

اعتماد الشباب الجامعي على الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر الإعلام الرقمي وعلاقته بمدركاتهم لهذه القضايا

د. أميرة فتحى إبراهيم القاضي*

مخلص

تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد كيفية اعتماد الشباب الجامعي على منصات الإعلام الرقمي والتي تتنوع ما بين مواقع الكترونية تابعة لهذه المؤسسات الحكومية وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ما بين فيس بوك ويوتيوب وتويتر غيره في متابعة ومعرفة الأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح أيا كان مجالها وتتضمنها الاستراتيجية التنموية للدولة "رؤية 2030"، وعوامل فاعليتها التسويقية والتي تنقسم ما بين عوامل متعلقة باليات النشر الخبري واستراتيجياتها التسويقية للأخبار، وعوامل متعلقة بصياغة المضمون الخبري وأشكال تقديم الأخبار، هو الأمر الذي بالتبعية يقود للكشف عن مدركات متابعة الشباب الجامعي لهذه الأخبار الحكومية معرفيا وجدانيا وسلوكيا، حيث لم تعد صناعة الأخبار متوقفة على الجهات الإعلامية المتخصصة بل أصبحت المؤسسات الحكومية شريكا مؤثرا في صناعة الأخبار، وتمت الدراسة على عينة متاحة من جمهور الشباب الجامعي المصري والتي تبلغ حجمها 400 مفردة.

وتوصلت الدراسة لارتفاع إقبال الشباب الجامعي على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى جانب المواقع الالكترونية لمتابعة الأخبار الحكومية، فقد أحدثت توظيف تقنيات الإعلام الرقمي نقلة نوعية في انتشار المعلومات والأخبار لتحقيق الأنية في نقل الخبر من قلب الحدث، ولم يقتصر نقل الأحداث على الجهات المتخصصة بالبحث الإعلامي، بل أصبحت المؤسسات أيا كانت طبيعتها وهنا مجال الدراسة الحكومية تمتلك مقومات النشر الإخباري وقنواتها التلفزيونية عبر الإنترنت، لتقوم بإخبار وتوعية المواطنين بما تحققه من إنجازات وتمارسه من أنشطة، فضلا عن التعريف بخدماتها ومنتجاتها المختلفة، وإدراك أهمية التواصل المباشر والتفاعلي مع الجمهور وتوصيل رؤيتها في مختلف المجالات الحكومية واستراتيجياتها التنموية للدولة له بشكل سريع وأني وتفصيلي ومبهر وجذاب في ذات الوقت، مما تطلب معه امتلاك المؤسسات الحكومية فريق للنشر الالكتروني بمسميات مختلفة داخل هيكلها المؤسسي لأجل تسويق أخبارها للمواطن ضمانا لوصول رؤيتها السليمة له وفي ذات الوقت تتمكن من مواجهة الشائعات التي تثار حول الأداء الحكومي.

الكلمات المفتاحية: الأخبار الحكومية – قضايا الإصلاح – نظرية الاعتماد- الإعلام الرقمي.

*مدرس بكلية الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

Dependence of university youth on government news related to reform issues through digital media and its relationship to their perceptions of these issues

Abstract

The problem of the study is to determine how university youth depending on digital media platforms, which vary between websites belonging to these government institutions and their pages through social networking sites, (Facebook, YouTube and others), in following up and knowing government news related to reform issues and including the development strategy of the state.

"Vision 2030", and the factors of its marketing effectiveness, which are divided between factors related to the mechanisms of news dissemination and their marketing strategies for news, and factors related to the formulation of news content and forms of news presentation, which in turn leads to revealing the perceptions of university youth following up on these government news cognitively, emotionally and behaviorally, and broadcasting news isn't dependent on specialized media agencies, but government institutions have become an influential partner in the news industry. The study was conducted on an available sample of the Egyptian university youth audience, which is 400 items.

The study found a high demand for university youth to use social media networks as well as websites to follow government news. The use of digital media techniques has made a qualitative leap in the spread of information and news to achieve instantaneous transmission of news from the heart of the event, and the transmission of events was not limited to media broadcasting agencies, Rather, institutions, whatever their nature, and here the field of government study, have the elements of news publishing and their television channels via the Internet, to inform and educate citizens about their achievements and activities, in addition to introducing their various services and products, and realizing the importance of direct and interactive communication with the public and communicating their vision in various fields.

The government develop its strategies for the state quickly, timely, detailed, dazzling and attractive at the same time, which required government institutions to own an electronic publishing team with different names within their institutional structure in order to market their news to the citizen as a guarantee that their sound vision would reach him and at the same time be able to confront rumors that are raised about government performance.

Keywords: government news - reform issues - accreditation theory - digital media.

مقدمة:

تُعد وسائل الإعلام باختلاف أنواعها ما بين كونها تقليدية أو حديثة أدوات يعتمد عليها الشباب المصري في التعرف على المعلومات الجديدة واكتساب المعرفة عن كل ما يحيط به سواء داخل محيط مجتمعه أو عن العالم الخارجي، فمن المعلوم أن وسائل الإعلام أصبحت تمثل جزءاً من الحياة اليومية للأفراد، وتعمل على تشكيل حياة الأفراد فكرياً وسلوكياً ووجدانياً، فلقد أصبحت وسائل الإعلام عين الجمهور على الواقع وما يشهده من تفاعلات في مختلف المجالات الحياتية المختلفة.

تعلم وسائل الإعلام الرقمية دور الوسيط بين الأفراد والأحداث مما نجم عنه الاعتماد الكبير من قبل الأفراد وخاصة الشباب على المنصات الرقمية المختلفة لهذا الإعلام الرقمي ما بين مواقع الكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الرقمية عبر الهواتف الذكية في اكتساب المعلومات عن القضايا المختلفة، وذلك لما يتوفر لهذه الوسائل من قدرات هائلة تمكنه من اجتياز الحدود والعوائق المكانية والزمانية وكذلك يشارك المواطن في نقل الأحداث إلى جانب وسائل الإعلام المتخصصة، كما أن الإعلام الرقمي سمح للمؤسسات غير الإعلامية بأن يكون لديها قنواتها لنقل الأحداث الخاصة بها للجمهور المتابع لها عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي أسفر عن تمتع هذه المنابر الرقمية عن التميز بامتلاك القدرات الهائلة في التأثير النفسي والفكري والسلوكي للأفراد، فالمعلومات التي يتحصل الفرد عليها من وسائل الإعلام الرقمية تمثل الشريحة الكبرى من معلوماته عن باقي المصادر الأخرى التي يعتمد عليها لجمع المعلومات. (1)

وتسعي الباحثة من دراستها التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام الرقمية في تحقيق الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية على جمهور الشباب المصري المقبل على استخدام كافة التقنيات والتطبيقات المختلفة للتكنولوجيا مما يشكل في نهاية الأمر لديه معلوماته وسلوكياته نحو العالم المحيط به، والتي منها قضايا الإصلاح التي تهتم بها المؤسسات الحكومية بشكل كبير ضمن تحقيق متطلبات الرؤية التنموية للدولة 2030، وقد حرصت كافة هذه المؤسسات الرسمية على التفاعل مع قنوات الإعلام الرقمي باختلاف أنواعها، خاصة في تبين كثافة اعتماد الشباب المصري على التكنولوجيا الحديثة للاتصال والتواصل والتعبير عن آرائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتمتعها بمزايا الاتصال التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة. (2)

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد كيفية اعتماد الشباب الجامعي على منصات الإعلام الرقمي والتي تتنوع ما بين مواقع الكترونية تابعة لهذه المؤسسات الحكومية وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ما بين فيس بوك ويوتيوب وتوتير غيره في متابعة ومعرفة الأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح أي كان مجالها وتتضمنها الاستراتيجية التنموية للدولة "رؤية 2030"، وعوامل فاعليتها التسويقية والتي تنقسم ما بين عوامل متعلقة بآليات النشر الخبري واستراتيجياتها التسويقية للأخبار، وعوامل متعلقة بصياغة المضمون الخبري

وأشكال تقديم الأخبار، هو الأمر الذي بالتبعيه يقود للكشف عن مدركات متابعة الشباب الجامعي لهذه الأخبار الحكومية معرفيا ووجدانيا وسلوكيا، حيث لم تعد صناعة الأخبار متوقفة على الجهات الإعلامية المتخصصة بل أصبحت المؤسسات الحكومية شريكا مؤثرا في صناعة الأخبار.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تسعى الباحثة أن تكون دراستها إضافة للتراث العلمي السابق في مجال تأثيرات الإعلام الرقمي على جمهور الشباب، وذلك لما يلي:

1- أدي التطور الذي شهده العالم في مجال التكنولوجيا الرقمية وظهور تطبيقات عديدة من الإنترنت، إلي حرص غالبية الوسائل الإعلامية التقليدية للاستعانة بهذا التطور والانتشار عبر هذا المجتمع المعلوماتي للوصول لمختلف فئات الجمهور بمختلف خصائصه، أي أدى ظهور الإعلام الجديد إلي تحقيق ما يسمى اندماج الوسائل،³ لكن هذا الاندماج في العالم الافتراضي لم يتوقف على المؤسسات الإعلامية، بل اتجهت المؤسسات الرسمية وغيرها لتأسيس مواقع الكترونية لها وصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتمكن من التواصل مع الجمهور بشكل فعال ومستمر وتكوين مساحات من الحوار المتبادل معه حول إنجازاتها وأنشطتها، والتعرف على آرائه وانطباعاته، وهو ما دفع هذه المؤسسات للاهتمام بإنشاء حسابات لها على العديد من هذه المواقع تحقيقاً للمميزات التفاعلية التي تقدمها⁴، وبناء علاقة إيجابية ثنائية الاتجاه مع الجمهور، والتفاعل معه، وتقديم المعلومات والخدمات الرسمية له في ضوء تطبيق نظام "الحكومة الإلكترونية".

2- تعد الدراسة إضافة لمجال البحوث العملية التي اهتمت بتحدد مستويات الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية وربطها برفع مدركات الوعي والمعرفة لدى الجمهور ومنها التأثير على سلوكياته، خاصة في ظل ثبوت ارتفاع معدل استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك ثبوت اعتماد المؤسسات الحكومية عليها أيضاً للتواصل مع الجمهور، حيث توصلت دراسة Christian Sonnenberg (2020)⁵ إلى أن الغالبية العظمى من المؤسسات الحكومية الرسمية توظف على الأقل منصة إجتماعية واحدة من الثلاثة الأعلى توظيفاً وهي تويتر، فيسبوك، يوتيوب، أي أن الصفحات الحكومية الرسمية تميل بشدة نحو الدمج مع شبكات التواصل الاجتماعي وبأخذ ذلك شكل الوصلات Links أو نشر بوست على الصفحة الرسمية.

3- تسهم الدراسة في تحقيق المزيد من المعرفة عن خصائص تفاعل الشباب مع وسائل الإعلام الحديثة، وأكثر المنابر الرقمية التي يعتمد عليها في اكتساب المعلومات، خاصة أنهم يمثلوا شريحة عمرية كبيرة من المجتمع المصري، فما يقرب من 30% من بين إجمالي عدد سكان جمهورية مصر العربية وفقاً للتعداد السكاني عام 2017،⁶ بلغ عدد الشباب في الفئة العمرية (18 - 29 سنة) 21.3 مليون نسمة بنسبة 21% من إجمالي السكان (51,5% ذكور، 48,5% إناث).

4- الاهتمام العالمي بالشباب حيث يوم 12 أغسطس من كل عام يوافق اليوم العالمي للشباب والذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1998، بوصفه يوماً رسمياً لشباب العالم، بهدف الإحتفال بالشباب وإبراز أصواتهم وأعمالهم ومبادراتهم ومشاركاتهم الهادفة وتعميمها، وذلك انطلاقاً من أهمية فئة الشباب المنوط بهم النهوض والتنمية والارتقاء بالمجتمع واهتمام الدولة بهم وإعلان ذلك الاهتمام الجدي بإطلاق العديد من المبادرات السياسية مقترناً باسم الشباب، فضلاً عن المنتديات السنوية المصرية مثل منتدى الشباب العالمي في شرم الشيخ، وإطلاق الرئيس عبد الفتاح السيسي في مؤتمر الخاص بحياة كريمة إطلاق اتحاد الجمهورية الجديدة للشباب.

5- تشهد مواقع التواصل الاجتماعي إقبلاً متزايداً من قبل الجمهور المصري وخاصة فئة الشباب، فوفقاً لتقديرات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء⁷ جاء نسبة 99.3% من الشباب من إجمالي مستخدمي الإنترنت يستخدمونه لإرسال المعلومات عبر البريد الإلكتروني، ونسبة 98.3% من الشباب من إجمالي مستخدمي الإنترنت يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر)، ونسبة 99.9% من الشباب (100% ذكور، 99.8% إناث) يستخدمون الهاتف المحمول، وكذلك وفقاً للإحصائيات التي أکدها موقع "اليكسا"⁽⁸⁾ وعدد من الدراسات الإعلامية⁽⁹⁾ جاءت مواقع "الفيس بوك، اليوتيوب وتويتر" من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب المصري، وبالتالي فإن استكشاف دور هذه الوسيلة الاتصالية في الشأن السياسي الحكومي يعد من الأهمية، خاصة مع استهداف الدولة لهذه الوسائل في التواصل الجماهيري والتأثير على شبابها.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي من هذه الدراسة التعرف على اعتماد الشباب الجامعي على الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر الإعلام الرقمي وعلاقته بمدركاتهم لهذه القضايا، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية وهي علي النحو التالي:

- 1- مدى الاهتمام بمتابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الحديثة.
- 2- مستويات الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة أخبار الإصلاح.
- 3- طبيعة الوسائل الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسات الحكومية في التعريف بأخبار الإصلاح ويتابعها الشباب.
- 4- طبيعة الصور الذهنية التي ترسها وسائل الإعلام الجديدة عن أخبار الإصلاح.
- 5- تأثير وسائل الإعلام الجديدة في متابعة أخبار وقضايا الإصلاح.
- 6- مقترحات تطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام الجديدة لقضايا الإصلاح.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات التي تطرقت لمفهوم الإعلام السياسي، لكن تظل هناك جوانب في احتياج لمزيد من الدراسات مثل دراسة القضايا التنموية وكيفية تفاعل الإعلام معها، وفي الدراسة

الحالية تم التركيز على قضية الاصلاح وتأثير المعالجة الإعلامية لها على إدراك الجمهور لها، وتندر الدراسات التي تتطرق لهذه النوعية من القضايا، وهو الأمر الذي يتطلب معه زيادة عدد الدراسات في هذا المجال، وفيما سيتم استعراض الدراسات التي تطرقت لمعالجة الاعلام للقضايا السياسية، والمحور الثاني الذي تطرق لمعالجة الإعلام الرقمي وتأثيراته وخاصة في الشأن السياسي، وكانت أبرز الدراسات التي توصلت لها الباحثة في كلا المحورين على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تتعلق بمعالجة الإعلام للقضايا السياسية ومنها قضايا الاصلاح:

– دراسة آلاء فوزي السيد عبد اللطيف بعنوان "قضايا بناء الدولة في الخطاب الرئاسي وعلاقتها بأجندة الإعلام والجمهور (2020)¹⁰ والتي تستهدف الدراسة تحليل اجندة الرئيس عبد الفتاح السيسي، وتفسير علاقتها بأجندة الاعلام في الصحف، واجندة الجمهور الباب. وتتعلق عملية بناء الدولة في الاجندات الثلاثة بعة قضايا تشمل مكافحة الإرهاب والتطرف، وبناء الديمقراطية، والحوكمة الإعلامية، والإصلاح الاقتصادي، والاستثمار والمشروعات القومية، والتعليم والبحث العلمي، والرعاية الصحية عموماً وفي اثناء جائحة كورونا. وقد تم الاعتماد على المنهج الكيفي عبر تحليل عينة من الخطابات الرئاسية، وعينة من افتتاحيات صحيفتي الأهرام القومية والشروق الخاصة. فضلاً عن إجراء مجموعات مع بعض شباب البرامج الرئاسية والشباب العام، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن العلاقة بين الاجندة الرئاسية واجندة الاعلام في الصحف محل الدراسة تتأثر بنمط ملكية الوسيلة ومرجعيتها الايدولوجية، فضلاً عن سياق المجتمع المصري الذي يشهد تغيرات جذرية منذ عام (2011)، فالصحافة تخضع للظروف المرتبطة بالمناخ العام السياسي، والقوانين والمعايير المنظمة للعمل الإعلامي، وأن أغلب المشاركين من الشباب يميل الى البرامج الرئاسية والشباب العام لمتابعة الخطابات الرئاسية، خصوصاً أثناء الازمات والاقوات الحرجة، مثل الاحداث الإرهابية وجائحة كورونا.

– دراسة إسراء محمد الزيني بعنوان " أطر التغطية الخبرية للشئون البرلمانية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو مجلس النواب (2020)،¹¹ والتي سعت الدراسة للكشف عن الأطر الإخبارية المستخدمة في تغطية الشئون البرلمانية، وكيفية تأطير تلك الشئون البرلمانية خلال الفترة من أكتوبر 2017 إلى يوليو 2018، وتحديد علاقتها باتجاهات الجمهور نحو مجلس النواب، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية من قراء الشئون البرلمانية بالصحف المصرية اليومية العامة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها اختلاف أهمية الاحداث ذات الصلة بالمجلس في لفت انتباه المبحوثين، حيث تصدرت الاخبار ذات التأثير المباشر على الجمهور قائمة اهتماماته عند قراءة الشئون البرلمانية بالصحف المصرية، في مقابل تراجع الاخبار البعيدة عم مجالات التأثير المباشر للجمهور، واهتمام المواطن بالشئون البرلمانية والتي يغلب عليها اختصاصات المالية للمجلس، كما كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن غلبة اتجاه التغطية الإيجابية للشئون البرلمانية في عينة الصحف المصرية بشكل أجمالي

أو في كل صحيفة على حدة، وجاءت هذه النتيجة منطقية في ضوء غلبة الأطر الإيجابية من مسئولية المجلس في ممارسة مهام وظائفه التشريعية والرقابية والمالية والسياسية.

– دراسة مروة محمد على 2019¹² حول محددات بناء وتشكيل التداولية للخطاب الصحفي المتعلق بقضايا الإصلاح السياسي والاقتصادي داخل خطابات رؤساء الدولة في الصحف المصري، حيث تتبلور المشكلة حول ما هي المحددات التي تحكم إعادة إنتاج وتشكيل الخطاب الصحفي لمقولات وأفكار الخطاب الرئاسي داخل الصحف؟ بالإضافة الى رصد وتحليل العوامل المؤثرة في الخطاب الصحفي الذي تم انتاجه مرة أخرى والتي تم طرحها للجمهور في قالب التداولية، وذلك من خلال تحليل اعداد من الصحف اليومية والاسبوعية المصرية المتمثلة في (الأهرام- المصري اليوم – الأهالي) خلال الفترة من عام 2011 حتى عام 2015، باستخدام استمارة تحليل الخاصة بالخطاب التداولي وبالتطبيق على عينة من قضايا الإصلاح السياسي والاقتصادي بصحف الدراسة من خلال استخدام أسلوب الحصر الشامل لعينة قضايا الإصلاح السياسي والاقتصادي بصحف الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها فيما يتعلق بالدراسة التحليلية المرتبطة بخطب الرؤساء الأربعة المتعلق بخطاب قضايا الإصلاح السياسي والاقتصادي باختلاف واضح ومباشر للسياسة التحريرية الخاصة بكل صحيفة (سواء القومية والخاصة والحزبية)، ومن جانب الإصلاح الاقتصادي ركزت الصحف القومية والحزبية والخاصة على تفاقم الازمات الاقتصادية في مصر بعد توليهم، مثل تعاظم البطالة، وتدهور الوضع الاقتصادي وارتفاع الأسعار.

– دراسة زيزيت إبراهيم¹³ بعنوان " أطر المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر (2017)، والتي استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية المصرية لقضايا الإصلاح الاقتصادي والدور الذي تقوم به في بناء المعاني الخاصة بهذه القضايا وتشكيل التصورات نحو القوى الفاعلة المؤثرة فيها، وذلك من خلال رصد وتحليل الأطر الإعلامية التي توظفها الصحف المصرية (قومية – حزبية – خاصة) (الأهرام – الوفد – المصري اليوم) محل الدراسة في معالجتها لقضايا الإصلاح الاقتصادي بما تتضمنه من تعبير عن ايدولوجيات للكشف عن سمات هذه المعالجات والعوامل المؤثرة في تشكيلها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها احتلت القضايا الاقتصادية الاجتماعية الترتيب الأول في صحف الدراسة تلتها قضايا الاستثمار ثم قضايا الخصخصة، وجاءت بنسب مختلفة في الصحف الثلاثة، حيث جاءت القضايا الاقتصادية الاجتماعية بنسبة 65.3% في جريدة الأهرام، وجاءت قضايا الاستثمار بنسبة 20.7%، وجاءت قضايا الخصخصة بنسبة 14.0%، وجاءت النسبة في جريدة " المصري اليوم" للقضايا الاقتصادية الاجتماعية بنسبة 53.2%، وجاءت قضايا الاستثمار بنسبة 23.9%، وجاءت قضايا الخصخصة بنسبة 22.9%.

– دراسة إيناس محمد مسعد¹⁴ بعنوان " أطر معالجة موقعي (الأهرام الإلكتروني والجزيرة نت) لقضية الانتخابات البرلمانية 2011"، والتي استهدفت الدراسة التعرف على

تأطير المواقع الإعلامية مجال الدراسة للانتخابات البرلمانية 2011، والتعرف على تأطير المواقع الإعلامية للقوى الفاعلة في العملية الانتخابية 2011، والتعرف على الأطر السائدة لدى موقع الأهرام الإلكتروني في معالجة قضية الانتخابات البرلمانية 2011، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن جاء الإطار المهيم على معالجة الأهرام للقضية هي الوسيلة المثلى للديمقراطية وإنهاء الصراعات والعنف وان المجلس العسكري الذي يدير البلاد ذلك اوقت يبذل بالتعاون مع الشرطة كل الجهود لتأمين الانتخابات واهتمامها في المقرر وعلى نزاهتها والوقوف على مسافة واحدة من كل القوى السياسية وتقدير الجماهير التي جعلت من الانتخابات حدثاً نتباهى به امام العالم، وكذلك جاء تأطير القوى الفاعلة في الانتخابات في موقع " الأهرام" تأطير العسكري في المرحلة التي سبقت الانتخابات انه ادار البلاد بكفاءة واستطاع تأمين العملية الانتخابية ومنع أي خروقات يمكن أن تصيبها.

– دراسة سامح حسنين¹⁵ بعنوان " التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية في الصحافة المصرية خلال عامي 2011-2012 (2017)، والتي استهدفت الدراسة رصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية التي تمت في مصر 2012، التعرف على أهم القضايا المطروحة في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية 2012 والمنشورة في صحف الدراسة، رصد وتحليل الأطر تغطية صحف الدراسة للانتخابات الرئاسية، التعرف على اتجاه مضمون الغالب على التغطية الصحفية في الانتخابات الرئاسية في كل صحيفة، الكشف عن الفنون الصحفية الأكثر استخداما في التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية، الكشف عن وسائل الإبراز المستخدمة في عرض التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها استحوذ كل من (القضايا الأمنية والعسكرية) و(القضايا الاجتماعية) على اهتمامات الصحف الخمسة مقارنة بغيرها من القضايا المطروحة في تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية 2011-2012، جاء استخدام الصحف الحزبية لفن الحديث الصحفي على نسبة أعلى بكثير من استخدام كل من الصحف القومية والخاصة لهذا الفن الصحفي وذلك في تغطيتها الصحفية للانتخابات البرلمانية 2011-2012.

– دراسة ميادة محمد صادق¹⁶ بعنوان "تأثير العلاقات العربية على المعالجة الصحفية لقضايا الصراع السياسي في مصر عقب ثورة 30 يونيو 2013" (2017)، والتي استهدفت الدراسة رصد وتحليل ومقارنة وتفسير الأطر الخبرية التي قدمتها المعالجة الصحفية لجريدة عكاظ السعودية والوطن القطرية بشأن الصراع الناشب بين الإخوان المسلمين والمؤسستين العسكرية والأمنية المصريتين عقب ثورة 30 يونيو، وذلك في الفترة من 2013/7/1 حتى 2013/8/30، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج اهتمام صحيفتي الدراسة العربية (عكاظ) السعودية و (الوطن) القطرية بمعالجة شئون الصراع السياسي في مصر عقب ثورة 30 يونيو 2013 الواقع بين جماعة الإخوان المسلمين والمؤسستين العسكرية والأمنية المصريتين، وذلك من خلال (374) مادة خبرية مقسمة إلى (199) مادة خبرية تهتم بمعالجة قضية عزل مرسى (بيان 3 يوليو) و (175) مادة خبرية تهتم بمعالجة قضية فض اعتصامي رابعة العدوية والنهضة، كما اتفقت صحيفتنا الدراسة

العربية على تفعيل أطر (الخطة الأمنية) و (الخروج الآمن) وإطار (الاشتباكات) أثناء المعالجة الخيرية لقضية فض اعتصامي رابعة والنهضة للدلالة على محاولات إقناع أعضاء جماعة الإخوان بإخلاء الميادين وتفعيل الحلول السلمية قبل الاتجاه نحو فض الاعتصامين بالقوة.

– دراسة أميرة محمد محمد سيد 2011¹⁷ حول دور المواقع الالكترونية في التسويق السياسي للأحزاب المصرية لدى الجمهور، والتي تسعى للتعرف على دور المواقع الالكترونية في التسويق السياسي للأحزاب المصرية والكشف عن الخدمات التي اتاحتها المواقع لمتصفحها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الغالبية العظمى من المبحوثين عينة الدراسة لديهم انتماءات سياسية، وهذا يدل على زيادة الوعي السياسي لدى عينة الدراسة، وأن الغالبية العظمى من المبحوثين عينة الدراسة يتابعوا موقع الحزب المفضل كل ما تحين لهم الفرصة لذلك أو حسب طبيعة الأبحاث الهامة التي تقع، بينما وجد أن 26% من إجمالي المبحوثين يتابعوا الموقع بشكل يومي، وباقي المبحوثين يزوروا الموقع بشكل أسبوعي

المحور الثاني: الدراسات السابقة التي تعلقت بالإعلام الرقمي ودوره في تشكيل الاتجاهات:

– دراسة أميمة أحمد رمضان محمد بعنوان "تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري: دراسة تطبيقية، (2018)،¹⁸ والتي تهدف التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباطية طردية بين تعرض المبحوثين للمضامين الساخرة على مواقع التواصل وتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري، وكذلك وجود علاقة ارتباطية طردية بين كثافة التعرض للمضامين الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكلا من اتجاه المبحوثين نحو قضايا المجتمع المصري ودرجة ثقة المبحوثين بها، كما أجاب غالبية أفراد العينة حول رؤيتهم لتغطية المضامين الساخرة لقضايا المجتمع على أن هذه المضامين تعمل على تشويه الصورة العامة للمجتمع المصري، مما يشير إلى خطورة هذه المضامين من خلال تأثيرها على اتجاهات الشباب لا سيما أنها احتلت صفحات مواقع التواصل في الأونة الأخيرة، وتوغلت بكثرة بين أوساط الشباب.

– دراسة ولاء إبراهيم عبد الحميد 2018¹⁹ حول دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو القضايا المجتمعية عقب 25 يناير، والتي سعت نحو التعرف على حجم اهتمام البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة (الحياة اليوم على قناة الحياة – آخر النهار على قناة النهار- يحدث في مصر على قناة MBC مصر) بالقضايا المجتمعية عقب 25 يناير، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تركزت أغلب القضايا التي تضمنتها البرامج عينة الدراسة في الفقرة الأولى بنسبة 72.8%، تليها الفقرة الثانية بنسبة 25.9%، ويمكن تفسير ذلك بأن

المشاهد مستهدف من عدد كبير من البرامج الحوارية المسائية التي تبث في أوقات متقاربة، وبالتالي كل برنامج مستهدف من عدد كبير من البرامج الحوارية المسائية التي تبث في أوقات متقاربة، وبالتالي كل برنامج يحاول أن يبرز أهم الموضوعات اليومية من المفترض أن يعالجها وعادة تبث في الفترات الأولى من البرنامج لجذب المشاهدين وحتى لا ينصرفوا لبرامج أخرى، كما احتل قالب الحوار النصيب الأكبر من بين القوالب الفنية التي قدمت من خلالها القضايا المجتمعية داخل البرامج الحوارية، فقد جاء (الحوار التلفزيوني أو الاتصال عبر البث المباشر) بنسبة 50.7%، ثم تلاها (حوار داخلي في الاستديو) بنسبة 21.1%، يليها قالب (الحديث المباشر) بنسبة 20.5%، في حين احتلت القوالب الفنية الأخرى نسب ضئيلة كالدعوة والمناقشات.

– دراسة أميرة إسماعيل خالد إسماعيل بعنوان: **دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة 2017**،²⁰ والتي استهدفت الدراسة الكشف عن دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، واستخلاص الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، وذلك بالتطبيق على موقعي الفيس بوك وتويتر، هذا بالإضافة إلى معرفة رأى الجمهور المصري في مدى كفاءة وثراء مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنقل المعلومات، وذلك من خلال نظريتي (الاستخدامات والإشباع، التراث الإعلامي)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن جميع أفراد عينة الدراسة تستخدم موقع الفيس بوك، في حين أن 18% فقط من عينة الدراسة تستخدم موقع تويتر. أغلب عينة الدراسة تستخدم الفيس بوك بمعدل مرتفع، في حين أن أغلب عينة مستخدمي تويتر تستخدمه بمعدل منخفض، وجاء دافع " معرفة ما يدور حول من أحداث في جميع أنحاء العالم" في مقدمة الأسباب التي اختارها المبحوثون لاستخدام الفيس بوك، وجاء أيضا في مقدمة أسباب استخدام عينة تويتر له.

– دراسة ريم الجابري أحمد العزب²¹ بعنوان: **" العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري، (2017)**، التي سعت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي تويتر ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري حيث قامت الدراسة على فرض رئيسي وهو وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام موقع تويتر ومستوى الوعي السياسي للشباب وهو ما يفترض التأثير المتبادل بين المتغيرين، حيث تؤثر درجة تعرض الفرد على مستوى الوعي الخاص به وفي ظروف أخرى من الممكن أن يتحكم مستوى الوعي السياسي للفرد في درجة التعرض، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها رفض الفرض الرئيسي القائل بالعلاقة الارتباطية الطردية بين متغيري كثافة الاستخدام والوعي السياسي، بالإضافة إلى الفرض الخاص بالتأثير المتبادل بين المتغيرين وهو ما يدفعنا لاستخلاص أن النتائج الخاصة بكل دراسة تتأثر وتختلف باختلاف ظروف إجرائها والإطار الزمني والمكاني وأيضا بطبيعة العينة المختارة، فعلى الرغم من ارتفاع معدلات استخدام موقع تويتر وارتفاع مستوى الوعي السياسي لدى أفراد العينة لم يثبت وجود أي ارتباط بين المتغيرين وهو ما يرجع لأسباب عديدة خاصة بالدراسة، كالعينة المدرسة.

– دراسة جميلة عبد الونيس محمد على بعنوان: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ميول العنف لدى الشباب الجامعي الليبي: دراسة ميدانية، (2017)،²² والتي هدفت التعرف على مشكلة العنف في الجامعات والقاء الضوء عليها من حيث: التعرف على مدى اهتمام الشباب الجامعي بمواقع التواصل الاجتماعي. وأسباب انتشار سلوك العنف لدى الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ميول العنف لدى الشباب الجامعي الليبي لما لهذه المواقع من مكانة كبيرة وكثرة استخدامها بين فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب.

– دراسة آلاء عادل عيد على بعنوان " تعرض الشباب الجامعي للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم للإنترنت، (2016)،²³ وهدفت الدراسة الى هدف رئيسي هو التعرف على علاقة تعرض الشباب الجامعي للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم للإنترنت، والتعرف على حجم استخدام الشباب الجامعي للإنترنت وحجم تعرض الشباب الجامعي للإرهاب الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن غالبية الدراسة تعرضوا للإرهاب الإلكتروني، وهذا يشير إلى مدى تفاقم مشكلة الإرهاب الإلكتروني وانتشارها الواسع والسريع في العالم الافتراضي، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين تعرض الشباب الجامعي للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانخفاض مستوى استخدامهم للإنترنت.

– دراسة ايمان جمعة رمضان بعنوان " دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين " (2016)،²⁴ التي استهدفت هذه الدراسة بحث العلاقة بين كثافة التعرض للمواقع الاجتماعية (الفييس بوك، وتويتر، واليوتيوب) وتنمية الوعي السياسي والاتجاهات تجاه الاحداث الجارية لدى المغتربين بالدول العربية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وبلغ حجم العينة (500) مفردة من المغتربين المصريين بالدول العربية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن جاء الفييس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المغتربون بالدول العربية ويعتمدون عليها بوصفها مصدرا من مصادر المعلومات والاحداث الجارية، وأن النسبة الأكبر من افراد عينة الدراسة اعتادوا قراءة الموضوعات السياسية سواء بشكل انتقالي أو كأجزاء متفحصة أو قراءة الموضوع بشكل كامل ويسعون للتماس المعلومات السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي.

تعليق الباحثة على الدراسات السابقة:

• يتضح من الدراسات السابقة التركيز على القضايا السياسية بشكل عام وخاصة قضايا الانتخابات سواء الرئاسية أو البرلمانية في مقابل انخفاض الاهتمام البحثي بقضايا الإصلاح بمختلف أنواعه، وكذلك التركيز على الربط بين دور الإعلام في إبراز جهود الدولة نحو التغيير في إطار رؤيتها التنموية 2030.

- اهتمام الدراسات السابقة المرتبطة بالإعلام الرقمي بقياس اتجاهات الجمهور نحو معالجة القضايا المجتمعية والتي منها القضايا السياسية أكثر من الدراسات السابقة المرتبطة بدور الإعلام التقليدي في معالجة القضايا السياسية.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة ببحثه، حتي يمكن لهذه الدراسة أن تضيف الجديد للتراث البحثي في هذا المجال وهو الإصلاح.
- ساعدت الدراسات السابقة على التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، ووضع تصور للدراسة النظرية، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة، وصياغة تساؤلات وفروض الدراسة بناء علي نتائج الدراسات السابقة، وكذلك تحديد وبناء المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الظاهرة موضع البحث.

خامساً: الإطار النظري: مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام. Media Dependency

يفترض المدخل الذي قدمه كل من ديفلير وبول روكيتش عام 1976 بأن اعتماد الفرد على المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام يتم لتحقيق أهداف مقصودة، لذا يعد من أحد المداخل المرتبطة بتشكيل علاقة الجمهور مع وسائل الإعلام حيث تعد درجة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك، انطلاقاً من أن المجتمع تركيب عضوي تتعدد فيه الأنظمة (صغيرة وكبيرة) وتترابط وتتفاعل سوياً، ومن بينها وسائل الإعلام التي ترتبط بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى بعلاقات متبادلة، وبالتطبيق على الدراسة الحالية فهي تحاول التعرف علي اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الرقمية في استيقاء معلوماتهم وتشكيل صورهم عن أخبار الإصلاح الحكومي، ويقوم المدخل على مجموعة من الافتراضات على النحو التالي:

- الاعتماد على الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد، وتلك التي تلبى لديه حاجات أكثر، وبالتالي يكون لوسائل إعلامية تأثير قوي مقابل ضعف تأثير وسائل أخرى، (25) بمعنى آخر فكلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق أهدافه، كلما زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد وبل المجتمع ككل.

- درجة الاستقرار أو التغير الاجتماعي السائد، ففي حالات الصراع والأزمات يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل إعادة تقييم مواقفهم واتخاذ قرارات جديدة، (26) بينما يقل الاعتماد في حالات الاستقرار الاجتماعي. (27) ففي الدراسة الحالية نجد أن المجتمع يمر بالعديد من الأحداث والظروف الحرجة بدءاً من إسقاط النظام في ثورة 25 يناير وصولاً لثورة 30 يونيو وبعدها العديد من التغيرات الاقتصادية المرتبطة بتطبيق برنامج الإصلاح الهيكلي للدولة ومنه الإصلاح الاقتصادي.

تأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام: (28) والتي تتمثل في التأثيرات المعرفية، والوجدانية والسلوكية، وسيتم استعراضها تعريفاً وقياساً في الجزء الميداني.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

- ما مدى الاهتمام بمتابعة أخبار الإصلاح عبر الإعلام الرقمي؟
- ما مستويات الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة أخبار الإصلاح؟
- ما الوسائل الرقمية التي يتم الاعتماد عليها في متابعة أخبار الإصلاح؟
- ما طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التي يتفاعل معها الشباب لمتابعة قضايا الإصلاح؟
- ما طبيعة الصور الذهنية التي ترسها وسائل الإعلام الجديدة عن أخبار الإصلاح؟
- ما أشكال التفاعل مع المنشورات التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي وتتعلق بالإصلاح؟
- ما تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة في متابعة أخبار الإصلاح؟
- ما مقترحات تطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام الجديدة لقضايا الإصلاح؟

سابعاً: فروض الدراسة:

- **الفرض الرئيسي الأول:** تأثير مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها.
- **الفرض الرئيسي الثاني:** تأثير مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية المختلفة في متابعة أخبار الإصلاح على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها.
- **الفرض الرئيسي الثالث:** تأثير اتجاهات عينة الدراسة نحو أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع الدراسة ومنهجها: تعد هذه الدراسة وصفية تستهدف وصف وتحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة للظاهرة محل الدراسة، حيث تهدف الباحثة إلى دراسة مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة في استقصاء معلوماتهم عن قضايا الإصلاح، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة للدراسة الميدانية لصعوبة حصر مجتمع الدراسة الميدانية كاملاً.

2- مجتمع وعينة الدراسة وأداة جمع البيانات:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور الشباب المصري، وتعتمد الدراسة على اختيار عينة عشوائية بسيطة منه بلغ عددهم 400 مفردة، وقامت الباحثة بتصميم صحيفة

الاستقصاء لجمع البيانات منهم وتشمل مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، علاوة على صياغة مجموعة من العبارات التي تمثل في تكاملها سبيلاً في التعرف على تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في اكتساب المعلومات عن الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح، أما عن خصائص عينة الدراسة الميدانية فهي على النحو التالي:

1- ارتفعت نسبة الإناث المشاركة في الدراسة بـ 52% مقابل نسبة 48% مشاركة الذكور من الشباب في التعليم الجامعي، وكان متوسط أعمار عينة الدراسة 22 عاماً.

2- تنوعت أماكن إقامة عينة الدراسة من الشباب المصري في مناطق متنوعة على مستوى محافظتي القاهرة والجيزة، وإن جاء في المقدمة نسبة 30% تقيم في مدينة نصر، تلاه نسبة 20% تقيم في التجمع الخامس، ثم نسبة 22.8% تقيم في المعادي، ثم نسبة 10% تقيم في مصر الجديدة، تلاه نسبة 9% تقيم في منطقة الهرم، وكانت أقل المناطق التي تقيم بها عينة الدراسة هي الحلمية بنسبة 5% ثم منطقة إمبابة بنسبة 2.2%.

3- يتسم مستوى عينة الدراسة الاقتصادي بنسبة 45%، في حين أن نسبة 31% من العينة يتسم مستواها بالتوسط، ويليه نسبة 24% من العينة التي يتسم مستواها الاقتصادي بالانخفاض.

3- اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الثبات (Reliability) يقصد قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات والعينة الزمنية والحصول على نفس النتائج،⁽²⁹⁾ وقد تم تطبيق الثبات على استمارة الميداني، بأنه تم تطبيق الاستمارة على نسبة 10% في الأسبوع الأول، تلاه إعادة تطبيقها على نسبة 5% من عينة الدراسة، وفي كل مرة يتم تغيير الأسئلة التي تحمل غموضاً.

ثانياً: اختبار الصدق (Validity) يعني صدق المقياس المستخدم في قياس المفهوم الذي ترغب الباحثة في قياسه،⁽³⁰⁾ وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة قامت الباحثة بعرض أداة صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والسياسية.

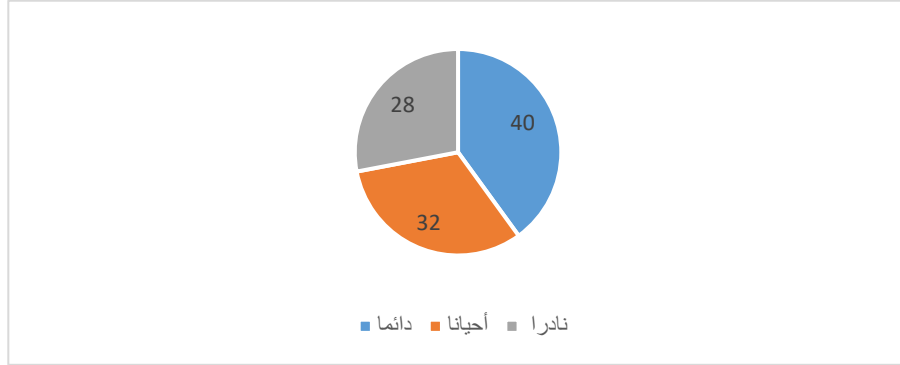
تاسعاً: إدخال البيانات إلي الحاسب ومعالجتها إحصائياً:

بعد أن قامت الباحثة بتوزيع استمارات الاستقصاء على عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي، تم المراجعة والتدقيق على البيانات التي تم جمعها وتكويد الأسئلة المفتوحة بالاستمارة، لتصبح جاهزة لإدخالها كبيانات في الحاسب عبر برنامج Spss، ثم إجراء الإحصاء الوصفية والمعاملات الإحصائية والاختبارات عند مستوى ثقة 95%.

عاشراً: نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

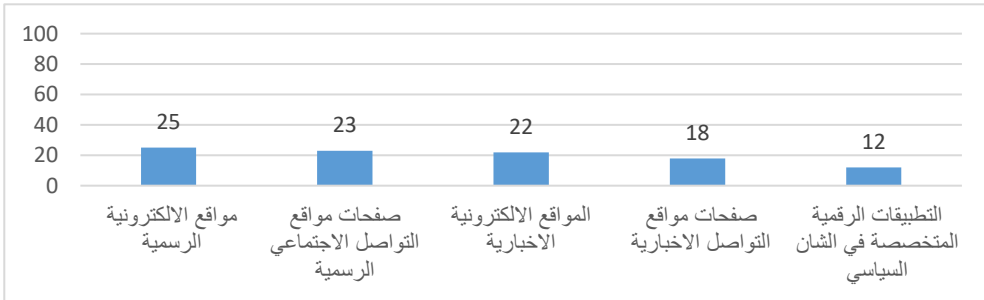
1- الاهتمام بمتابعة الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح:



شكل رقم (1) - الاهتمام بمتابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح

يتضح من بيانات الشكل السابق أن نسبة 40% من عينة الدراسة تهتم بمتابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر وسائل الإعلام عامة بشكل دائم، ونسبة 32% من عينة الدراسة تهتم بالمتابعة لكنها غير منتظمة، وجاء نسبة 28% من عينة الدراسة تتابعها بشكل نادر، وهي النتيجة التي توضح أن هذه النوعية من المعلومات تعد من الشؤون المعرفية التي يهتم بها الشباب المصري خاصة أن الإعلام الرقمي له دور كبير في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية، وهي نتائج تتفق مع نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة سارة محمود محمد عبد اللطيف (2018)³¹ التي أكدت على أن موقع التواصل الاجتماعي وبشكل خاص تويتر كان له الدور الأكبر للأحداث السياسية في مصر في فترة 30 يونيو وتداعياتها، حيث وجدت أشكالاً جديدة من المشاركة السياسية في الشارع المصري، كما كشف تحليل التعليقات على نجاح بعض حسابات النخبة السياسية في تأسيس مجال عام للنقاش والتفاعل وطرح الآراء.

2- الاهتمام بمتابعة الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر وسائل الاعلام الرقمي:

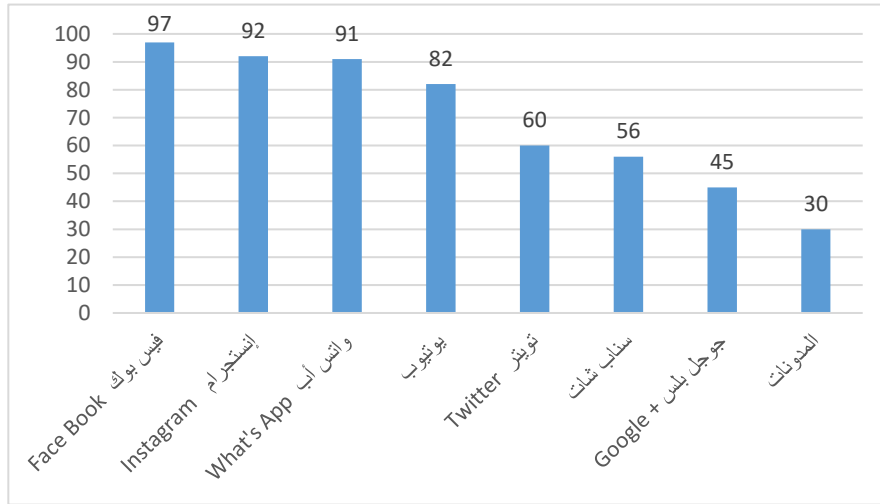


شكل رقم (2) الاهتمام بمتابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر وسائل الاعلام الرقمي الرسمية والاخبارية

يتضح من بيانات الشكل السابق أن عينة الدراسة تحرص على متابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر المواقع الالكترونية الرسمية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي في الصدارة وبعدها المتابعة عبر المواقع الاخبارية الالكترونية ايا كانت طبيعتها والتطبيقات الرقمية المتخصصة، ويكشف التحليل أن الاعلام الرسمي يحظى بمعدل متابعة منتظمة للقضايا والأحداث الحكومية والتي من بينها موضوع الدراسة قضايا الإصلاح، وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت له الدراسات السابقة من حيث ارتفاع معدل متابعة الشباب المصري للأخبار الحكومية، حيث تساعد منصات التواصل الاجتماعي الحكومات على توصيل الرسائل المختلفة للمواطنين بشكل سريع وفعال وبخاصة في أوقات الأزمات، وتستخدم المؤسسات الحكومية مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عدة استراتيجيات متكاملة، هي ³² (استراتيجية الدفع Push- استراتيجية الجذب Pull- استراتيجية التشبيك Networking- استراتيجية الحوار- استراتيجية المشاركة- الاهتمام بال جماهير المعنية).

3- متابعة عينة الدراسة للأخبار المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي:

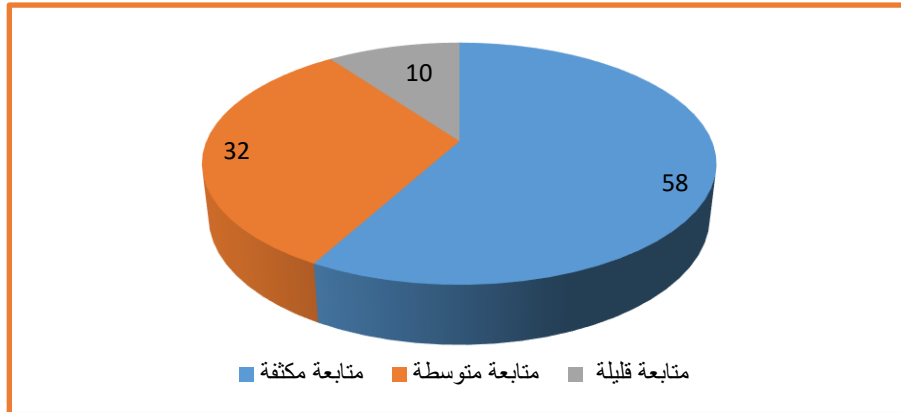
يكشف التحليل الإحصائي أن نسبة 98% من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم في متابعة الأخبار المتعلقة بالإصلاح في مقابل نسبة 2% تستخدمها بشكل غير منتظم، وهو ما يتفق مع دراسة (بسمة على يحيى، 2017) ⁽³³⁾ على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة مستمرة بشكل خاص بين جمهور الشباب، كما أكدت دراسة (جيهان أشرف، 2020) ³⁴ على ارتفاع عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما عن طبيعة المواقع والتطبيقات التي يتعرض من خلالها عينة الدراسة لمعلومات عن قضايا الإصلاح الحكومي، وهو ما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (3) المواقع والتطبيقات التي تتعرض من خلالها عينة الدراسة لمعلومات عن قضايا الإصلاح

يتضح أن موقع الفيس بوك كان الأعلى استخدامًا بوزن 97 درجة، تلاه الانستجرام بوزن 92 درجة، تلاه تطبيق الواتس اب بوزن 91 درجة، ثم تطبيق يوتيوب بوزن 82 درجة، وكانت أقل المواقع تفاعلاً معها هي (جوجل بلاس بوزن 45 درجة، ثم المدونات بوزن 30 درجة)، وهو النتائج التي تتقارب مع ما توصلت له دراسة (إيناس منصور كامل شرف، 2021)³⁵ بأن جاء "الانستجرام" في مقدمة تطبيقات الصور والصوت والفيديو بنسبة 72.3%، كما أشارت نتائج دراسة (Ali Erarslan, 2019)³⁶ بأن الإنستجرام هو أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخدامًا بين المشاركين ويفضل استخدامه في التثقيف والمعرفة، كما أثبتت دراسة (راشد صلاح الدين راشد، 2021)³⁷ أن أهم أنواع صحافة الموبايل التي يفضلها المبحوثون في متابعة الأحداث، هي تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى، واعتمدوا بصورة واضحة على التعليقات في الأحداث الجارية كأكثر أساليب التفاعل استخدامًا، كما أضافت دراسة (مروى عبد اللطيف محمد، 2020)³⁸ أن أكثر التطبيقات استخدامًا بالإنترنت من جانب عينة الدراسة ترتبها: (واتساب، وفيسبوك، ماسنجر، و zoom، وتيليجرام، وسكايب، وانستجرام، وتطبيقات أخرى منها (تويتر – يوتيوب - zello لاين - جوجل دو - ووي نشات).

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة السابقة مقياساً عاماً لمستويات متابعة عينة الدراسة للأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية كما يلي:



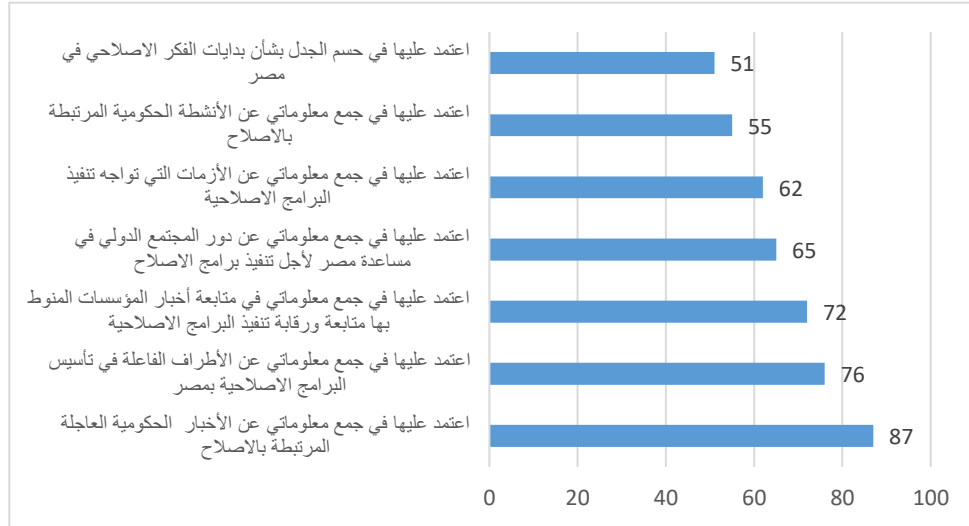
شكل بياني رقم (4) - مستويات متابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر وسائل الاعلام الرقمي

يتضح أن نسبة 58% من عينة الدراسة تنتم بمستويات المتابعة المرتفعة أو المكثفة للأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عامة وخاصة عبر الإعلام الرقمي، تلاه نسبة 32% من العينة تنتم بالمتابعة المتوسطة لهذه النوعية من الأخبار، وأخيراً نسبة 10% من عينة الدراسة من الشباب المصري تنبع بمستوى منخفض لهذه النوعية من الأخبار، وبالتالي كان متوسط المقياس العام لمتابعة عينة الدراسة لأخبار قضايا الإصلاح الحكومية بـ (69) درجة، وتتقارب النتائج السابقة مع ما توصلت له الباحثة من استعراضها للدراسات السابقة المتعلقة

بالاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة، بتفوق وسائل الإعلام الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية من حيث درجة اعتماد الشباب المصري عليها في المعرفة السياسية.

كان هناك تنوع في الرصيد العلمي العربي والأجنبي الذي يوصف العلاقة بين الإعلام السياسي وتأثيراته على المواطن، حيث حرصت بعض الدراسات على توصيف العلاقة بين الحكومة والمواطن عبر الإنترنت، وقدمتها دراسة **D.Dennis Linders** (2012)³⁹ بأنها لها ثلاثة أنماط هم من الحكومة للمواطن G2C ، من المواطن إلى الحكومة C2G، من المواطن إلى المواطن C2C مع عدم وجود الحكومة، وأوضحت دراسة **(Tanja Bosch، 2018)**⁽⁴⁰⁾ أن موقع الفيس بوك يعد واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية التي يمكنها تحسين المعرفة السياسية للمواطنين، واتفقت مع النتيجة السابقة دراسة **(هناء قيصران، 2017)**⁽⁴¹⁾ والتي أكدت على دور مواقع التواصل في تنمية الوعي والثقافة السياسية، والمساهمة في ترسيخ المعتقدات السياسية، كما أكدت دراسة **(أميمة أحمد رمضان، 2018)**⁽⁴²⁾ أن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التعرض للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري، ونجد أن المعرفة السياسية تعد أحد أبرز العوامل المؤثرة على مستويات المشاركة السياسية، فقد اتسمت عينة دراسة **(محمد نبيل الألفي، 2014)**⁽⁴³⁾ بمستوى مرتفع من المعرفة السياسية بنسبة 55%، تلاه مستوى متوسط بنسبة 40%، وتعد المعرفة السياسية من العوامل المؤثرة على الوعي السياسي.

4- طبيعة الاعتماد على الإعلام الرقمي في متابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح:

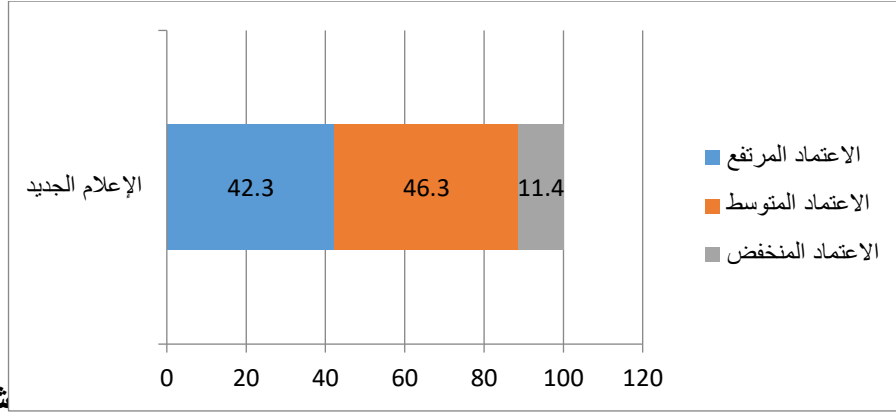


شكل رقم (5)- طبيعة الاعتماد على الإعلام الرقمي في متابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح

تكشف بيانات الشكل السابق عن أوزان اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في استقاء نوعية محددة من المعلومات المتعلقة بأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح، وقد جاء ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن الأخبار الحكومية العاجلة المرتبطة بالإصلاح، حيث أشار نسبة 72.7% من العينة إلى اعتمادهم على هذه الوسائل في جمع معلوماتهم في هذا الجانب بشكل كبير، وجاء في الترتيب الثاني ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن الأطراف الفاعلة في تأسيس البرامج الإصلاحية بمصر، حيث أشار نسبة 65% من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الشأن، ثم في الترتيب الثالث جاء ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في متابعة أخبار المؤسسات المنوط بها متابعة ورقابة تنفيذ البرامج الإصلاحية، حيث أشار نسبة 61.6% من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الجانب، وكان أقل مستوى اعتمادية على وسائل الإعلام الجديدة في حسم الجدول بشأن بدايات تاريخ الفكر الإصلاحي بمصر، حيث أشار نسبة 49% من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الشأن.

وبشكل عام يتضح من أوزان العبارات ارتفاع مستوى الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمي في الحصول على المعلومات السياسية، وهو ما يتفق مع ما توصله له دراسة عبد الرحمن أحمد الناصر (2015)⁽⁴⁴⁾ من حيث ارتفاع الاعتماد على تويتر للحصول على معلومات عن القضايا الداخلية للمملكة العربية السعودية والدول العربية، وكشفت دراسة Jeffrey Gahanna (2011)⁽⁴⁵⁾ أن للشبكات الاجتماعية دورها الهام في القيام بمهام الرقيب الاجتماعي والسياسي، وبالتالي يمكن القول ازدياد اعتماد الأفراد على هذه الوسائل الحرة المرنة في تكوين آرائهم واتجاهاتهم، كما توصلت دراسة سماح المحمدي (2019)⁽⁴⁶⁾ لانخفاض معدلات تعرض المبحوثين لصفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع الفيسبوك بشكل عام، لكن في نفس الوقت ارتفعت مستويات الاعتماد على هذه الصفحات كمصدر يتمتع بالمصداقية والتحديث المستمر لمتابعة أخبار وفعاليات وأنشطة المؤسسات الحكومية محل الدراسة، كما ارتفعت درجة الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه الصفحات.

وقامت الباحثة بتكوين مقياساً عاماً للاعتماد لاعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على معلومات المتعلقة بالأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح، وتبين ارتفاع اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة بوزن مرجح قيمته (58) درجة ويرجع ذلك للاعتماد الدائم في جمع المعلومات أياً كانت طبيعتها من وسائل الإعلام الجديد، حيث أن وسيلة الإنترنت تعد عالماً مفتوحاً ولا يوجد رقابة عليه، وتتنوع الأفكار والأيدولوجيات والقضايا والأخبار المعروضة عليها، والتي يمكن مطالعتها في أي وقت ومن أي مكان، ويوضح الرسم البياني مستويات الاعتماد الكلية على وسائل الاعلام الجديدة كما يلي:



شكل

بياني رقم (6)- يوضح مستويات الاعتماد الكلية على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية

تكشف بيانات الشكل السابق عن اعتماد عينة الدراسة من الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح، حيث ارتفع اعتماد عينة الدراسة في المتابعة عبرها بنسبة 42.3% في مقابل الاعتماد المتوسط بنسبة 46.3%، تلاه في الترتيب الثالث الاعتماد المنخفض بنسبة 11.4%، وتتفق النتائج مع الدراسات التي أكدت على تأثير وسائل الإعلام الاجتماعي والحياة السياسية، حيث أشارت لذلك نتائج دراسة (إيمان جمعة، 2016)⁽⁴⁷⁾، كما أكدت عليها نتائج دراسة (Homero Gil de Zúñiga, et al، 2016)⁽⁴⁸⁾ بأن الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير قوي على الإقناع السياسي، وتشكيل المواقف السياسية نحو الأحداث الجارية في المجتمع.

5- طبيعة الصور الذهنية التي ترسها وسائل الإعلام الجديدة عن الأخبار الحكومية المرتبطة بالقضايا الإصلاح:

جدول رقم (1) يوضح قدرة وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل صور عن جهود الحكومية المرتبطة بتفيذ البرامج الإصلاحية

وسائل الإعلام الجديدة	يرسم صورة حقيقية عن جهود الإصلاح		يرسم صورة شبه حقيقية عن خاطئة		صورة الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
	200	50	40	40	400	100

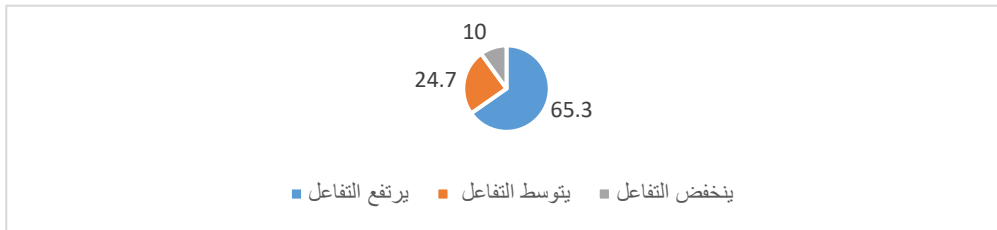
تكشف بيانات الجدول السابق أن وسائل الإعلام الجديدة ترسم صوراً حقيقية أو شبه حقيقية عن الجهود الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح بشكل حصده أغلب إجابات عينة الدراسة، في حين حصده رسم صورة خاطئة أقل إجابات على مستوى الصور التي تشكلها وسائل الإعلام الجديدة، وهو ما يدل على ارتفاع مصداقية وثقة عينة الدراسة في المنابر الإعلامية الجديدة، وربما يعزو ذلك وفقاً للنظرية بأنه كلما ارتفع معدل الاعتماد على وسائل الإعلام كلما كانت قادرة على إزالة الغموض في المعلومات وكذلك تقديم التفسيرات الصحيحة، حيث وفقاً لبيانات الجدول السابق فقد أشارت نسبة 50% من عينة الدراسة الميدانية إلى أن وسائل

الإعلام الجديدة ترسم صورة حقيقية عن الأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح تلاه رسم صورة شبه حقيقية عن هذه الجهود من قبل نسبة 40% منهم، وجاءت أقل نسبة وهي 10% من عينة الدراسة التي ترسم صورة خاطئة عن هذه الجهود.

ويتضح من نتائج الدراسة أن غالبية الصور المرسومة عن هذه الجهود الإصلاحية إيجابية بشكل كبير متمثلاً في أن هناك وعي ومسئولية من قبل القائمين على إدارة المواقع الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي على توضيح كافة المعلومات المرتبطة بجهود الإصلاح بكل شفافية ونزاهة ومصداقية، وربما تعزو هذه النتيجة لأن اعتماد العينة في المتابعة على الصفحات الرسمية أي الإعلام الرسمي الذي يهتم بأن يقدم صورة حقيقية عن الأنشطة والإنجازات الحكومية، أما عن الصور السلبية عنها في تتعلق في إطار الأطراف التي تؤثر على طبيعة استمرارية الجهود الإصلاحية، وهناك عدم وجود لمدى الدور الفعلي للأطراف المرتبطة والمؤثرة بالأزمات المعرقله لاستمرارية الجهود الإصلاحية دون توقفها.

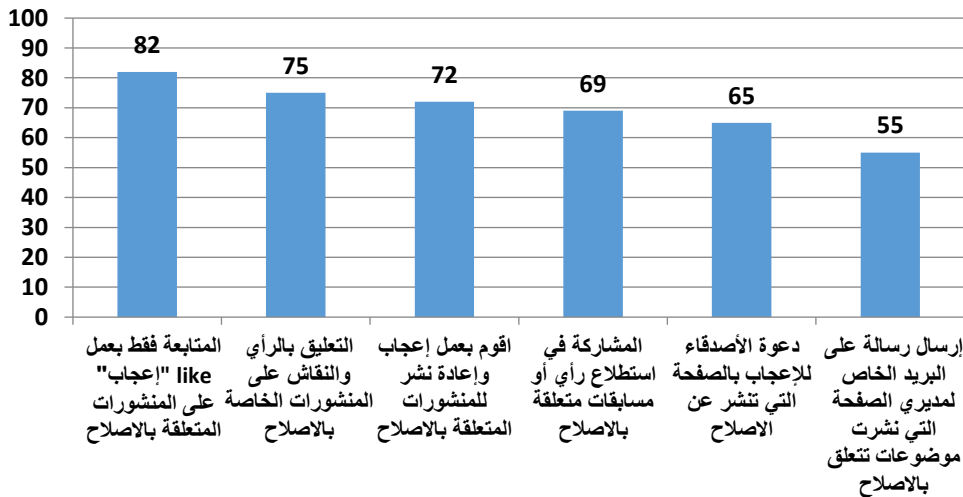
وتكشف النتائج السابقة عن وجود مستوى من المصداقية في أداء الحكومي سواء من خلال مطالعة الأخبار في الإعلام الرسمي أو الإعلام الأخباري، وهو ما يتقارب مع ما توصلت له دراسة Elaine Larsen & Lee Rainie (2002) بأن مستخدمي المواقع الحكومية عبر الانترنت لديهم اتجاهات إيجابية أكثر وترتفع درجة ثقتهم في أداء الحكومة مقارنة بغير المستخدمين لها⁴⁹، وفسرت دراسة Caroline J. Tolbert & Karen Mossberger (2006) ذلك في ضوء تنوع أشكال التفاعل التي يتيحها الموقع الإلكتروني للحكومة أثر إيجابيا على إدراكات المواطنين ومن ثم ارتفعت درجة الثقة في الحكومة،⁵⁰ كما استفادت الحكومات من منصات التواصل الاجتماعي لتوصيل خدمات أفضل للمواطنين وتحويل هذه المنصات لمنابر سياسية مفتوحة مع الجمهور مما يترتب عليه تحقيق المشاركة والتكامل بين الحكومة والمواطنين، ومحاولة القضاء على البيروقراطية والروتين والصورة النمطية للحكومة، فالإعلام الرقمي يعمل على تحويل المؤسسات الحكومية لتصبح منظمات حيوية ومتحركة وفاعلة وأكثر كفاءة في تعاملاتها مع المواطنين.⁵¹

6- أشكال تفاعل عينة الدراسة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الإصلاح الحكومي: تم إعداد مقياساً عاماً لتقييم مستوى تفاعل عينة الدراسة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الإصلاح الحكومي، والذي كانت مستوياته كما يلي:



شكل رقم (7) - مقياس عام لتقييم مستوى تفاعل عينة الدراسة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة أخبار الإصلاح الحكومي

يكشف الشكل السابق عن أن نسبة 65.3% من عينة الدراسة يرتفع تفاعلها مع منشورات الإصلاح في مقابل نسبة 24.7% من العينة يتوسط لديهم هذا التفاعل، وجاء نسبة 10% ينخفض هذا التفاعل، لذا جاء الوزن النسبي لإجابات عينة الدراسة على عبارات المقياس مرتفعاً بقيمة (69.6) درجة، أما عن العبارات التي إعدادها لقياس هذا التفاعل فكانت إجاباتهم عليها كما يوضحه الشكل التالي:



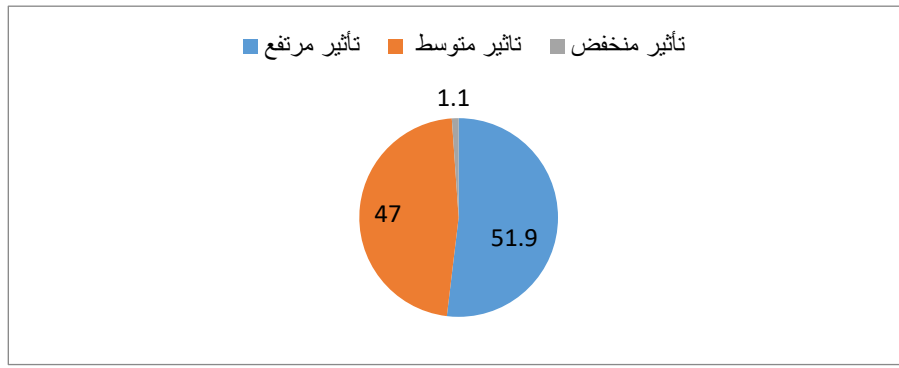
شكل رقم (8) - أشكال تفاعل عينة الدراسة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع منشورات المتعلقة بقضايا الإصلاح

يكشف الشكل السابق عن تنوع أشكال تفاعل عينة الدراسة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع منشورات الإصلاح الحكومي والتي تبث على الصفحات الرسمية أو الإخبارية أو العامة، وإن جاء في المقدمة المتابعة فقط بعمل like "إعجاب" بوزن 82 درجة، ثم التعليق بالرأي والنقاش بوزن 75 درجة، ثم القيام بعمل إعجاب وإعادة نشر بوزن 72 درجة، ثم المشاركة في استطلاع رأي أو مسابقات بوزن 69 درجة، ثم دعوة الأصدقاء للإعجاب بالصفحة التي تنشر عن الإصلاح بوزن 65 درجة، ثم إرسال رسالة على البريد الخاص لمديري الصفحة التي نشرت موضوعات تتعلق بالإصلاح بوزن 55 درجة، وهي النتائج التي تتفق مع ما توصلت له دراسة (وفاء محمد إبراهيم، 2020)⁵² أن مواقع التواصل الاجتماعي يزداد انجذابهم لها لما تتيحه هذه المواقع من وسائل تفاعلية تزامنية وغير تزامنية متعددة مثل: البريد الإلكتروني مواقع المحادثة/غرف الدردشة، المدونات، منتديات النقاش، خدمة متابعة الرسائل الإخبارية، RSS تقييم المحتوى (أعجبنى/ لا أعجبنى)، التعليقات، المشاركات، الروابط، خدمات المساعدات، الأرشيف... الخ. والتي نقلت المستخدم من متلقي سلبي إلى متلقي نشط يقيم ويعلق ويشارك في المحتوى، بل أصبح صانعاً للمحتوى متحكماً به، وكذلك دراسة Hisham M.Abdelsalam (2013)⁵³ حول فاعلية الصفحات الرسمية للحكومة المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي وتوصلت أن

الإستخدام الرئيسي لمواقع التواصل الاجتماعي هو نشر المعلومات واتسم الاتصال بأنه أحادي الاتجاه، وانخفض الاهتمام بالرد على التعليقات، كما انخفض مستوى التفاعل مع المنشورات وتركز بشكل أساسي على تسجيل الإعجاب بالمنشورات فقط، كما أشارت دراسة **Muhd Nadzir** وآخرون (2019)⁵⁴ أن الإعجاب هو أكثر أشكال التفاعل انتشاراً بين المواطنين عبر الصفحات الرسمية علي الفيسبوك، في حين انخفضت أشكال التفاعل الأخرى، كما أشارت دراسة **Sultana Lubna Alam** (2016)⁵⁵ أن الإعجاب بالمنشور يعد أكثر أشكال التفاعل مع المنشورات، أما التعليق فهو الأقل.

6-تأثير وسائل الإعلام الجديدة في متابعة أخبار وقضايا الاصلاح:

كشفت التحليل الإحصائي عن ارتفاع التأثيرات التي تحققت للشباب المصري نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في متابعته لأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الاصلاح، وجاء نتيجة المقياس العام لتأثيرات الاعتماد الذي أعدته الباحثة من إجابات عينة الدراسة على العبارات على العبارات التي تقيس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بـ 65 درجة، حيث ارتفاع تأثير اعتماد الشباب المصري على الوسائل الجديدة في متابعة أخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الاصلاح، ويوضح الرسم البياني التالي مستويات التأثير الكلي وكذلك تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة.

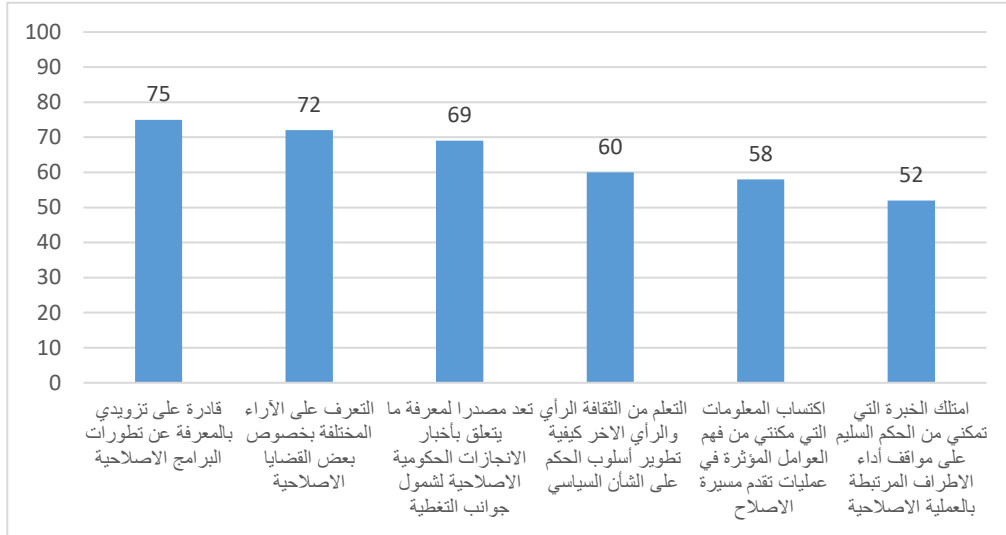


شكل بياني رقم (9)- يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة في متابعة أخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الاصلاح

وعن تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة على مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، فكانت النتائج كما يلي:

التأثيرات المعرفية: **Cognitive Effect**: وهي تعني تلك التأثيرات التي تؤثر على السلوك بشكل صريح وواضح، وتتمثل في مجالات عديدة، هي: تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة، كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الاتجاهات، وفي تحديد وترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام، بالإضافة

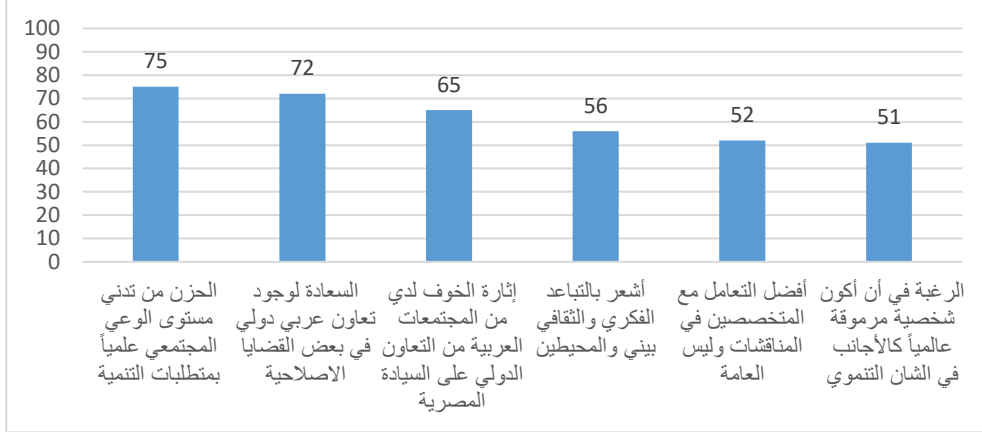
إلى التأثير على نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمهم، وقد تم قياس التأثيرات المعرفية، من خلال قياس اتجاهات عينة الدراسة نحو مجموعة من العبارات تعبر عن الأثر المعرفي، وحساب الوزن النسبي لها، وكانت النتائج على النحو التالي:



شكل بياني رقم (10)- يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة معرفيا على الشباب في متابعة قضايا الاصلاح

ويتضح من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي تقيس التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة بخصوص أخبار الحكومية عن قضايا الاصلاح مقياساً عاماً، وتبين ارتفاع تأثيرات اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديدة معرفيا بدرجة (64.4)، حيث جاء في المقدمة نسبة 68.1% التي يرتفع لديها التأثير المعرفي تلاه نسبة 27% يتوسط لها التأثير المعرفي، وأخيرا جاء نسبة 4.9% التي ينخفض المستوى التأثير المعرفي لديها.

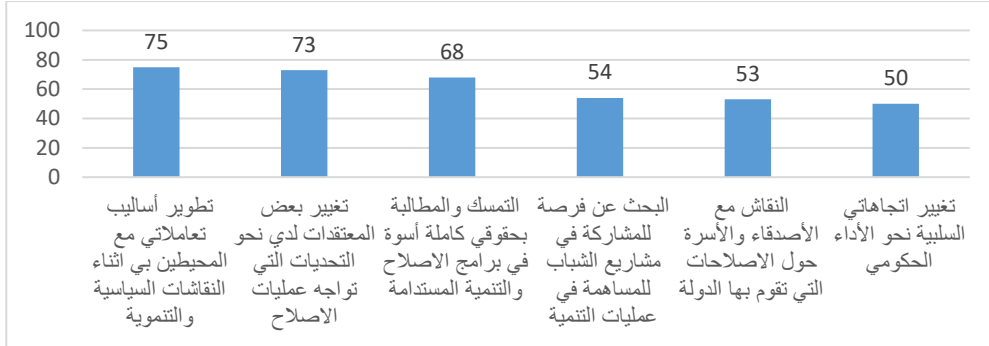
التأثيرات الوجدانية: Affective Effect : وهي تعني تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكراهية، وغيرها، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة هذه التأثيرات الفتور العاطفي، والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتراب، وقد تم قياس التأثيرات الوجدانية، من خلال قياس اتجاهات عينة الدراسة نحو مجموعة من العبارات تعبر عن الأثر الوجداني، وحساب الوزن النسبي لها، وكانت النتائج على النحو التالي:



شكل بياني رقم (11)- يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة الوجدانية على الشباب في متابعة قضايا الإصلاح

ويتضح من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي تقيس التأثيرات الوجدانية لاعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة بخصوص أخبار الحكومية عن قضايا الإصلاح مقياساً عاماً، وتبين ارتفاع تأثيرات اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديدة وجدانياً بدرجة (61.8)، حيث جاء في المقدمة نسبة 61% التي يرتفع لديها التأثير الوجداني تلاه نسبة 28% يتوسط لها التأثير الوجداني، وأخيراً جاء نسبة 11% التي ينخفض المستوى التأثير الوجداني لديها.

التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect : وهي تعني التغيير في الاتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الجميع، حيث تؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح، وقد حصر ميلفن ديفلير وركيتش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما: التنشيط والخمول ، وقد تم قياس التأثيرات السلوكية، من خلال قياس اتجاهات عينة الدراسة نحو مجموعة من العبارات تعبر عن الأثر السلوكي، وحساب الوزن النسبي لها، وكانت النتائج على النحو التالي:



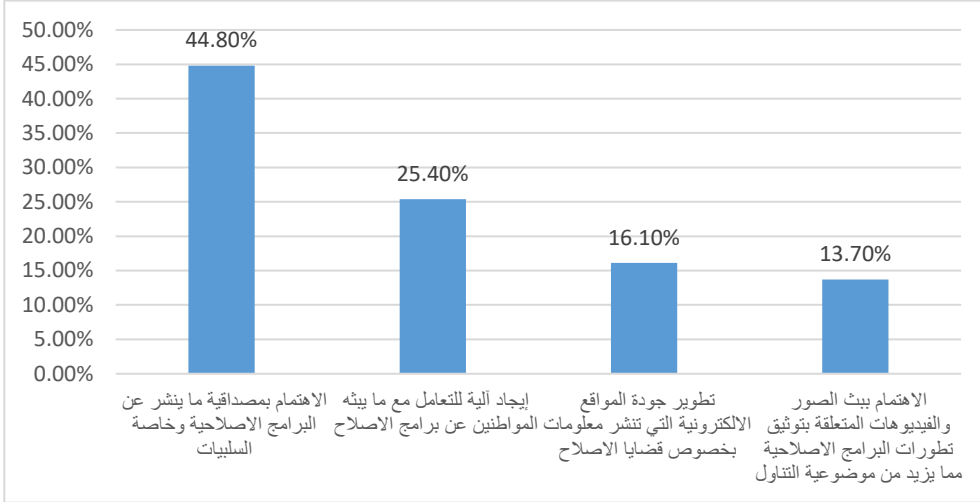
شكل بياني رقم (12)- يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة السلوكية على الشباب في متابعة قضايا الإصلاح

ويتضح من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي تقيس التأثيرات الوجدانية لاعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة بخصوص أخبار الحكومية عن قضايا الإصلاح مقياساً عاماً، وتبين ارتفاع تأثيرات اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديدة وجدانياً بدرجة (62.2)، حيث جاء في المقدمة نسبة 62% التي يرتفع لديها التأثير السلوكي تلاه نسبة 29% يتوسط لها التأثير السلوكي، وأخيراً جاء نسبة 10% التي ينخفض المستوى التأثير السلوكي لديها.

وقد توصلت العديد من الدراسات لوجود تأثيرات سلوكية لإعلام الجديد على الجمهور، وتمثل في المشاركة السياسية، ثقافة تنظيم الاعتصامات، والديموقراطية السياسية، من بين تلك الدراسات دراسة (Alberto Ardèvol-Abreu et al، 2018) (56) التي أوضحت ان إنتاج أخبار المواطن يعد مؤشراً إيجابياً للمشاركة غير المباشرة عبر الإنترنت، ويعد داعم فعال للديموقراطية، وجاءت دراسة (بسمة على يحيى، 2017) (57) تؤكد أن هناك تأثير لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة على اتجاهات الشباب المصريين، وعن درجةفاعلية وسائل الإعلام الجديدة على سلوك أثبتت الدراسة أن هناك التفاعلية أكثر إيجابية، كما اتضح من دراسة (نورهان حسن، 2017) (58) أن هناك علاقة بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وبين مشاركتهم السياسية، ودراسة (Joanne Waitoa، 2016) (59) أكدت أن التعرض للمناقشات المختلفة والمتنوعة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لديها فوائد عظيمة على المناقشات السياسية للأفراد، كما أنها تؤدي إلى تحسين للخطاب الديمقراطي، وأوضحت دراسة (هشام رشدي، 2013) (60) أن هناك علاقة تربط بين تعرض الشباب الجامعي للإنترنت وبين المشاركة السياسية، كما أثبتت دراسة (ياسمين إبراهيم، 2014) (61) على أن هناك علاقة طردية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحقيق المشاركة السياسية، أما دراسة (Homero Gil & et al، 2014) (62) فأشاروا إلى أن هناك تأثير لعمليات التفاعل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على التعبير السياسي عبر الإنترنت بشكل مباشر، ولكن ليس لها تأثير على المشاركة السياسية الشعبية، لكن دراسة (Alex Afouxenidis، 2014) (63) اختلفت مع نتائج الدراسات

السابقة؛ حيث أكدت نتائجها على عدم وجود علاقة بين التعرض للإنترنت واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين المشاركة السياسية للأفراد، مشيرةً إلى أن المعتقدات السياسية الذاتية للأفراد هي التي لها علاقة بمشاركتهم السياسية.

7-مقترحات تطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام الجديدة لقضايا الإصلاح:



شكل رقم (13)- يوضح ملاحظات عينة الدراسة لتطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام الجديدة لقضايا الإصلاح

تكشف بيانات الجدول السابق عن تأكيد عينة الدراسة من الشباب المصري على أهمية مراعاة المصداقية مع ما ينشر عن البرامج الإصلاحية خاصة السلبيات بوسائل الإعلام الجديدة، وهو الأمر الذي يتفق مع رؤيتهم بما يقرب ثلث العينة أيضاً لأهمية مراعاة هذه المصداقية في التناول الإعلامي عبر وسائل الإعلام الجديدة، وأنها من المميزات التي دفعت لثقة العينة بها، كما أشارت عينة الدراسة بنسبة 25.4% لأهمية إيجاد آلية للتعامل مع ما يبثه المواطنين عن برامج الإصلاح، تلاه نسبة 16.1% من عينة الدراسة التي ترى أهمية تطوير جودة المواقع الإلكترونية التي تنشر معلومات بخصوص قضايا الإصلاح وأخيراً جاءت نسبة 13.7% من العينة توصي بالاهتمام ببيت الصور والفيديوهات المتعلقة بتوثيق تطورات البرامج الإصلاحية مما يزيد من موضوعية التناول.

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

– **الفرض الرئيسي الأول:** تأثير مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها.

ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (1) نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس تأثير مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)

المتغير المستقل	R ² معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير التابع	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
التأثيرات الاتصالية	0.345	27.1	0.0001	الثابت (Constant)	42.561	0.0001
				مستوى الاهتمام	.545	0.0001

- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها، وبلغ معامل التحديد (R² = 0.345)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (مستوى الاهتمام) يفسر حوالي 34.5% من التغييرات التي تحدث على تحقق التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية)، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.0001)، وكانت قيمة F (27.1)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 42.561 + (0.545) * \text{الصفحات}$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع مستوى اهتمام عينة الدراسة بمتابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى ارتفاع حدوث التأثيرات الاتصالية من التعرض لهذه الوسيلة بمقدار (B=.545)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.419) وذلك عند مستوى معنوية (0.0001)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة كلما ارتفع لديها مستوى التفاعل مع هذه الوسيلة يدل ذلك على زيادة احتمالية حدوث التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) من التعرض لهذه الوسيلة.

- **الفرض الرئيسي الثاني:** تأثير مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية المختلفة في متابعة أخبار الإصلاح على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها.

ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (2) نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس تأثير مستوى الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمية المختلفة بمتابعة أخبار الإصلاح على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها (المعرفية- الوجدانية- السلوكية)

المتغير المستقل	R ² معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير التابع	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
التأثيرات الاتصالية	0.445	29.5	0.00000	الثابت (Constant)	.57045	0.0001
				الاعتماد	456.	0.0000

- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير اعتماد عينة الدراسة على وسائل الاعلام الرقمية لمتابعة أخبار الاصلاح على حدوث التأثيرات الاتصالية من التعرض لهذه الوسيلة ، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.445$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (مستوى الاعتماد) يفسر حوالي 44.5% من التغييرات التي تحدث على تحقق التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية)، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.0000)، وكانت قيمة ف (29.5)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 45.75 + (0.645) * \text{الصفحات}$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الاعلام الرقمية لمتابعة أخبار الاصلاح بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى ارتفاع حدوث التأثيرات الاتصالية من التعرض لهذه الوسيلة بمقدار (B=0.645)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.559) وذلك عند مستوى معنوية (00.000)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة كلما ارتفع لديها مستوى اعتماد يدل ذلك على زيادة احتمالية حدوث التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) من التعرض لهذه الوسيلة.

- **الفرض الرئيسي الثالث:** تأثير اتجاهات عينة الدراسة نحو أخبار الاصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها.

- ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (3) تأثير اتجاهات عينة الدراسة نحو أخبار الاصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها

المتغير التابع	R ² معامل التحديد	قيمة F	SIG معنوية النموذج	المتغير المستقل	B معامل الانحدار	SIG معنوية المتغير
التأثيرات الاتصالية	0.26	4.89	0.028	الثابت (Constant)	74.411	0.0001
				الاتجاهات	0.51	0.028

- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير الاتجاهات التي تشكلت لدى عينة الدراسة عن أخبار الاصلاح نتيجة متابعتها على وسائل الاعلام الرقمية على حدوث التأثيرات لاتصالية من التعرض لهذه الوسيلة، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.26$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (الاتجاهات) يفسر حوالي 26% من التغييرات التي تحدث على تحقق التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية)، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من 0.05، وبلغت قيمتها (0.028)، وكانت قيمة ف (4.89)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

التأثيرات الاتصالية للتعرض لهذه الصفحات * (0.51) + 74.411 = Y

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع الاتجاه الإيجابي لدى عينة الدراسة نحو متابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الاعلام الرقمية بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى ارتفاع حدوث التأثيرات الاتصالية من التعرض لهذه الوسيلة بمقدار (B=.51)، وباستخدام تحليل الارتباط بيرسون تبين وجود علاقة طردية قوية بين كلا المتغيرين حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.51) وذلك عند مستوى معنوية (0.028) وهو ما يعني أن عينة الدراسة كلما ارتفع لديها الاتجاه الايجابي يدل ذلك على زيادة احتمالية حدوث التأثيرات الاتصالية (المعرفية، الوجدانية، السلوكية) من التعرض لهذه الوسيلة.

الخلاصة والتوصيات:

تكشف نتائج التحليل الاحصائي عن أن نسبة 40% من عينة الدراسة تهتم بمتابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر وسائل الإعلام عامة بشكل دائم، وأن عينة الدراسة تحرص على متابعة الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر المواقع الالكترونية الرسمية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي في الصدارة وبعدها المتابعة عبر المواقع الاخبارية الالكترونية ايا كانت طبيعتها والتطبيقات الرقمية المتخصصة، وكان متوسط المقياس العام لمتابعة عينة الدراسة لأخبار قضايا الإصلاح الحكومية بـ (69) درجة.

وجاء ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن الأخبار الحكومية العاجلة المرتبطة بالإصلاح، ثم ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن الأطراف الفاعلة في تأسيس البرامج الإصلاحية بمصر، ثم جاء ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في متابعة أخبار المؤسسات المنوط بها متابعة ورقابة تنفيذ البرامج الإصلاحية، وبشكل عام يتضح ارتفاع مستوى الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمي في الحصول على المعلومات السياسية، وكان قيمة مقياس اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة بوزن مرجح قيمته (58) درجة ويرجع ذلك للاعتماد الدائم في جمع المعلومات أيا كانت طبيعتها من وسائل الإعلام الجديد، حيث أن وسيلة الإنترنت تعد عالماً مفتوحاً ولا يوجد رقابة عليه، وتتنوع الأفكار والأيدولوجيات والقضايا والأخبار المعروضة عليها، والتي يمكن مطالعتها في أي وقت ومن أي مكان.

وتبين أن وسائل الإعلام الجديدة ترسم صوراً حقيقية أو شبه حقيقية عن الجهود الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح بشكل حصد أغلب إجابات عينة الدراسة، في حين حصد رسم صورة خاطئة أقل الإجابات على مستوى الصور التي تشكلها وسائل الإعلام الجديدة، وهو ما يدل على ارتفاع مصداقية وثقة عينة الدراسة في المنابر الإعلامية الجديدة، وهو ما يدل على أن غالبية الصور المرسومة عن هذه الجهود الإصلاحية إيجابية بشكل كبير متمثلاً في أن هناك وعي ومسئولية من قبل القائمين على إدارة المواقع الالكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي على توضيح كافة المعلومات المرتبطة بجهود الإصلاح بكل شفافية ونزاهة ومصداقية، وربما تعزو هذه النتيجة لأن اعتماد العينة في المتابعة على

الصفحات الرسمية أي الإعلام الرسمي الذي يهتم بأن يقدم صورة حقيقية عن الأنشطة والإنجازات الحكومية، أما عن الصور السلبية عنها في تتعلق في إطار الأطراف التي تؤثر على طبيعة استمرارية الجهود الإصلاحية، وهناك عدم وجود لمدى الدور الفعلي للأطراف المرتبطة والمؤثرة بالأزمات المعرقة لاستمرارية الجهود الإصلاحية دون توقفها.

كشفت التحليل الإحصائي عن ارتفاع التأثيرات التي تحققت للشباب المصري نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في متابعته لأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح، وجاء نتيجة المقياس العام لتأثيرات الاعتماد الذي أعدته الباحثة من إجابات عينة الدراسة على العبارات على العبارات التي تقيس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بـ 65 درجة، حيث ارتفاع تأثير اعتماد الشباب المصري على الوسائل الجديدة في متابعة أخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح، وقد تبين ارتفاع تأثيرات اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديدة معرفياً بدرجة (64.4)، وارتفاع تأثيرات اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديدة وجدانياً بدرجة (61.8)، وارتفاع تأثيرات اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الجديدة سلوكياً بدرجة (62.2).

وقد كشفت فروض الدراسة عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير مستوى الاهتمام بمتابعة أخبار الإصلاح عبر وسائل الإعلام الرقمية على إحداث التأثيرات الاتصالية لمتابعتها، وكذلك وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الرقمية لمتابعة أخبار الإصلاح على حدوث التأثيرات الاتصالية من التعرض لهذه الوسيلة، وأخيراً وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير الاتجاهات التي تشكلت لدى عينة الدراسة عن أخبار الإصلاح نتيجة متابعتها على وسائل الإعلام الرقمية على حدوث التأثيرات الاتصالية من التعرض لهذه الوسيلة.

لذا تقترح الباحثة في ضوء نتائج التي توصلت لها دراستها واتفاقها مع نتائج الدراسات السابقة، والاختلاف، ونظرية الاعتماد إلى ما يلي:

1 إجراء العديد من الدراسات الميدانية للتعرف على تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة بكافة أنواعها ما بين مواقع التواصل الاجتماعي بكافة منصاتهما والمواقع الالكترونية على كافة المراحل العمرية للجمهور المصري حيث أن دراسة تركيز الدراسات يكون بشكل أكبر متوجه نحو الشباب فضلاً عن تنوع الدراسات النوعية الذي يساعد في إعطاء صورة متكاملة عن تفاعل الجمهور المصري كمستفيد أول من الأخبار التي تنشرها صفحات الرسمية والإخبارية عن الأداء الحكومي وارتباطه بقضاياها والتي كانت هنا قضايا الإصلاح وبالتالي يتطلب ذلك اكتساب القدرة من قبل القائمين بالاتصال على تحقيق التواصل الفعال مع الجمهور لتوصيل رسالة الحكومة أياً كان مجالها له بكل وضوح، خاصة أن الاتصال عبر الإعلام الرقمي من الأساس هو اتصال ثنائي تفاعلي.

2 إجراء الدراسات التحليلية للتعرف على ما يبث على المواقع الالكترونية العامة والإخبارية والرسمية وكذلك صفحات مواقع التواصل الاجتماعي العربية والأجنبية عن القضايا الحكومية بمختلف أنواعها، وإعداد المقارنات بين ما ينشر محلياً وعربياً وإقليمياً

ودوليا عن الأداء الحكومي، وهو الذي سيساعد في إمكانية صياغة خطاب إعلامي مستنير يوضح الرؤية المصرية.

3 إجراء الدراسات التحليلية للتعرف على تعليقات الجمهور المصري على ما يبث في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي المصرية والعربية والأجنبية، وكذلك المواقع الالكترونية المصرية والعربية والأجنبية عن الأداء الحكومي وهو الأمر الذي يعد ضروريا خاصة في أوقات الأزمات للتعرف على توجهات الرأي العام والآراء التي يمكن بثها لهدم استقرار الدولة.

مراجع الدراسة

- (1) فاتن عبد الرحمن الطنباري، علاقة إطلاع المراهقين علي الصحف، في: مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد العشرون، أكتوبر 2003، ص 217
- (2) فاطمة الزهراء عبد الفتاح إبراهيم، "العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010)، ص 7.
- (3) حسنين شفيق. مواقع التواصل الاجتماعي: أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية. ط1(القاهرة: دار فكر وفن، 2014). ص 33
- (4) محمد العايش و آخرون، الاتصال الحكومي: أفضل الممارسات للجهات الفائزة بجائزة الشارقة للاتصال الحكومي في 2013 إلي 2016 ، الإمارات العربية المتحدة، مكتب الاتصال الحكومي لحكومة الشارقة، 2017.
- (5) Christian Sonnenberg , " E-Government and Social Media The impact on accessibility ", Journal of Disability policy studies, March , 2020, VOL.4-NO.5
- (6) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (سبتمبر 2017) الكتاب الإحصائي السنوي.
- (7) تقديرات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء لعام 2021 عن مجتمع المعلومات 2020-2021.
- (8) <http://www.alexa.com/topsites/countries/EG>. accessed in: 30/12/2020
- (9) الدراسات في هذا السياق:
- أميرة إسماعيل خالد (2017) " دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون).
- محمد فتحي توفيق الصانع (2015) " استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب YouTube والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- هشام سعيد فتحي عمر البرجي(2015) "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).
- دعاء حامد الغوابي(2014) دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المرأة المصرية لحقوقها: دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي الدولي العشرون بعنوان "مستقبل الإعلام المصري في ظل الدستور 2014"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 22-23 يونيو، ص 279: 351.
- خالد عبده (2014) "علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الانترنت" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون).

– مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار (2010) "الإعلام الإلكتروني في مصر.. الواقع والتحديات"، تقرير شهري يصدر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار- مجلس الوزراء المصري، السنة الرابعة، العدد 38، ص 4.

(10) آلاء فوزي السيد عبد اللطيف، قضايا بناء الدولة في الخطاب الرئاسي وعلاقتها بأجندة الإعلام والجمهور. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والاعلان، 2020).

(11) إسراء محمد الزيني ، أطر التغطية الخيرية للشئون البرلمانية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو مجلس النواب. رسالة الدكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2020).

(12) مروة محمد على، محددات بناء وتشكيل التداولية للخطاب الصحفي المتعلق بقضايا الإصلاح السياسي والاقتصادي داخل خطابات رؤساء الدولة في الصحف المصرية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2019).

(13) زيزيت إبراهيم ، أطر المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2017).

(14) إيناس محمد مسعد ، أطر معالجة موقعي (الأهرام الإلكتروني والجزيرة نت) لقضية الانتخابات البرلمانية 2011 رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2017).

(15) سامح حسانين، التغطية الصحفية للانتخابات البرلمانية في الصحافة المصرية خلال عامي 2011-2012. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2017).

(16) ميادة محمد صادق، تأثير العلاقات العربية على المعالجة الصحفية لقضايا الصراع السياسي في مصر عقب ثورة 30 يونيو 2013". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2017).

(17) أميرة محمد محمد سيد ، دور المواقع الإلكترونية في التسويق السياسي للأحزاب المصرية لدى الجمهور رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2011).

(18) أميمة أحمد رمضان محمد، تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2018).

(19) (ولاء إبراهيم عبد الحميد، دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو القضايا المجتمعية عقب 25 يناير. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2018).

(20) أميرة إسماعيل خالد إسماعيل، دوافع استخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2017).

- (21) ريم الجابري أحمد العزب، العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة 2017).
- (22) جميلة عبد الونيس محمد على، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ميول العنف لدى الشباب الجامعي الليبي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة 2017).
- (23) آلاء عادل عيد على " تعرض الشباب الجامعي للإرهاب الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم للإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة 2016).
- (24) إيمان جمعة رمضان " دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين" رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة 2016).
- (25) Stephen W.Litteljohn, Theories of Mass Communication, (united Kingdom:Wadsworth,2002) p14.
- (26) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)، ص 303.
- (27) Stephen W.Litteljohn. Op.Cit. 2002. p:325
- (28) مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، 2009). ص 136-142.
- (29) عاطف عدلي العبد عبيد، الرأي العام وطرق قياسه: الأسس النظرية، والمنهجية، والنماذج التطبيقية، والتدريبات العملية، ط 3 (القاهرة: دار الفكر العربي، 2000)، ص 177.
- (30) فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها، ط 1 (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001)، ص 134.
- (31) سارة محمود محمد عبد اللطيف. منصة التواصل الاجتماعي تويتر والنخبة السياسية في مصر. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية. قسم الاجتماع. شعبة الإعلام. 2018).
- (32) أحمد فاروق رضوان، القواعد القانونية والأخلاقية للاتصال الحكومي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدولة الإمارات العربية المتحدة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد 17، يونيو 2017، ص ص 1-14.
- (33) بسمة على يحيى. الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2017).

- 34) (جيهان أشرف إبراهيم محمد. تعرض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليهم: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية الآداب. قسم الإعلام. 2020)
- 35) (إناس منصور كامل شرف. اعتماد طلاب أقسام الإعلام التربوي على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار (دراسة ميدانية). مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 56. الجزء الثالث. 2021.
- (36) Ali Erarslan, Instagram as an Education Platform for EFL Learners, TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, July 2019.
- 37) (راشد صلاح الدين راشد. دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية "دراسة ميدانية". مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 56. الجزء الثالث. 2021.
- 38) (مروى عبد اللطيف محمد عبد العزيز. استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافي لديهم- دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. المجلد رقم 55. الجزء السادس. 2020.
- (39) D.Dennis Linders , " From e- Government to we Government : defining a typology for citizen coproduction in the age of social media " , Government information quarterly, 29 ,4,oct . 2012 – pp446-454
- (40) Tanja Bosch (2108) " Digital Media and Political Citizenship: Facebook and Politics in South Africa". Perspectives on Political Communication in Africa. Pp 145-158.
- (41) هناء قيصران (2017) " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية -دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ ثانوية شكري محمد ببلدية طوالة- " في: مجلة الفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير بسكرة ، العدد السادس عشر، دسمبر، ص ص 346: 368.
- (42) أميمة أحمد رمضان . مرجع سابق. (2018) "
- (43) محمد نبيل الألفي. إدماج الشباب في الحكم من خلال تفعيل مشاركتهم بالعملات الانتخابية المختلفة: دراسة ميدانية. في: المؤتمر السنوي الأول لشباب الباحثين بعنوان "رؤية شباب الباحثين لمستقبل مصر". المركز العربي للبحوث والدراسات. وزارة الشباب والرياضة. 13-14 ديسمبر 2014.
- (44) عبد الرحمن أحمد الناصر. اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015).

(45) Jeffery Ghannam, social media in the Arab world, Center for international media association. A Report to the Center for International Media Assistance, February 3, 2011.

(46) (سماح محمد محمدى، اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك – دراسته ميدانية"، مجلة الرأى العام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد ، أبريل 2019، ص ص

(47) إيمان السيد جمعة (2016) "دور المواقع الاجتماعية فى تنمية الوعى السياسى والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية" رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوى) ص ص348-362.

(48) Trevor Diehl ·Brian E Weeks ·Homero Gil de Zúñiga." Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction". New Media & Society, 2016, Vol. 18(9) pp.1875–1895.

(49) Elaine Larsen and Lee Rainie. 2002. The Rise of the E-Citizen: How People Use Government Agencies' Web Sites (Pew Internet and American Life Project) www.pewinternet.org/reports/pdfs/pip_govt_website_rpt.pdf

(50) Caroline J. Tolbert & Karen Mossberger, "Effects of E-Government on Trust and Confidence in Government", Public Administration Review • May | June 2006

(51) Hisham M. Abdelsalam, et.al., "Social media in Egyptian government websites, presence, usage and effectiveness", Government Information Quarterly, 2013, 30, P.P.406-416. (406)

(52) وفاء محمد إبراهيم الشرفاوي. استخدام الوسائل التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2020)

(53) Hisham M. Abdelsalam , et al . "Social Media in Egyptian government websites : presence , usage and effectiveness", Government Information Quarterly, 30, 2013 406-416

(54) Muhd Nadzir, et. al. , Social media engagement on Malaysian government agencies Facebook pages: an empirical analysis, In: IEEE Jordan International Joint Conference on Electrical Engineering and Information Technology (JEEIT), 9-11 April 2019, Amman, Jordan, Jordan.

(55) Sultana Lubna Alam ,” Empirical analysis of posts & interactions: A case of Australian government Face book pages” Pacific Journal of the Association for information systems, vol 8 , No4, Dec. 2016, pp.91-100

(56) Alberto Ardèvol-Abreu, Catherine M Hooker, Homero Gil de Zúñiga (May2018)" Online news creation, trust in the media, and political participation: Direct and moderating effects over time". The Sage Journals, Vol. 19, Pp 577–594.

(57) بسمة على يحيى(2017) "الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام).

(58) نورهان رجب أحمد حسن (2017) "تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون).

(59) Joanne Waitoa, Regina Scheyvens, Te Rina Warren,(2016) " Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction". New Media & Mociety, Vol. 18(9)pp 1875–1895.

(60) هشام رشدي محمود علي خير الله (2013) "معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب الجامعي"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام).

(61) ياسمين محمد إبراهيم(2014)"الاتصال التفاعلي من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها برأس المال الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان).

(62) Homero Gil De Zuniga, Logan Molyneux & Pei Zheng.(2014) “Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships”. journal of communication, August, Vol,64, Issue 4,pp 612–634.

(63) Alex Afouxenidis(2014)”Social Media and Political Participation: An Investigation of Small Scale Activism in Greece Advances in Applied Sociology, Vol.4, No.1, pp1-4 online: (<http://www.scirp.org/journal/aasoci>)