستخدمين والمميزات التقنية لمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية سوف تؤثر على مشاركة المستخدم، وتيرة استخدامه لتلك المنصات الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على المقابلات شبه المنظمة كأسلوب لجمع البيانات وتحقيق أهداف الدراسة، وتم إجراء تسع مقابلات فردية، ومجموعة واحدة من أربعة أشخاص، من طلاب المرحلة الجامعية لإحدى جامعات جنوب شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وشارك في هذه المقابلات ٤٠٨ مفردة من الطلاب الذكور والإناث، وتم جمع البيانات خلال فترتين زمنيتين للحد من التحيز المنهجي المشترك. أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع معدل استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية بين الباحثين، وكذلك ارتفاع كثافة مشاركتهم وتفاعلهم على تلك المواقع، وذلك لقدرة تلك المنصات على تزويد المستخدمين بإمكانية الوصول إلى المعلومات على أي مستوى من الخصوصية، بالإضافة لما تقوم به تلك المواقع من تطوير مستمر يسمح بالمزيد من المشاركة النشطة من قبل المستخدمين، وكما أشارت الدراسات أنه ولضمان نجاح منصات التواصل الاجتماعي يجب ضمان مشاركة هؤلاء المستخدمين المؤثرين في الحفاظ على مشاركتهم والتأثير على معارفهم الاجتماعية، وذلك بالاستفادة مما توفره تلك المنصات من قدرة على تسجيل التفاعلات الاجتماعية بينهم، وتحديد هياكلهم الاجتماعية، كما يمكن استخدام تقنيات مثل تحليل الشبكات الاجتماعية لتحديد مجموعات المستخدمين الذين يمتلكون خصائص فريدة تجعلهم مؤثرين على هذه الشبكات.

٥. دراسة منية إسحاق إبراهيم (٢٠١٦) بعنوان "اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار: دراسة تطبيعية على موقعي فيسبوك وتويتر". هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، وذلك من خلال رصد مدى اهتمام الشباب الجامعي بالمضامين الإخبارية، وأنماط وعادات متابعتهم لتلك المضامين، والأشكال التفاعلية على مضمون الصفحات الإخبارية وتأثيرها على

الاقتصادي مما ساعد في تحسين الوضع الاقتصادي في الأردن، إضافة إلى إظهار مبادراته في المجال الاجتماعي فيما أدى إلى تطور عملية التنمية الاجتماعية، وأخيرا توضيح المبادرات السياسية التي أسهمت في عملية الإصلاح السياسي وخاصة في ظل الحراك العربي، وتضمنت الدراسة فرضية أساسية، تقول إن مبادرات الملك عبدالله الثاني أسهمت في عملية التنمية في المجالات المختلفة، ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للمعلومات المتوفرة في الكتب والمجلات والنشرات العربية والأجنبية، والتشريعات الدستورية التي تصدر عن الجهات الرسمية بغية توضيح الأبعاد المختلفة لموضوع البحث واستخلاص النتائج الممكنة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات يتمثل أبرزها في ضرورة تماسك وترابط المجتمع الأردني لتخطي الصعوبات التي تواجهه.

٢. دراسة: إبراهيم قائد أحمد (٢٠١٧) بعنوان "استخدام الطلبة اليمنيين للفيسبوك والاشباعات المتحققة منه"، وهدفت الدراسة إلى تحديد مستوى استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي، ودوافع الاستخدام والاشباعات المتحققة لهم من خلال هذه الاستخدامات. والبحث في إمكانية وجود فروق تعزى لمتغيري الجنس والحالة الاجتماعية، ولمعرفة ذلك طبق الباحث استبيان على عينة مكونة من ٣٢٢ من الطلبة الجامعيين اليمنيين. وأظهرت النتائج أن متوسط عدد الساعات التي يقضيها الطلبة يوميا على مواقع الفيسبوك هي ساعتين وثلث الساعة ٢,٢٠ تقريبا، وكانت الدوافع المعرفية هي أعلى الدوافع التي قادت إلى استخدام الفيسبوك ويلبها الدوافع الاجتماعية ثم النفسية، وجاءت الاشباعات المعرفية أولا ثم النفسية ثم الاجتماعية، كما أظهرت النتائج وجود ارتباط دال بين مستوى الاستخدام والاشباعات المعرفية فقط، كما أظهرت وجود فروق في مستوى الاستخدام لصالح الذكور، وفي الدوافع الاجتماعية لصالح الذكور وغير المتزوجين، وبينما كانت الفروق في الاشباعات الاجتماعية لصالح الإناث، وكانت الفروق في الدوافع المعرفية لصالح المتزوجين.

٣. دراسة إيمان صابر شاهين (٢٠١٧) بعنوان "استخدامات منصات الاعلام الجديد في المجتمع المصري الفيسبوك نموذجا"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي المصري لموقع فيسبوك، وأهم دوافع الاستخدام والاشباعات المتحققة لهم، وتأثير العوامل المختلفة على معدلات استخدامهم لموقع فيسبوك والتعرف على نوعية الصفحات والموضوعات الأكثر تفضيلا من حيث المتابعة بالنسبة للباحثين، فضلا عن ذلك سعة الدراسة إلى وصف طبيعة المضامين المنشورة على صفحات الشخصيات العامة، والمنظمات الحكومية، ومنظمات المجتمع المدني، وبعض الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية، فضلا عن المجموعات المغلقة، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة في شقها الميداني على مجموعات النقاش البورية كأداة لجمع البيانات، حيث قامت الباحثة بتطبيق ست مجموعات نقاشية على ٥٤ مفردة من الشباب الجامعي المصري في الفئة العمرية من (١٨ - ٢٤) عاما، واعتمدت الدراسة في شقها التحليلي على استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، حيث قامت الباحثة بتحليل مضمون ٢١٩٠ مادة من المواد المنشورة ١٢ صفحة من صفحات موقع فيسبوك وذلك خلال عشرة أيام في الفترة الزمنية من ٣٠ مارس ٢٠١٥، وحتى ٩ أبريل ٢٠١٥، وتمثلت هذه الصفحات في صفحة الفنان محمد صبحي، والداعية مصطفى حسني، وصفحة وزارة الداخلية، وصفحة المتحدث العسكري للقوات المسلحة، وصفحة اتصالات مصر، والصفحة الرسمية لجامعة عين شمس، واليوم السابع، ونجوم أف أم، وصفحة أم بي سي مصر، ومستشفى سرطان الأطفال، ومجدى يعقوب لأمراض القلب، والمجموعة المغلقة كلام نواعم. وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع معدل استخدام موقع فيسبوك بين الشباب عينة الدراسة، وذلك من حيث كثافة الاستخدام، ومدى المتابعة للمضامين المنشورة، وجاء التعرف على الأحداث

الاجتماعي.

#### الإفادة من عرض الدراسات السابقة:

١. تمثلت الإفادة من عرض الدراسات السابقة في العديد من المجالات منها ما يلي:  
تحديد الإطار النظري للدراسة وتحديد النقاط الأساسية التي استعرضها الباحث في الإطار المعرفي والنظري.
٢. تحديد وصياغة مشكلة وسؤالات الدراسة وفروضها، وتحديد الدقيق لأهمية الدراسة مقارنة بالدراسات العربية والأجنبية.
٣. تحديد أهداف الدراسة الحالية ومصطلحاتها، وتحديد المنهج المستخدم في الدراسة وهو منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة، ويرتبط ارتباطا وثيقا بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.
٤. تحديد عينة الدراسة الميدانية وتمثلت في المرحلة العمرية ما بين (١٧-١٨) سنة من الذكور والإناث من طلاب وطالبات الجامعات المصرية من الفرقة الأولى، وكذلك تحديد الأدوات المناسبة للدراسة.
٥. التعرف على كيفية المعالجة الإحصائية لنتائج هذه الدراسة، ومقارنة نتائجها بنتائج الدراسات السابقة، وتوضيح أوجه الاتفاق والاختلاف.

#### نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية كما تستخدم منهج المسح الإعلامي الميداني الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة ويرتبط ارتباطا وثيقا بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.

#### أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان.

#### عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية من طلاب الجامعات المصرية قوامها ٣٧٢ مفردة من جامعات (الأزهر، عين شمس، المنوفية، أسيوط، ٦ أكتوبر) من الفرقة الأولى والثانية.

#### أساليب المعالجة الإحصائية:

تم استخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة إلى التكرارات البسيطة والنسب المئوية، واختبار كاي Chi Square Test.

#### نتائج الدراسة:

جدول (١) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من حيث النوع

النوع	ك	%
ذكر	١٩٥	٥٢,٤
أنثى	١٧٧	٤٧,٦
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠

يتضح من الجدول (١) أن عينة الدراسة من المراهقين طلاب الجامعات المصرية بلغت ١٩٥ ذكورا بنسبة ٥٢,٤، وإناثا ١٧٧ بنسبة ٤٧,٦%.

جدول (٢) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة من حيث نوع الجامعة

الجامعة	ك	%
الأزهر	٧٦	٢٠,٤
عين شمس	٧١	١٩,١
المنوفية	٧٤	١٩,٩
أسيوط	٧٤	١٩,٩
٦ أكتوبر	٧٧	٢٠,٧
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠

يكشف الجدول (٢) أن عينة الدراسة توزعت على الجامعات المصرية موضوع الدراسة بنسبة ٢٠,٧% لجامعة ٦ أكتوبر، وجامعة الأزهر ٢٠,٤، أما جامعتي المنوفية وأسيوط فبلغت نسبة كل واحد منهما ١٩,٩%، على حين جاءت جامعة عين شمس بنسبة ١٩,١%.

مصادقية المضمون، وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيقها على عينة عمدية من شباب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، من الذكور والإناث الباحثة طلاب الجامعات نظرا لأن معظم الدراسات السابقة ركزت على عينة طلاب الجامعات وأشارت نتائجها إلى أنهم الفئة الأكثر استخداما لمواقع الشبكات الاجتماعية. وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي حيث أجاب غالبية المبحوثين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من مرة يوميا، ومن ساعة إلى ثلاث ساعات في المرة الواحدة، جاء موقع فيسبوك في المركز الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي يليه يوتيوب ثم تويتر، وأظهرت أيضا أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي تهتم بمتابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، جاءت صفحتي اليوم السابع والمصري اليوم كأكثر صفحتين إخباريتين تفضيلا من حيث اختيار المبحوثين، كما جاء أبدى غالبية المبحوثين تفضيلهم إلى حد ما في المضامين الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي. كما أبدى غالبية اعتمادهم إلى حد ما على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، وجاءت أهم أسباب الاعتماد كون مواقع التواصل سريعة في نقل الأخبار وتعطي فكرة عن كل ما يحدث في العالم وتتناول قضايا هامة في المجتمع بكل حرية، وجاءت أهم عيوب مواقع التواصل كمصدر للأخبار من وجهة نظر المبحوثين هي عدم ذكر مصادر المواد الخبرية، وكون التغطية التقليدية أكثر شمولا وعمقا، وأخيرا التشكك في مصداقية صحافة المواطن.

٦. دراسة فوزى عبدالرحمن الزعبلوي (٢٠١٦) بعنوان "اعتماد الشباب المصري الجامعي على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية واتجاهاته نحو مصداقيتها"، هدفت الدراسة إلى التعرف على رأى الشباب الجامعي المصري واتجاهاته نحو مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند اعتمادهم عليها في متابعة الأحداث الجارية، وذلك عن طريق رصد معدل اعتماد الشباب الجامعي على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعته للأحداث الجارية، والتعرف على أسباب ودوافع والتأثيرات الناتجة عن هذا التعرض، ورصد أبرز القضايا والموضوعات التي يحرص الشباب على متابعتها، والوقوف على مدى رضا الشباب وثقتهم في ما تقدمه مواقع التواصل من مضامين خبرية تتناول الأحداث الجارية، والتعرف عن مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير وعناصر المصداقية عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر المبحوثين، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتستخدم منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات وتحقيق أهدافها، وذلك بتطبيقها على عينة خصصه بلغ قوامها ٤٥٠ طالبا جامعيًا، موزعة بالتساوي بين الجامعات المصرية الحكومية (جامعة القاهرة)، والخاصة (جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب)، وجامعة الأزهر بالقاهرة بمقدار ١٥٠ طالبا من كل جامعة، ومن خلال الاختبار العشوائي تم اختيار كليتان من كل جامعة أحدهما نظرية والأخرى عملية، وبالتطبيق على ٧٥ طالبا من كل كلية، وبالتساوي بين الذكور والإناث داخل كل كلية، وتم إجراء الدراسة في الفترة من يوليو إلى أكتوبر ٢٠١٥. وأظهرت نتائج الدراسة اعتماد غالبية الدراسة بصورة منتظمة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة موقعي فيسبوك وتويتر في متابعة الأحداث الجارية، ويهتم أفراد العينة بمتابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل بدرجة متوسطة وخاصة الموضوعات المتنوعة، وتفضل العينة قالب الخبر الصحفي في صياغة المضامين الخبرية بمواقع التواصل عند تناولها للأحداث الجارية، لقدرة الخبر الصحفي على توصيل الحقائق والمعلومات إلى الجمهور في أقل عدد من الكلمات وتحقيق الفورية والسرعة، وتعد حرية التعبير عن الرأى دون خوف أو تهديد من أهم أسباب اعتماد الشباب الجامعي على المضامين الخبرية على مواقع التواصل

جدول (٣) يوضح التخصص العلمي لعينة الدراسة

التخصص	ك	%
علمي	١٨١	٤٨,٧
نظري	١٩١	٥١,٣
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠

يتضح من الجدول (٣) أن نسبة طلاب الكليات النظرية تفوقوا على طلاب الكليات العملية من طلاب الجامعات الخمس الذين خضعوا للدراسة، حيث بلغت نسبة طلاب وطالبات الكليات النظرية ٥١,٣%، على حين جاءت نسبة طلاب وطالبات الكليات العلمية بنسبة ٤٨,٧%.

٢٢ طبيعة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (٤) استجابات المبحوثين حول معدل المتابعة لشبكات التواصل الاجتماعي

معدل المتابعة	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
نادرا	٤٠	١٠,٨	٢,٤٩٤٦	٠,٦٨٢٨٥
أحيانا	١٠٨	٢٩,٠		
دائما	٢٢٤	٦٠,٢		
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠		

تشير نتيجة الجدول (٤) لمعدل متابعة عينة الدراسة من المراهقين طلاب الجامعات المصرية لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث ظهر أن غالبية المبحوثين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي سواء بدرجة دائمة بنسبة ٦٠,٢%، أو أحيانا بنسبة ٢٩%، أما المتابعة النادرة فقد بلغت ١٠,٨%، وبلغت قيمة المتوسط الحسابي ٢,٤٩٤٦، والانحراف المعياري ٠,٦٨٢٨٥ مما يمكن وصف المستوى العام لدرجة متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي بأنه مرتفع.

جدول (٥) استجابات المبحوثين حول معدل المداومة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

معدل المداومة	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
حسب وقت الفراغ	٨٢	٢٢,٠	٣,١٤٧٨	١,٢٣٦١٠
شهري	١٤	٣,٨		
أسبوعي	٤٣	١١,٦		
يومي	٢٣٣	٦٢,٦		
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠		

يكثف الجدول (٥) أن الغالبية من عينة الدراسة تداوم على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي بنسبة ٦٢,٦%، في حين بلغت مداومة عينة الدراسة "حسب وقت الفراغ" نسبة ٢٢%، وجاء "الاستخدام الأسبوعي" بنسبة ١١,٦%، و"الشهري" بنسبة ٣,٨%، وبلغ المتوسط الحسابي ٣,١٤٧٨، والانحراف المعياري ١,٢٣٦١٠، وهذا يشير إلى ارتفاع معدل الاستخدام من قبل المبحوثين.

جدول (٦) يوضح معدل الوقت الذي يقضيه أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

س	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
من ساعة إلى ساعتين	١٤٣	٣٨,٤	٢,٥٧٥٣	١,٥٤٩٦٢
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	٦٠	١٦,١		
من ثلاث إلى أربع ساعات	٥٠	١٣,٤		
من أربع إلى خمس ساعات	٥٠	١٣,٤		
أكثر من ذلك	٦٩	١٨,٥		
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠		

يوضح الجدول (٦) أن أكثر مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من عينة الدراسة يقضون من "ساعة إلى ساعتين" يوميا بنسبة ٣٨,٤%، ومن يقضون أكثر من "خمس ساعات" ١٨,٥%، وجاءت نسبة من يقضون من "ساعتين إلى ثلاث ساعات" ١٦,١%، على حين تساوت نسبة كل من يقضون من "ثلاث إلى أربع ساعات" ومن يقضون من "أربع ساعات إلى خمس ساعات" يوميا بلغت لكل منها ١٣,٤%.

جدول (٧) يوضح استجابات المبحوثين حول كثافة تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي

مقياس كثافة التعرض	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
منخفض	١٠٣	٢٧,٧	٢,٠٦٧٢	٧٨٦٢٠
متوسط	١٤١	٣٧,٩		
مرتفع	١٢٨	٣٤,٤		
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠		

تمثل نتائج الجدول (٧) مقياسا لمستوى كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يظهر أن نسبة ٣٧,٩% من المبحوثين كثافة استخدامهم "متوسطة"، على حين بلغت نسبة الكثافة "المرتفعة" ٣٤,٤%، وجاءت نسبة استخدامهم "المنخفض" ٢٧,٧%، وبلغ المتوسط الحسابي ٢,٠٦٧٢، والانحراف المعياري ٧٨٦٢٠ يمكن وصف المستوى العام لكثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بأنه مرتفع.

جدول (٨) درجة ثقة المبحوثين في المضامين المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي

س	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا أتق فيها مطلقا	٣٧	٩,٩	٢,٦٧٢٠	٠,٨٨٧١٥
أتق فيها بدرجة منخفضة	١١٦	٣١,٢		
أتق فيها بدرجة متوسطة	١٥١	٤٠,٦		
أتق فيها بدرجة كبيرة	٦٨	١٨,٣		
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠		

تظهر نتائج الجدول (٨) أن درجة ثقة المبحوثين في المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في "الثقة بدرجة متوسطة" حازت على نسبة ٤٠,٦%، بينما "الثقة بدرجة منخفضة" كانت ٣١,٢%، أما "الثقة بدرجة كبيرة" كانت في المرتبة الثالثة بنسبة ١٨,٣%، على حين بلغت نسبة من "لا يتقون مطلقا" فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي ٩,٩%، بمتوسط حسابي ٢,٦٧٢٠، وانحراف معياري ٠,٨٨٧١٥، ومن خلال تلك النتائج تبين أن هناك ثقة من قبل المبحوثين فيما ينشر من مضامين على مواقع التواصل الاجتماعي. لأن مجموع من يتق بدرجة متوسطة وبدرجة منخفضة وبدرجة كبيرة بلغت ٩٠,١%.

جدول (٩) يوضح درجة متابعة المبحوثين للمبادرات الرسمية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

درجة المتابعة	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا أتابعها على الإطلاق	٨١	٢١,٨	٢,٤٦٥١	١,٠٦٩٧٣
نادرا ما أتابعها	١٢٢	٣٢,٨		
أتابعها أحيانا	٨٤	٢٢,٦		
أتابعها باستمرار	٨٥	٢٢,٨		
الإجمالي	٣٧٢	١٠٠,٠		

يتضح من الجدول (٩) أن نسبة من يتابعون المبادرات الرسمية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي إجمالاً بلغ ٨٨,٢%، موزعة على "المتابعة النادرة" بنسبة ٣٢,٨%، و"المتابعة باستمرار" ٢٢,٨%، و"المتابعة أحيانا" ٢٢,٨%، أما من "لا يتابعون بصورة مطلقة" فقد بلغت نسبتهم ٢١,٨%، وذلك متوسط حسابي بلغ ٢,٤٦٥١، وانحراف معياري ١,٠٦٩٧٣، وهذا يشير إلى ارتفاع معدل المتابعة من قبل المبحوثين بصورة عامة.

جدول (١٠) أسباب من لا يتابعون المبادرات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي

س	ك	%
لعدم تقتي في القائمين عليها.	٣١	٣٨,٣
لأنها لن تجدي نفعا أمام مشاكل مصر الكثيرة.	٣٥	٤٣,٢
لا أشعر بفائدتها نهائيا لي شخصيا.	٣٩	٤٨,١
أخرى	٣	٣,٧
الإجمالي	٨١	

يوضح الجدول (١٠) أسباب من لا يتابعون المبادرات الرسمية من المراهقين خلال شبكات التواصل الاجتماعي والذين بلغت تكراراتهم ٨١ تكرارا حيث جاء سبب "عدم شعورهم بفائدة المبادرات لهم بصفة شخصية" بنسبة ٤٨,١%، و"لن تجدي نفعا أمام مشاكل مصر الكثيرة" بنسبة ٤٣,٢%، أما سبب "عدم تقنتهم في القائمين على تلك المبادرات" فقد بلغت نسبتها ٣٨,٣%، ويلاحظ أن المبحوثين

المشككين والمعارضين سواء كانوا يبدون أسباب معارضتهم وتشكيكهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو غيرها من وسائل الاتصال ممن تركوا أثرا لدى بعض الشباب.

جدول (١١) يوضح مصادر معرفة المبحوثين بالمبادرات الرسمية من الأهم إلى الأقل أهمية

س٧	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الترتيب السادس	الترتيب السابع	الوزن المرجح	الرتبة
الراديو	٣٦	٢٢	٤٢	٣٢	٤١	٢٤	٩٤	٣,٣٩١٨	٧
القضايا المصرية الرسمية	٣١	٤٤	٥٢	٥٣	٣٤	٤٩	٢٨	٤,٠٥٨٤	٣
القضايا المصرية الخاصة	١٥	٤٠	٤٢	٦٥	٨١	٣٥	١٣	٣,٩٢١٠	٤
القضايا العربية والأجنبية	٢١	٢٠	٤٥	٥٤	٤٢	٦١	٤٨	٣,٤٥٠٢	٦
الصحف المطبوعة	١٩	٢٨	٥٥	٣٧	٣٧	٦٩	٤٦	٣,٥٠١٧	٥
الصحف الإلكترونية	٣٨	١١١	٣٠	٤٠	٣٠	٢٨	١٤	٤,٨١٧٩	٢
شبكات التواصل الاجتماعي	١٣١	٢٦	٢٥	١٠	٢٦	٢٥	٤٨	٤,٨٥٩١	١

كما اكتسبت هذه المواقع المزيد من الشعبية، وازداد عدد مشتركها، لتتيح جزءا من تاريخ التغيير السياسي والاجتماعي، مقابل تراجع الاعلام الرسمي. فقد وفرت فرصا عديدة للناشطين السياسيين وللواطنين للتعبير عن آرائهم بغية التأثير في العملية السياسية وصنع القرار وهو ما يشير الى الدور المؤثر الذي قامت به شبكات التواصل الاجتماعي في اعتماد أفراد العينة من المراهقين من طلاب الجامعات المصرية عليها كمصدر للمعلومات عن المبادرات الرسمية. ومن جانب آخر يرى د.مصطفى الفقي، أن وسائل الاعلام لم تقم بدورها كما ينبغي للترويج لهذه المبادرات، وكان من الممكن أن تستقبل هذه المبادرات بصورة أكثر من ذلك حتى تصل بصوره واضحة ومؤثرة للجمهور. جدول (١٢) يوضح نوع الصفحات والمواقع التي يقوم بتصفحها أفراد العينة للتعرف على المبادرات الرسمية

س٨	ك	%
إخبارية	١٥٤	٥٢,٩
سياسية	١٠١	٣٤,٧
ثقافية	٧٨	٢٦,٨
دينية	٧٠	٢٤,١
اجتماعية	٧٥	٢٥,٨
أخرى	٧	٢,٤
الإجمالي	٢٩١	

واحتل المركز الثالث بالنسبة لنوع الصفحات والمواقع التي يقوم بتصفحها أفراد عينة الدراسة من المراهقين طلاب الجامعات المصرية "الصفحات الثقافية" بنسبة ٢٦,٨%، وبعدها تكرارات بلغت ٧٨ تكرارا. في حين تقاربت معها "الصفحات الاجتماعية" واحتلت الترتيب الرابع بنسبة ٢٥,٨% على حين جاءت "الصفحات الدينية" كأخر الصفحات التي يقوم بتصفحها أفراد العينة للتعرف على المبادرات الرسمية. جدول (١٣) يوضح الصفحات التي تعرف من خلالها أفراد العينة على المبادرات الرسمية.

س٩	ك	%
الصفحات الرسمية لرئاسة الجمهورية	٩٧	٣٣,٣
الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية	٦٧	٢٣,٠
الصفحات الشخصية للأفراد	٨٨	٣٠,٢
الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي	١٥٢	٥٢,٢
أخرى	٦	٢,١
الإجمالي	٢٩١	

من خلال نتائج الجدول (١٣) تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة المصادر التي تعرف منها أفراد عينة الدراسة من المراهقين على المبادرات الرسمية، حيث حصلت على نسبة ٥٢,٢%. بعدد تكرارات ١٥٢ تكرارا، وهذا يؤكد مدى أهميتها لأفراد العينة في استيفاء المعلومات والمعارف المختلفة. في حين جاءت "الصفحات الرسمية لرئاسة الجمهورية" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٣,٢%، وهذا يشير إلى أن هذه الصفحات كانت تعنى بصفة أساسية بالتعريف بالمبادرات التي كان يطلقها "فخامة رئيس الجمهورية"، وقوبلت بقبول كبير من جانب كثير من عينة الدراسة.

كانوا يختارون أكثر من سبب وهذا يرجع من وجهة نظر الباحث إلى أن التعريف بهذه المبادرات من قبل وسائل الإعلام في أوساط الشباب، لم يكن بالدرجة التي ترقى إلى مستوى أهميتها للمجتمع المصري. أضف إلى ذلك أن هناك بعض

يتضح من الجدول (١١) أن شبكات التواصل الاجتماعي حازت على المرتبة الأولى كمصدر للمبحوثين من المراهقين لمعرفة المبادرات الرسمية بوزن مرجح ٤,٨٥٩١، حيث بلغت نسبة من اختارها كمصدر أول ١٣١ تكرارا ومن حيث من اختارها كمصدر ثاني ٢٦ تكرارا ومن اختارها كمصدر ثالث ٢٥ تكرارا. في حين جاء في الترتيب الثاني بصورة اجمالية "الصحف الإلكترونية" كمصدر للمبحوثين من المراهقين لمعرفة المبادرات الرسمية، بوزن مرجح ٤,٨١٧٩، حيث بلغ من إختيارها كمصدر أول ٣٨ تكرارا، ومصدر ثاني ١١١ تكرارا، ومصدر ثالث ٣٠ تكرارا، في حين جاءت كمصدر رابع ٤٠ تكرارا، وخامس ٣٠ تكرارا. أما الترتيب السادس فكان ٢٨ تكرارا، والسابع ١٤ تكرارا.

أما من احتل الترتيب الثالث كمصدر للمبحوثين من المراهقين من أفراد عينة الدراسة، لمعرفة المبادرات الرسمية فقد جاءت "القنوات الفضائية المصرية الرسمية" بوزن مرجح ٤,٠٥٨٤، حيث حصل الترتيب الأول على ٣١ تكرارا، والثاني ٤٤ تكرارا، والثالث ٥٢ تكرارا، في حين بلغت تكرارات الترتيب الرابع ٥٣ تكرارا، والترتيب الخامس ٣٤ تكرارا، أما الترتيب السادس فجاء ٤٩ تكرارا، وبلغت تكرارات الترتيب السابع ٢٨ تكرارا. واحتلت القنوات الفضائية المصرية الخاصة الترتيب الرابع حيث جاءت تكراراتها في الترتيب الأول ١٥ تكرارا، والثاني ٤٠ تكرارا، والثالث ٤٢ تكرارا، أما الترتيب الرابع فقد جاءت ٦٥ تكرارا، والخامس ٨١ تكرارا، على حين بلغت تكرارات الترتيب السادس ٣٥ تكرارا، والسابع ١٣ تكرارا فقط.

أما من احتل المركز الخامس من المصادر التي اعتمد عليها أفراد العينة من المراهقين لمعرفة المبادرات الرسمية فقد جاءت "الصحف المطبوعة" بوزن مرجح ٣,٥٠١٧، حيث بلغت تكراراتها في الترتيب الأول ١٩ تكرارا، والثاني ٢٨ تكرارا، والثالث ٥٥ تكرارا، والرابع والخامس ٣٧ تكرارا، لكل منها على حين جاء الترتيب السادس ٦٩ تكرارا، والترتيب السابع ٤٦ تكرارا.

وجاء في المركز السادس كمصدر من المصادر التي اعتمد عليها أفراد العينة لمعرفة المبادرات الرسمية "القضايا العربية والأجنبية" بوزن مرجح ٣,٠٤٥٠٢، حيث بلغ تكرارات الترتيب الأول منها ٢١ تكرارا، والثاني ٢٠ تكرارا، والثالث ٤٥ تكرارا، والرابع ٥٤ تكرارا، والخامس ٤٢ تكرارا، أما السادس بلغ تكراراته ٦١ تكرارا، والسابع ٤٨ تكرارا.

واحتل المركز السابع والأخير كمصدر لمعرفة أفراد العينة من المراهقين من شباب الجامعات المصرية بوزن مرجح ٣,٣٩، حيث كانت تكراره كثيرا أول ٣٦ تكرارا، وثاني ٢٢ تكرارا، والرابع ٣٢ تكرارا، والخامس ٤١ تكرارا، وجاء السادس ٢٤ تكرارا، أما الترتيب السابع بلغت تكراراته ٩٤ تكرارا، وتؤكد النتائج السابقة على التفوق الواضح لشبكات التواصل الاجتماعي فقد احتلت هذه الشبكات هذا الموقع بالنسبة للمراهقين لما أحدثته هذه الشبكات من تطور كبير في تاريخ الاعلام، وأضحى الاعلام الجديد يؤثر في الحياة السياسية والمجتمعات، وجاءت بشكل عالما افتراضيا يفتح المجال للأفراد والمجتمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لبدء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم تجربة غير مسبوقه.

- الاجتماعي كمصدر للأخبار: دراسة تطبيقية على موقعي فيسبوك وتويتر"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٦.
٤. حاتم العلوانة. "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري" ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير جامعة اليرموك، كلية الاعلام، عمان، الأردن ٢٠١٢.
٥. شارل يعقوب. "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، الخليل، فلسطين ٢٠١٥.
٦. فوزي عبدالرحمن الزعلوي. "اعتماد الشباب المصري الجامعي على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية واتجاهاته نحو مصداقيتها"، بحث منشور في مجلة كلية الآداب، ع٧٦، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، ٢٠١٦.
٧. مروى عصام صلاح الدين. الإعلام الالكتروني الأسس وأفاق المستقبل، عمان الأردن، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
٨. هيا محمد الحموي. "مبادرات الملك عبدالله الثاني بن الحسين المعظم في عمليات التنمية والإصلاح السياسي في الأردن: دراسة تحليلية (١٩٩٩ - ٢٠١٤)"، رسالة ماجستير، الأردن، الجامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا، ٢٠١٤.
٩. يوسف أزرا ويل. الإعلام الجديد ودوره في الحراك الديمقراطي العربي، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا. متاح الرابط [www.bcheib.net/mas/inele](http://www.bcheib.net/mas/inele).
10. Di Gangi, paul M.& Molly M. Wasko. "Social media engagement theory: Exploring the influence of user engagement on social media usage", *Journal of Organizational and End User Computing* (JOEUC) 28, no.2 (2016): 53.

في حين جاءت الصفحات الشخصية للأفراد في المرتبة الثانية بنسبة ٣٠,٢%، مثل صفحات بعض الشخصيات التي كان لها دور مؤثر ومهم في ذلك المبادرات مثل صفحة الأستاذ خالد حبيب مسئول البرنامج الرئاسي لتأهيل الشباب للقيادة، محمد العشماوي الرئيس التنفيذي لصندوق تحيا مصر، والدكتورة منال شاهين رئيس قطاع البرامج.

في حين بلغت نسبة الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية ٢٣% محتلة الترتيب الأخير في الصفحات التي تعرف من خلالها أفراد عينة الدراسة على المبادرات الرسمية.

ويلاحظ على نتائج هذا الجدول مدى حرص أفراد عينة الدراسة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف على المبادرات الرسمية.

#### النتائج العامة للدراسة:

- تتور هذه الدراسة حول تعرض الشباب الجامعي للمبادرات الرئاسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم نحوها، واعتمدت هذه الدراسة على عينة قوامها ٣٧٢ مفردة، من طلاب وطالبات الجامعات المصرية (الأزهر ٧٦، عين شمس ٧١، أسيوط ٧٤، المنوفية ٧٤، أكتوبر ٧٧) وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة الإستبيان والملاحظة.
- وبعد مناقشة نتائج الدراسة الميدانية واختبار صحة الفروض يمكن القول أن هذه الدراسة قد توصلت الى عديد من النتائج المهمة يمكن استعراضها على النحو الآتي:
١. غالبية الباحثين من المراهقين طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة من متابعي شبكات التواصل الاجتماعي، يداومون على استخدامها بشكل يومي، وبكثافة مرتفعة.
  ٢. أكدت نسبة كبيرة من الباحثين على تقّتهم في المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.
  ٣. أكدت نسبة كبيرة من الباحثين على متابعتهم للمبادرات التي تقدمها رئاسة الجمهورية، عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
  ٤. تمثلت أسباب من لا يتابع المبادرات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي في: عدم شعورهم بفائدتها لهم بصفة شخصية، وأنها لن تجدي نفعاً أمام مشاكل مصر الكثيرة، كما أنهم لا يتقنون في القائمين عليها.
  ٥. جاءت وسائل التواصل الاجتماعي كأهم المصادر التي يعتمد عليها المراهقون من طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة، في معرفة المبادرات الرسمية، حيث كانت المصدر الأول لهم في ذلك، وتأتي الصحف الالكترونية لتحل كمصدر ثاني، وجاءت القنوات الفضائية المصرية الرسمية في المركز الثالث، والفضائيات المصرية الخاصة في المركز الرابع، كما جاءت الصحف المصرية المطبوعة في المركز الخامس، وتأتي الصحف العربية والأجنبية كأخر المصادر التي اعتمد عليها الباحثون.
  ٦. ويأتي تفوق شبكات التواصل الاجتماعي في هذا الصدد، تأكيداً على أهمية هذا النوع من الإعلام الجديد، الذي أصبح يستحوذ بدرجة كبيرة على اهتمام الجمهور، ويحظى بدرجة استخدام كبيرة نظراً لما يتمتع به من امكانات تفاعلية، يمكن أن تعالج القصور الذي تعاني منه الوسائل التقليدية.

#### المراجع:

١. أبراهيم قائد أحمد. "استخدام الطلبة اليمينيين للفيسبوك والاشباع المتحققة منه"، رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد الخامس، المغرب، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد ٢٦ مارس ٢٠١٧، السنة التاسعة، متاح على الرابط: <http://search.mandumah.com/Record/810897>.
٢. ايمان صابر شاهين. "استخدامات منصات الاعلام الجديد في المجتمع المصري الفيسبوك نموذجا"، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات للاداب والعلوم والتربية، قسم الاجتماع، شعبة الاعلام، ٢٠١٧.
٣. منية اسحاق ابراهيم. "اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل