

## تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر

د. محمد جاد المولى حافظ عويس<sup>(\*)</sup>

### مقدمة:

تعتبر دراسات إعلام الموبايل من المجالات البحثية الحديثة التي نالت اهتمام كثير من الباحثين في السنوات القليلة الماضية، وفي ظل الزيادة المضطردة لمستخدمي الهواتف الذكية تحظى دراسات إعلام الموبايل أو الإعلام المتحرك Mobile Media بأهمية كبيرة في مجال الاتصال السياسي وتشكيل الرأي العام، ومع تزايد استخدام الأجهزة الاتصالية المحمولة Mobile Communication devices، بدأ كثير من الباحثين الغربيين في استكشاف تأثيرات إعلام الموبايل على الديمقراطية والمشاركة السياسية والمدنية للأفراد، وكان دافعهم لذلك هو ثراء إمكاناته ووظائفه الاتصالية والإعلامية المؤثرة على مختلف نواحي الحياة.

وقد أتاحت تكنولوجيا إعلام الموبايل قنوات جديدة للتواصل بين الحكومات والشعوب، ووفرت منافذ متعددة للوصول إلى المعلومات ونشرها وتداولها على الوسيط الشبكي. ولم يسبق لأي تكنولوجيا عبر التاريخ الاتصالي أن وصلت إلى أيدٍ كثيرة في دول العالم في فترة زمنية قصيرة كما فعلت تكنولوجيا الاتصال المحمول، الأمر الذي اعتبره كثيرون موجة جديدة من ديمقراطية الاتصال Communication Democracy.

ويمثل كشف شركة آبل الأمريكية عن هاتفها المحمول أي فون iPhone في يونيو ٢٠٠٧ باكورة الهواتف الذكية Smartphone التي أحدثت تحولاً كبيراً في بيئة الاتصالات العالمية والتكنولوجيا الخلوية Cellular Technology، وأسهم هذا التطور في تغيير طريقة استهلاك الأخبار والمعلومات بشكل يومي، وأصبح واضحاً للمؤسسات الإعلامية بما فيها الصحف أن حصول الأفراد على الأخبار عبر إعلام الموبايل - الإعلام المتحرك- يمثل عاملاً مهماً لها، مما دفعها إلى إطلاق تطبيقات إلكترونية خاصة بها تمكن المستخدم من متابعتها على مدار الساعة<sup>(١)</sup>. وعلى المستوى السياسي لعبت وسائل إعلام الموبايل دوراً بارزاً في أحداث إيران ٢٠٠٩،

(\*) مدرس الصحافة بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة بنها.

وثورات الربيع العربي ٢٠١١، والحركات الاحتجاجية مثل "حركة احتلوا وول استريت" ٢٠١١ في الولايات المتحدة، فضلاً عن دورها الداعم لعمليات الإنقاذ والاستغاثة خلال الكوارث الطبيعية<sup>(٢)</sup>.

وثمة تطورات كبيرة أدخلت على وظائف وسائل إعلام الموبايل Mobile Devices وحولتها من هواتف اتصال مجردة Phones إلى وسائل إعلام متنقلة متعددة الوظائف توفر للأفراد الوصول إلى منافذ الإعلام المختلفة على الإنترنت. وقد تطورت أنظمة تشغيل الهواتف المتنقلة Mobile Operating Systems بفضل تطبيقات الموبايل ٢ "Mobile 2.0 Applications" وهو وصف مقنن من مصطلح تطبيقات الويب ٢ Web 2.0 Applications للدلالة على الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها نظم تشغيل الهواتف الذكية للمستخدم في الوصول إلى الإنترنت، ودمج وظائف الوسائط المتعددة بها، والوصول إلى مختلف فضاءات الاتصال الاجتماعي ومنصاته. كما طورت تكنولوجيا الهاتف النقال الكاميرات، وأنظمة تحديد المواقع العالمية GPSs، والشاشات التي تعمل باللمس Touch Screens، الأمر الذي أسهم في انتشار ثقافة الأصابع Fingers Culture بين المستخدمين، كما سمحت قدرة التنقل بالهواتف المحمولة وانتشارها بأن أفضت أداة مهمة للأفراد للتعبئة الذكية Smart Mobilization<sup>(٣)</sup>.

ومن الأهمية إلقاء الضوء على مفهوم إعلام الموبايل Mobile Media كأحد المفاهيم العلمية الجديدة في حقل الدراسات الإعلامية، حيث يشير هذا المصطلح إلى التقارب بين تكنولوجيا الاتصالات المحمولة وبروتوكولات الإنترنت التي تقوم على خدمات نقل البيانات والمعلومات. كما يشير إلى مزيج من الشبكات العادية والبرمجيات (البعد التكنولوجي)، والترابط الفيزيقي (بعد التنقل)، والتكامل (بعد المحتوى)، والتفاعلية (بعد التفاعل)، وإنتاج المحتوى (بعد التنظيم)<sup>(٤)</sup>. كما يُعرف بأنه "وسائل الإعلام المتماثلة Cluster Media التي تؤدي نفس الوظائف، مثل الأجهزة اللوحية المحمولة Tablets، والقارئ الإلكتروني E-Reader، والهواتف الذكية Smartphone - التي تستحوذ على نصيب الأسد بين أجهزة إعلام الموبايل- التي تتيح للأفراد المشاركة في الاتصالات والتفاعلات وتبادل الخدمات دون التقيد بالمحيط الفيزيقي أو التوقيت الزمني<sup>(٥)</sup>. الأمر الذي أفرز ظاهرة المسافر الرقمي

Digital Wayfarer الذي يلتقط الصور مكان تواجده وينشرها على مواقع الإنترنت<sup>(١)</sup>.

وتتجلى أهمية تكنولوجيا إعلام الموبايل في إمكانية الاتصال والوصول إلى المعلومات بصورة لحظية وآنية، فضلاً عن حرية تنقل الأفراد بها في أي مكان، وقد تصبح في بعض الأماكن الخيار الوحيد المتاح أمام الأفراد، وبوسعها أن تصل إلى المناطق النائية على نحو أكثر فعالية من ناحية الكلفة المادية بالقياس إلى أشكال التكنولوجيا الأخرى، فضلاً عن تدني متطلبات الهواتف المحمولة نسبياً من حيث البنية الأساسية.

وفي هذا السياق، تشير بعض الدراسات إلى أن الاهتمام بمجال إعلام الموبايل يحتاج إلى أن يسير جنباً إلى جنب مع إعادة النظر في الأسس المفاهيمية والنظرية لوسائل إعلام الموبايل، بيد أن هناك تحديات بحثية تقف أمام الباحثين أهمها التطورات التكنولوجية المتلاحقة وتأثيرتها على عناصر العملية الاتصالية، مما يستدعي الاهتمام بالتأصيل النظري لهذا المجال البحثي.

#### الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت إعلام الموبايل كمجال بحثي جديد ما بين دراسات اهتمت بقياس تأثيره على المشاركة السياسية والمدنية، وأخرى حرصت على دراسة أدواته وآلياته وأنماط استخدامه في قضايا الشأن العام، وفيما يلي عرض لتلك الدراسات:

١. دراسة (Maria I. Prete, 2007) حول "السياسات المتحركة: مصداقية وفعالية الاتصالات السياسية المتحركة"<sup>(٧)</sup>:

هدفت الدراسة إلى تقييم مصداقية الرسائل النصية القصيرة وتأثيرها على تصويت الناخبين، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٨٠ مبحوثاً من معسكر اليسار واليمين في إيطاليا، وكشفت نتائج الدراسة عن أن السياسات المتحركة M-Politics أداة موثوق بها، إلا إنها لا تعدل سلوك الناخبين، بل تعزز السلوك الانتخابي لديهم. كما تلعب الخبرة وجاذبية وسائل الإعلام المتنقلة دوراً بارزاً في استخدام تكنولوجيا الموبايل في الاتصال السياسي، حيث يميل الناخبون من معسكر اليسار إلى تفضيل الإعلام السياسي التقليدي (الإذاعة والتلفزيون والصحافة)، وعدم

البحث عن محفزات جديدة للعمل السياسي. بينما ينظر ناخبو اليسار إلى الرسائل النصية SMS بوصفها وسيلة جديدة بالثقة، فضلا عن زيادة اعتمادهم على وسائل إعلام الموبايل.

٢. دراسة (Carl Y. Pick, 2010) حول "استراتيجيات الموبايل في الاتصال السياسي"<sup>(٨)</sup>:

استهدفت الدراسة اختبار تأثير إمكانات الهاتف المحمول "الموبايل" على بيئة الاتصال السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية، والتعرف على مدى تأثير توظيف وسائل إعلام الموبايل الثلاثة: "الرسائل النصية وتطبيقات الموبايل وتويتر" على الاتصال السياسي، وقد اعتمدت الدراسة على عدد من المقابلات مع خبراء تطوير التطبيقات الإلكترونية والخبراء السياسيين للوقوف على مدى إمكانية توظيف الموبايل في الاتصال والمشاركة السياسية. وكشفت نتائج الدراسة أن الرسائل النصية وتويتر من الوسائل المؤثرة بدرجة كبيرة في استراتيجيات الاتصال السياسي المتحرك Mobile Communication Strategies، والتسويق السياسي وجمع التبرعات للمرشحين. كما جاء تطبيق Obama '08 أول تطبيقات iPhone السياسية على الموبايل في انتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨، والتي لعبت دورًا بارزًا في نجاح حملته الانتخابية.

٣. دراسة (Hyun-C. Lim and Joonkoo Lee, 2010) عن "تأثير اتصال الموبايل على المشاركة السياسية والمجال العام في كوريا الجنوبية"<sup>(٩)</sup>:

هدفت الدراسة إلى اختبار تأثير إعلام الموبايل على ديناميكية المشاركة السياسية والمجال العام public sphere في كوريا الجنوبية خلال العقد الماضي، وعرضت الدراسة ثلاثة نماذج لاستخدام الموبايل في المجال العام، الأول: استخدام الرسائل القصيرة في التعبئة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية عام ٢٠٠٢، والثاني: استخدام الهواتف المحمولة في تغيير ديناميكية احتجاجات الشارع بالمقارنة بالاحتجاجات التي حدثت في الماضي، والثالث: البث المباشر لمظاهرات الشموع عام ٢٠٠٨ ضد استيراد لحوم الأبقار الأمريكية. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى ارتباط المردود السياسي الإيجابي لإعلام الموبايل بمدى قدرة المجتمع المدني على توظيفه في تقوية المجال العام الديمقراطي. كما أسهم استخدام الاتصالات المتحركة في تعزيز المشاركة السياسية والتعددية داخل المجال العام، وزيادة مشاركة الشباب في

المناقشات العامة من خلال الهواتف المحمولة والمجتمعات الافتراضية، واتضح ذلك في مظاهرات الشموع ٢٠٠٨.

٤. دراسة (Campbell & kwak, 2011) حول " دور المشاركة السياسية في حشد المجتمع"<sup>(١٠)</sup>:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الحوار والنقاش والتفاعل المتحرك في التنبؤ بمستويات المشاركة السياسية، بالإضافة إلى اختبار درجة ارتباط الخطاب الإعلامي المتحرك بالعلاقات والروابط الإلكترونية للتنبؤ بمستويات المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠٠٨. وطبقت الدراسة على ١٠١٨ من المبحوثين بواسطة الاستبيان الإلكتروني، وخلصت النتائج إلى أن الحوار والنقاش القائم على الاتصال المتحرك يرتبط إيجابياً بالمشاركة السياسية، وتتحدد قوة هذه العلاقة وفق حجم الشبكة الواحدة وتجانسها. كما تزداد المشاركة السياسية مع زيادة استخدام التكنولوجيا في الشبكات المتجانسة الكبيرة، وتتنخفض مع استخدام التكنولوجيا في الشبكات المتجانسة الصغيرة.

٥. دراسة (Dong-Hoo Lee, 2013) حول "الهواتف الذكية، والفضاء الاجتماعي المتحرك، والسلوك الاجتماعي الجديد في كوريا"<sup>(١١)</sup>:

سعت الدراسة إلى رصد سمات الاتصالات المتحركة في ظل تكنولوجيا الهواتف الذكية، وفهم تأثير حركية الاتصال الفوري عبر الهواتف الذكية على ممارسات الاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي SNS، وأجرت الدراسة مقابلات مع ٤٩ مستخدمًا كوريًا جنوبيًا لموقع تويتر عبر الهواتف الذكية. وخلصت نتائجها إلى أن الوسائل المتحركة شكلت سلوكًا اجتماعيًا جديدًا، وممارسات اجتماعية اتصالية لها أهمية ثقافية في كوريا، وشكلت فضاءً تشابكيًا تداخل مع واقع الحياة اليومية، وسهل التفاعل مع الأفراد من مختلف السياقات الاجتماعية.

٦. دراسة (Arulchelvan S., 2014) حول: "استراتيجيات الإعلام الجديد في الحملات الانتخابية"<sup>(١٢)</sup>:

سعت الدراسة إلى تقييم فعالية الحملات السياسية التي اعتمدت على الإعلام الجديد خلال الانتخابات الهندية ٢٠٠٩، واعتمدت الدراسة على أداتي تحليل المضمون والاستبيان، لتحليل مضمون بعض المواقع الإلكترونية، وطبقت الدراسة

الميدانية على ١٥٠ مستخدماً لوسائل الإعلام الجديد، وقد كشفت نتائج الدراسة عن محاولة كل حزب سياسي استخدام كل ما هو متاح من أدوات الإعلام الجديد من أجل التواصل مع الناخبين. كما كشفت النتائج أن الهاتف المحمول لعب دوراً بارزاً في الوصول للناخبين وتسجيل بياناتهم وتوعيتهم خلال الحملات الانتخابية. بالإضافة إلى تتبع الأنشطة الانتخابية، مثل جمع الأموال للمرشحين ومراقبة ورصد التجاوزات الانتخابية.

٧. دراسة البوابة الإحصائية (Statista, 2014) حول عدد مستخدمي الهاتف المحمول حول العالم من ٢٠١١ وحتى ٢٠١٧ والمشاركة السياسية<sup>(١٣)</sup>:

هدفت الدراسة إلى اختبار مدى ارتباط الاتصال عبر الهاتف المحمول Mobile Phone Communication بالمشاركة السياسية، واستكشاف مدى تأثير استخدام أخبار الهاتف المحمول على المشاركة السياسية. وقد كشفت النتائج أن الاستخدام الإعلامي والحوار السياسي من خلال إعلام الموبايل يرتبط بشكل إيجابي بالمشاركة السياسية وزيادة مستويات المشاركة السياسية. كما وجدت الدراسة فجوات كبيرة في مستوى المشاركة السياسية بين الأفراد وفق متغير التعليم، فالأشخاص الأكثر تعليماً أكثر استخداماً للهاتف المحمول في الحصول على المعلومات والأخبار والمشاركة السياسية من خلال النقاش السياسي القائم على إعلام الموبايل.

٨. دراسة (Jakob Ohme, 2014) حول "قبول المواطنين للحكومة المتحركة"<sup>(١٤)</sup>:

حاولت الدراسة معالجة العوامل المؤثرة على قبول الحكومة المتحركة لدى مستخدمي خدمات الحكومة الإلكترونية وتحديد الفوائد والمخاطر الناجمة عنها، واعتمدت الدراسة على نموذج قبول التكنولوجيا، وتم تطويره لنموذج قبول الحكومة المتحركة، بالإضافة إلى نظرية السلوك المخطط، وأجريت الدراسة بالتعاون مع هيئة الشرطة الاتحادية في ألمانيا لاختبار المستخدمين لخدمات الحكومة الإلكترونية على مستوى الاتحاد، وطبقت الدراسة على ٣٢٥ مستخدم لموقع الشرطة الاتحادية في ألمانيا، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن رؤية المستخدم لخدمات الحكومة النقالة تتأثر بدرجة كبيرة بعوامل عدة أهمها الفوائد والمخاطر الناتجة عن هذا الاستخدام.

٩. دراسة (Christina Neumayer & Gitte Stald, 2014) عن  
"استخدام التليفون المحمول في احتجاجات الشارع"<sup>(١٥)</sup>:

اهتمت الدراسة بتناول دور إتاحة المعلومات من خلال الاتصالات المتحركة في احتجاجات الشارع، وطبقت الدراسة على دراستي حالة، الأولى: حالة الغضب المدني بشأن تدمير مركز للشباب في العاصمة الدنماركية كوبنهاجن عام ٢٠٠٦، والثانية: استخدام الهواتف المحمولة في احتجاجات مناهضة للفاشية في مدينة درسدن شرق ألمانيا في عام ٢٠١١، وتم تحليل الحالتين عبر ثلاثة أبعاد ترتبط بتكتيكات الاتصال المتحرك هي: الفاعلون، علاقات القوة بين الجهات الفاعلة، وأهدافها. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الاتصال المتحرك يمكن استخدامه في تعزيز مكانة النشاط من ناحية الإجراءات، وتعزز المقاومة، واستثمار الفرص، والتنسيق والتعبئة ومراقبة علاقات القوة القائمة، وحمايتها، وخلق خطابات وأطروحات مضادة.

١٠. دراسة (Jason A. Martin, 2014) حول "إعلام الموبايل والمشاركة السياسية: تعريف وتطوير لحقل بحثي جديد"<sup>(١٦)</sup>:

رمت الدراسة إلى تحليل الدراسات التي ركزت على المشاركة السياسية من خلال وسائل الإعلام المتحركة، والدراسات التي ألفت الضوء على المستخدم والصفات الفريدة التي يتميز بها إعلام الموبايل؛ والآثار المترتبة على الإطار المفاهيمي للمشاركة السياسية. كما استطلعت هذه الدراسة رؤى متعددة للباحثين في مختلف التخصصات، وعرضت مراجعة نقدية للمؤلفات ذات الصلة لتحديد الفرص البحثية لتأسيس نظرية الاتصالات السياسية المتحركة. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فرص متاحة أمام الباحثين لتناول ميزات الوسائط المتحركة، ودورها في إعادة تعريف المشاركة السياسية، كما خلصت إلى وجود حاجة إلى البحث في استخدام وسائل الإعلام المحمول في مختلف مجالات الشأن العام.

١١. دراسة (Ran Wei, 2014) عن "تأثيرات استخدام التليفون الذكي على المشاركة في الخطاب المدني في الصين"<sup>(١٧)</sup>:

حاول الباحث في دراسته التعرف على تأثير استخدام الهاتف الذكي على المشاركة في الخطاب المدني الصيني، واختبار العلاقة بين استخدام التليفون المحمول والمشاركة في الحياة المدنية والسياسية. وقد أجرى الباحث مقابلات مع ٤١٦ من

مستخدمي الهاتف الذكي. وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود دور بارز للهاتف الذكي في تعزيز النقاش السياسي مع الآخرين، ووجود علاقة إيجابية بين استخدام الهاتف الذكي وزيادة مستوى المشاركة في الشأن المدني العام، كما ارتبط استخدام الهاتف الذكي إيجابياً بالانخراط في الخطاب المدني الإلكتروني.

## ١٢. دراسة معهد جالوب لقياسات الرأي العام حول "استخدام تكنولوجيا الموبايل في السياسة"<sup>(١٨)</sup>:

اهتمت الدراسة بالوقوف على استخدام تكنولوجيا الموبايل في الشأن السياسي، واعتمدت الدراسة على مقابلات هاتفية أجريت مع عينة عشوائية قوامها ١٠١٧ من المراهقين في أبريل ٢٠١٤، في أنحاء الولايات المتحدة، منهم ٦٦١ من مستخدمي الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، وكشفت النتائج عن أن ١٧% من الأمريكيين يرون أن تكنولوجيا الاتصال النقالة تزيد من مشاركتهم في الأنشطة السياسية بشكل كبير، وأن ٤٣% من الأمريكيين يشاركون في نشاط سياسي من خلال تكنولوجيا الاتصال النقالة.

## ١٣. دراسة (Michael Chan, 2015) حول: "العوامل المؤثرة على استخدام أخبار الموبايل: دراسة حالة على هونج كونج"<sup>(١٩)</sup>:

هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة على استخدام أخبار الهاتف المحمول "الموبايل"، واستخدام الوسائط الإعلامية الأخرى للوصول إلى الأخبار، وطبقت الدراسة على ٥٠٣ من المبحوثين الذين يقطنون مدينة هونج كونج والتي تحظى بأعلى نسبة لانتشار الهواتف الذكية في العالم. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن متغير العمر يلعب دوراً مؤثراً في الحصول على أخبار الموبايل، حيث جاءت الفئات العمرية من ١٨-٣٤ أكثر الفئات العمرية استخداماً للوسائط المتعددة للحصول على أخبار، كما أظهرت النتائج أن الإشباع المتحققة تؤثر على نسبة استخدام الأخبار الجادة والخفيفة من خلال الموبايل.

## ١٤. دراسة (Jason A. Martin, 2015) حول "استخدام أخبار الموبايل والمشاركة في الانتخابات"<sup>(٢٠)</sup>:

سعت الدراسة لمعرفة دور أخبار الموبايل في العملية الديمقراطية من خلال دراسة التباين في الاستخدام الفردي لأخبار الموبايل وفق معايير ديموغرافية



اجتماعية واقتصادية. كما رمت الدراسة إلى التعرف على كيفية ارتباط استخدام أخبار الموبايل بالمشاركة السياسية. وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الأمريكي قوامها ٢٢٥٠ مبحوثاً في انتخابات ٢٠١٠ لاختبار ومعرفة من يستخدم أخبار الانتخابات المتحركة Mobile Election News، وهل ترتبط أخبار الموبايل بإقبال الناخبين على المشاركة في الانتخابات، وخلصت النتائج إلى أن استخدام أخبار الحملات الانتخابية المتحركة يُعد مؤشراً إيجابياً على استخدام الأفراد لأجهزة الهاتف النقالة في المشاركة السياسية خلال الانتخابات.

١٥. دراسة (Rajiv G. Aricat, 2015) حول "استخدام المهاجرين في سنغافورة للموبايل ووسائل الإعلام الاجتماعية في الأغراض السياسية"<sup>(٢١)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طرق استخدام المهاجرين لوسائل الإعلام الجديد بمختلف توجهاتهم السياسية في المشاركة السياسية في أوطانهم، ومن خلال إجراء ٣١ مقابلة متعمقة مع مهاجرين هنود في سنغافورة من ذوي الأيديولوجيات السياسية والسياقات اللغوية المختلفة، خلصت نتائج الدراسة إلى أن الاتصالات والرسائل وتبادل الأخبار والتدوين أكثر الإمكانيات الفعلية لوسائل الإعلام الاجتماعي المتحركة استخداماً من قبل المهاجرين، وأن النقاش السياسي أدى بهم إلى المشاركة في المظاهرات السياسية والنقاش في البلد المضيف سنغافورة.

١٦. دراسة (Jason A. Martin, 2015) حول "إعلام الموبايل والمشاركة السياسية عبر مدخل الموارد الإلكترونية"<sup>(٢٢)</sup>:

تختبر هذه الدراسة نظرية الموارد الإلكترونية Online Resource Theory التي تركز على دور إعلام الموبايل في المشاركة السياسية من خلال مسح عينة عشوائية من الأمريكيين خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٢، وحددت الدراسة عدة متغيرات تؤثر على المشاركة السياسية للفرد هي: العوامل الديموجرافية والاهتمام السياسي، وكشفت النتائج أن الشباب الأفضل تعليماً كانوا أكثر اهتماماً بالشأن السياسي، وارتبط استخدام العينة للهواتف المحمولة والدخول على الإنترنت بالاهتمام بالشأن السياسي والمشاركة السياسية.

## ١٧. دراسة (Markus Rohde et al, 2016) حول "استخدام إعلام الموبايل خلال الحرب في سوريا"<sup>(٢٣)</sup>:

سعت الدراسة إلى اختبار كيفية استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والهواتف المحمولة من قبل قوات المعارضة والنشطاء السياسيين في سوريا خلال الحرب. واستندت الدراسة على أداة المقابلة التي أجريت مع ١٧ مبحوثاً من الجيش الحر السوري والنشطاء واللاجئين، ومن النتائج التي توصلت لها الدراسة: اختلاف أنماط استخدام الموبايل خلال الحرب من قبل النشطاء وأفراد الجيش الحر بسبب اختلاف البنية التحتية للاتصالات في سوريا، فالمناطق التي يسيطر عليها النظام تتوفر بها البنية التحتية، بينما تتدهور البنية التحتية في المناطق التي يسيطر عليها الجيش الحر، كما أظهرت النتائج الدور المهم للهاتف المحمول في تعظيم دور صحافة الفيديو في التوثيق والتعبئة والدعاية خلال الحرب.

### التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- كشفت الدراسات السابقة عن عدم وجود دراسات عربية تناولت موضوع إعلام الموبايل، ودوره في التأثير على المشاركة السياسية للشباب، وقد يعزى ذلك إلى حداثة المجال البحثي.
- اهتمت الدراسات الأجنبية بتناول تأثير إعلام الموبايل على مشاركة الأفراد سياسياً ومدنيًا، ودوره في إثراء الحوار والنقاش وتبادل الآراء كمتغيرات مؤثرة على المشاركة السياسية للأفراد، فضلاً عن دراسة تأثير استخدام أخبار المحمول Mobile-Based News والخصائص الديموجرافية للمستخدمين على المشاركة السياسية
- اهتمت بعض الدراسات الأجنبية بدراسة استخدامات إعلام الموبايل في أوقات الكوارث الطبيعية والنزاعات وأحداث العنف، خاصة في أحداث سوريا ودول الربيع العربي، حيث استخدم إعلام الموبايل بدرجة كبيرة، ويرجع ذلك لسهولة حمله والتنقل به، ووظائفه الاتصالية المتفردة.
- تعددت المداخل النظرية في دراسات إعلام الموبايل ما بين توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع، وثرء الوسيلة، والشبكة، والمجال العام، والموارد الإلكترونية، والاعتراب السياسي، ونموذج قبول التكنولوجيا ونموذج الاتصال

السياسي المتحرك. ومن الناحية المنهجية، استخدمت هذه الدراسات منهج المسح، وقد استفاد الباحث من المداخل النظرية في تحديد الإطار النظري والمنهجي للدراسة وصياغة الفروض والتساؤلات الخاصة بها.

#### - التعريفات الإجرائية للدراسة:

**إعلام الموبيل:** إعلام متحرك وشكل جديد من أشكال الاتصال الإنساني، وتتمثل وسائله في الأجهزة الحاسوبية المحمولة من الهواتف الذكية، والألواح الإلكترونية "التابلت"، واللابتوب، وتقوم هذه الوسائل على قاعدة سيطرة المستخدم على المنصة الإلكترونية المتنقلة لإنتاج ونشر وتبادل المعلومات السياسية وتقاسمها مع المستخدمين عبر التطبيقات الإعلامية والاتصالية المختلفة.

**المشاركة السياسية:** سلوك الفرد السياسي الذي يهدف إلى التأثير على الحياة السياسية، يمارسه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بهدف لعب دور إيجابي في الحياة السياسية من منطلق شعوره بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع الذي يعيش فيه.

**المشاركة السياسية المتنقلة:** سلوك سياسي إلكتروني متحرك يقوم به مستخدم أجهزة الاتصال المحمولة المختلفة بهدف التفاعل مع الحدث السياسي والتأثير بشكل إيجابي أو سلبي في العملية السياسية داخل المجتمع.

**الاغتراب السياسي:** شعور الفرد برفض المسار السياسي للنظام القائم والقيم والمعايير السياسية الحاكمة له والانفصال عنه، ويتمثل ذلك الشعور في الإحساس بالاحباط والعجز عن التأثير في بيئة العمل السياسي نتيجة حالة عدم اليقين والشك في نوايا الإصلاح السياسي وتدعيم قواعد الديمقراطية بعد ثورة ٣٠ يونيو.

#### الإطار النظري للدراسة:

شهدت صناعة الإعلام الرقمي نمواً كبيراً خلال العامين الماضيين ٢٠١٤-٢٠١٥ بلغت نسبته ٤٩%، حيث نمت صناعة تطبيقات الهواتف المحمولة بنسبة ٩٠%، والوقت المنقضي عليها بنسبة ٧٧%، وازدادت نسبة جمهورها بنسبة ٢٢% عن نفس الفترة<sup>(٢٤)</sup>. وقد انعكس ذلك على بسط المعلومات ونشرها وإتاحتها للجميع، وتوفير درجة من المرونة في التواصل بين الأشخاص والمشاركة في الحياة العامة<sup>(٢٥)</sup>.

وعلى المستوى الدولي، تشير المؤشرات الصادرة عن الاتحاد الدولي للاتصالات (ICT) إلى أن عدد مستخدمي الهاتف المحمول في نهاية عام ٢٠١٥ بلغ ٧,٣ مليار مشترك متفوقاً على عدد سكان الكرة الأرضية الذي يبلغ سبعة مليارات نسمة، مع الأخذ في الاعتبار أن المشترك الواحد قد يمتلك أكثر من خطاً واحداً أو خطوطاً غير فعالة، بينما يستخدم ٢ مليار الهواتف الذكية في العالم<sup>(٢٦)</sup>، وتُعد خدمات الهاتف المحمول واحدة من أسرع التقنيات انتشاراً عبر تاريخ الاتصال، ففي حين استغرقت خطوط الهواتف الثابتة 128 عاماً حتى وصل عدد مستخدميها إلى مليار مستخدم، حققت شبكات الهاتف المحمول هذا الإنجاز في زمن لا يكاد يتجاوز العشرين عاماً<sup>(٢٧)</sup>.

وعلى مستوى مصر، فثمة مؤشرات تؤكد وجود زيادة مضطربة في عدد مستخدمي الهاتف المحمول في مصر، حيث تفيد مؤشرات وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر لشهر أبريل عام ٢٠١٦ أن نسبة مستخدمي الهاتف المحمول بلغت ٩٥,٢٩ مليون مشترك، وبلغت نسبة مستخدمي الإنترنت من خلال الهاتف المحمول ٢٧,٣٧ مليون مشترك بنسبة ٢٨,٧٢ من إجمالي مستخدمي المحمول<sup>(٢٨)</sup>.

#### - الاغتراب السياسي وإعلام الموبايل:

يُعد الاغتراب أحد المداخل النظرية التي تفسر سلوك الفرد السياسي في ضوء ما يحمله من أفكار ورؤى وتصورات إزاء الواقع السياسي، وتعتبر المشاركة السياسية أحد مظاهر السلوك السياسي للأفراد في المجتمع، ووسائل إعلام الموبايل إحدى مفردات هذه البيئة.

ومن خلال استعراض الأدبيات العلمية التي تناولت العلاقة بين الاغتراب وإعلام الموبايل، نجد أن هناك ثلاثة اتجاهات متباينة في هذا الشأن، الأول: يرى أن إعلام الموبايل يُعد مؤشراً على معاناة الشباب من الاغتراب، أما الثاني: فيرى أنه يوفر بيئة محفزة على المشاركة السياسية، أما الثالث: فيرى أن نشاط الفرد وتفاعله على وسائل إعلام الموبايل هو انعكاس لنشاطه السياسي الواقعي وليس العكس.

#### الاتجاه الأول: إعلام الموبايل عامل محفز للاغتراب:

تبنت بعض الدراسات اتجاهاً مفاده أن تعرض الأفراد لإعلام الموبايل لا يرتبط بمستوى مشاركة سياسية أعلى للفرد، بل بالعكس قد يؤدي إلى انعزاله عن واقعه

السياسي، فقد قلل (Ran Wei, 2013) من تأثير إعلام الموبايل على دفع الأفراد للانخراط في العملية السياسية وكسر عزلتهم، بما يقلل من التفاؤل بشأن دوره في تنشيط المشاركة الشعبية ودعم الديمقراطية التشاركية<sup>(٢٩)</sup>.

ويمكن سرد عدد من الإشكاليات التي أفرزها إعلام الموبايل والتي عززت الاغتراب السياسي للأفراد، على النحو التالي:

١- **الإشكالية الأولى:** تتمثل في الاستقطاب السياسي الناتج عن حالة التباين وعدم التجانس بين الأفراد على الوسيط الشبكي، حيث يحمل الأفراد آراء ووجهات نظر سياسية متباينة لها تأثير سلبي على المشاركة السياسية، وقد أشار Kwak (et al., 2005)، إلى أن الخصائص الأيديولوجية والديموغرافية للأفراد تعكس عدم تجانس الشبكة، ويحمل ذلك تأثيراً سلبياً على المشاركة السياسية ويعزز من تنامي ظاهرة الاستقطاب السياسي Political Polarization في المجتمع<sup>(٣٠)</sup>.

٢- **الإشكالية الثانية:** الاتصال المتنقل Mobile Communication يتسم بالانتقائية على مستوى المستخدمين وأنماط الاتصال لديهم، وهو ما أطلقت عليه (Matsuda, 2005) السلوك الاجتماعي الانتقائي Selective Sociality<sup>(٣١)</sup>. ويثير هذا السلوك على وسائل إعلام الموبايل إشكالية تتعلق بتغذية ظاهرة تقوقع وعزلة الأفراد وانغلاقهم على أنفسهم، وزيادة شعورهم بالاغتراب السياسي والاجتماعي على الشبكة، ومن ثم الانفصال عن العملية السياسية Political Separation<sup>(٣٢)</sup>.

٣- **الإشكالية الثالثة:** انهيار الاتصال الجماهيري Mass Communication:

لقد ظلت نماذج وسائل الإعلام ومفاهيم الاتصال الجماهيري مستقرة نسبياً على مدى أكثر من خمسين عاماً، ويبدو أن الاتصالات التي يدعمها إعلام الموبايل قد تشكل تحدياً مباشراً لهذه المفاهيم الراسخة، فقد سرعت الاتصالات القائمة على إعلام الموبايل من وصف علماء الاتصال لإعلام الموبايل بأنه "نهاية الاتصال الجماهيري". وقد شهدت الفترة من عام ١٩٨٠ إلى عام ١٩٩٠ تحولاً كبيراً من عصر الاتصال الجماهيري إلى عصر مجتمع الشبكات Network Society كما أطلق عليه كاستلز (٢٠٠٠)، وتقوم الفكرة الرئيسية للمجتمع الشبكي عند كاستلز على أنه ثمة تقدم في وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات (ICTs) أحدث تحولاً

جوهرياً في النظام الاجتماعي على المستويين الجزئي والكلّي، بشكل يتسم بالمرونة واللامركزية. بمعنى آخر، تحول العلاقة بين تكنولوجيا الاتصالات ومستخدميها من مجرد تلقي المحتوى الإعلامي إلى السعي الحثيث لدى المستخدم نحو إنتاج ونشر وتوزيع المحتوى<sup>(٣٣)</sup>.

ويشير باحثون إلى أن ما يدعم هذه الفكرة هو حرص الأفراد على الاتصال عبر الهواتف المحمولة على مدار الساعة، وهو ما أطلق عليه (Licoppe, 2004) "الحضور الاتصالي" Connected presence في المجتمعات التي تنتشر بها الهواتف المحمولة<sup>(٣٤)</sup>. وبالتالي يعمل الأفراد على بناء شبكات اجتماعية من خلال أجهزة الهاتف الذكي تسمح لهم بالاتصال المباشر دون التقيد بتوقيات زمنية محددة<sup>(٣٥)</sup>.

وقد دفع النظر في معدل انتشار أجهزة إعلام الموبايل، والنتائج الاجتماعية المرتبطة بها كامبل وبارك Campbell and Park إلى القول "بأننا خرجنا من عصر الاتصال الجماهيري Mass Media ودخلنا إلى عصر تكنولوجيا الاتصال الشخصي Personal Communication" التي تعزز من انتشار ظاهرة الجزر المنعزلة Isolated Islands في علاقات الأفراد ببعضهم البعض<sup>(٣٦)</sup>.

#### الاتجاه الثاني: إعلام الموبايل يسهم في خلق بيئة تحفز على المشاركة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً في إعلام الأفراد بقضايا الشأن العام وتحفيزهم على المشاركة السياسية والمدنية<sup>(٣٧)</sup>، وقد أكدت البحوث التجريبية أن وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً في المشاركة السياسية<sup>(٣٨)</sup>. وبصفة خاصة استخدام وسائل الإعلام في زيادة وعي الجمهور بقضايا الشأن العام السياسي والمشاركة في العملية السياسية Political Process<sup>(٣٩)</sup>.

وفي هذا السياق، يشير (Scott W. C. & Nojin K., 2011) إلى أن النقاش السياسي يُعد متغيراً وسيطاً مهماً للعلاقة بين استخدام وسائل إعلام الموبايل في الحصول على الأخبار والمعلومات وبين المشاركة السياسية للأفراد، إذ يُعد الحوار والنقاش وتبادل الآراء حول قضايا الشأن السياسي قلب الديمقراطية القوية<sup>(٤٠)</sup>.

كما يحسب إلى الحملات الانتخابية الناجحة استخدام الهاتف المحمول، بيد أنه أداة لتشجيع المشاركة في الانتخابات، وجمع الأموال للمرشحين، وتسجيل أسماء

الناخبين ومراقبة سير العملية الانتخابية وفضح أعمال التزوير الانتخابي<sup>(٤١)</sup>. كما يمكن للقائمين على الحملات الانتخابية القيام بالتعبئة الذكية، حيث يلجأ المنظمون للحملة الانتخابية إلى خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول لحث الأفراد على المشاركة والتصويت في الانتخابات، ويتسق ذلك مع ما أكدته الدراسات من أن الهاتف المحمول يلعب دوراً مهماً في تدعيم الديمقراطية التشاركية Participatory Democracy<sup>(٤٢)</sup>.

وفي هذا الإطار، استخدمت منظمة "موبايل فوتر" Mobile Voter وهي منظمة غير ربحية مقرها سان فرانسيسكو تأسست عام ٢٠٠٤ - خدمة الرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول لتشجيع عملية تسجيل أسماء الناخبين المحليين، وتسهيل المشاركة السياسية والمدنية عبر تكنولوجيا الهاتف المحمول، وقد رصدت المنظمة أوجه استخدام الهاتف الذكي، على النحو التالي<sup>(٤٣)</sup>:

- تخلق سمات التنقل Mobility والفورية Immediacy للهواتف المحمولة مساحة للاتصال الفوري والدائم، وطقوسا اتصالية Ritual Interactions تساعد المجموعات التي تحمل رؤى سياسية موحدة على تشكيل روابط متماسكة بطرق متعددة لم تكن متاحة في الماضي<sup>(٤٤)</sup>.
- تعزز الهواتف الذكية من التفاعلات السياسية بين الأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتوفر المجال لاتساع نطاق تفاعلاتهم الاجتماعية خارج محيطهم المباشر، كما أنها تستخدم عادة كأداة لتكثيف التفاعلات الاجتماعية مع المقربين والمعارف<sup>(٤٥)</sup>.

**الاتجاه الثالث: التفاعل السياسي من خلال إعلام الموبايل انعكاس لفعالية الفرد السياسية الواقعية وليس العكس:**

يرى أنصار هذا الاتجاه أن التفاعل السياسي عبر إعلام الموبايل انعكاس لفعالية الفرد السياسية على أرض الواقع، أي أن الأفراد ذوي الانتماءات السياسية أو المشاركين حزبياً أو أعضاء منظمات المجتمع المدني هم الأكثر فعالية على الشبكة، وليس بالضرورة العكس.

وأيدت هذه النتائج الدراسة التي أجراها معهد جالوب لقياسات الرأي العام حول "استخدام تكنولوجيا الموبايل في السياسة، والتي أظهرت أن ٤٣% من

المبحوثين لديهم نشاط سياسي فعلي على أرض الواقع يحفزهم على استخدام إعلام الموبايل في التفاعل والنقاش السياسي مع أصدقائهم"<sup>(٤٦)</sup>.

## - نموذج الاتصال السياسي المتنقل **Mobile Political Communication** :Theory

لم تعد ممارسة الاتصال السياسي في اتجاه واحد أو اتجاهين أمرًا مقبولاً تكنولوجياً وجماهيرياً على الوسيط الشبكي ونوافذه المتعددة، فقد أطلقت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات العنان للجماهير للمشاركة في إنتاج المحتوى ونشره وتداوله على مستوى قاعدة الاتصالات الشعبية العريضة **Grassroots Communication**، وتعزيز الاتصال من الجمهور وإلى الجمهور **Many to Many**، بحيث أصبح سريان المعلومات من أسفل الهرم إلى أعلى رأس الهرم السياسي النمط السائد على الشبكات الاجتماعية في كثير من قضايا الشأن السياسي<sup>(٤٧)</sup>.

وقد عرض (Jason A. Martin, 2014) نموذج الاتصال السياسي المتنقل، وقام بتسليط الضوء على الصفات الفريدة التي يتميز بها، والآثار المترتبة على تلك الميزات على مستوى المشاركة السياسية وإعادة تعريفها في ضوء المشاركة السياسية المتنقلة، بيد أن نظرية الاتصال السياسي المتنقل تفترض أن إعلام الموبايل يؤثر على السلوك السياسي للأفراد ويدفعهم للمشاركة السياسية، وأن سماته المتحركة تشكل أساساً للمشاركة السياسية المتحركة<sup>(٤٨)</sup>.

وفي هذا الإطار، يعزز استخدام إعلام الموبايل وتطبيقاته الاتصالية والإعلامية المختلفة أنماطاً سلوكية واتصالية متنوعة تدفع أفراد المجتمع إلى المشاركة في العمل السياسي أو العزوف عنه؛ لذا فإن استخدام الأفراد لإعلام الموبايل في العمل السياسي يقدم وسيلة جديدة في المشاركة السياسية.

ويقول كامبل وبارك إن الأعوام القادمة ستشهد مزيداً من الاستخدام والاعتماد على تكنولوجيايات الاتصال المتنقل **Mobile Communication technologies**، كمؤشر على بداية مرحلة جديدة في مجتمع الشبكة، والتي تتميز بصورة رئيسية بالتخصيص المتزايد في العلاقة بين التكنولوجيا والمستخدم، وهو ما أطلق عليه كاستلز (٢٠٠٧) "مجتمع الشبكات المتنقل **Mobile Network Society**"، مما



يسمح للمستخدمين ببناء شبكية تفاعلية في مجال الشئون اليومية بشكل أكثر سهولة<sup>(٤٩)</sup>.

### بحوث إعلام الموبايل:

يُشير مصطلح "إعلام الموبايل Mobile Media مجموعة واسعة من الأنشطة البحثية التي يمكن تحليلها، وهو ما أطلق عليه هورست (Horst, 2013) "الجيل الثالث" من دراسات الاتصالات المتنقلة Third Generation of Mobile Communication Studies، وقسم بحوث الاتصال المتنقل إلى ثلاثة أجيال<sup>(٥٠)</sup>:

- **الجيل الأول:** ويتضمن بحوث الاتصال المتنقل التي تتعرض لدراسة الآثار التقنية والاقتصادية المترتبة على الاتصال من خلال الهواتف المحمولة.
- **الجيل الثاني:** وشمل بحوث الاتصال المتنقل التي تناولت نماذج التبني والاعتماد على الهواتف المحمولة، بيد أنها أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية.
- **الموجة الثالثة:** وتضمنت بحوث إعلام الموبايل التي تتطلب الاهتمام بالمنصات الإلكترونية الجديدة واستخدامات إعلام الموبايل في قضايا الشأن العام.

وقد استفادت الدراسة الحالية من نظرية الاغتراب السياسي ونموذج الاتصال السياسي المتنقل في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة للوقوف على طبيعة العلاقة بين الثقة في وسائل إعلام الموبايل ومتغيرات الاغتراب السياسي من ناحية، وبين الثقة في وسائل إعلام الموبايل والمشاركة السياسية من ناحية أخرى.

### مشكلة الدراسة:

لقى إعلام الموبايل اهتماماً ملحوظاً في الآونة الأخيرة من الباحثين المهتمين بتكنولوجيا الإعلام الإلكتروني كوسيلة للوصول إلى الأخبار والمعلومات السياسية. وقد بدأ الباحثون في البحث في طرق استهلاك أخبار الموبايل وأنماطها Mobile-Based News، ورصد وتحليل أهم المتغيرات الإيجابية والسلبية المؤثرة على فعالية إعلام الموبايل في المشاركة السياسية. ورغم ما ناله إعلام الموبايل من شعبية وأهمية متزايدة خلال السنوات الأخيرة في المدرسة الغربية، إلا أن الحقل الناشئ

ينطلب مزيداً من الدراسة والتحليل في الدراسات العربية، ومعالجة أكثر وضوحاً لطبيعته الفريدة ووظائفه المتعددة وتأثيراته على قضايا الشأن العام.

وفي هذا السياق، توفر وسائل الإعلام المتنقل- إعلام الموبايل- مجالاً مهماً لدراسة قضايا قيادة التكنولوجيا الحاسوبية للديمقراطية في كثير من بلدان العالم في ظل الآليات الجديدة التي طرحت في سياق الاتصال التشاركي، بيد أن التغلب على هذا التحدي البحثي ينطوي على الانتباه إلى الطبيعة "الحركية" أو المتنقلة لهذه الأجهزة الاتصالية، فضلاً عن مراقبة حركة المجتمع التكنولوجي الذي يعمل دوماً نحو الدفع بابتكارات تنطوي على أجهزة صغيرة وبيانات ضخمة Small Devices & Big Data. ونظراً للزيادة المضطردة في عدد مستخدمي الهاتف المحمول في مصر وتعدد وظائفه وخدماته الاتصالية والإعلامية من ناحية، وانخفاض كلفة المرور إلى شبكة الإنترنت من خلال التليفون المحمول من ناحية أخرى، تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في رصد وتحليل تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر في إطار إعادة رسم ملامح مفهوم المشاركة السياسية المتنقلة.

#### أهمية الدراسة:

- تأتي أهمية هذه الدراسة في إطار تناولها لموضوع "إعلام الموبايل Mobile Media"، كمجال بحثي جديد نال اهتمام كثير من الباحثين الأجانب، حيث يتصف بوظائفه المتعددة وسرعة انتشاره، ودوره في التمكين السياسي للأفراد ومشاركتهم في مناقشة قضايا الشأن العام، وفتح قنوات اتصال تفاعلية جديدة تساعدهم على المشاركة في وضع السياسات وصنع القرارات.
- تمثل الحملات الانتخابية وحملات تسجيل بيانات الناخبين وجمع التبرعات ومراقبة سير عملية الانتخابات ميداناً واحداً ترك فيه إعلام الموبايل أثراً واضحاً للوصول لدوائر انتخابية يصعب على الإعلام التقليدي الوصول لها لبعدها الجغرافي.
- كما تتجلى أهمية الدراسة في أنها تركز على الشباب، بيد أنهم الشريحة العمرية الأكثر استخداماً لتكنولوجيا الاتصال وإعلام الموبايل في الحصول على المعلومات وإنتاج المحتوى السياسي، والتعبير عن آرائهم السياسية، خاصة أن

السلوك السياسي للشباب يتشكل في وقت مبكر من حياتهم، وبالتالي فإن السلوكيات السياسية لديهم من المرجح أن تستمر معهم في المستقبل.

### أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تحدد الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في رصد وتحديد تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر، ويثير هذا الهدف جملة من التساؤلات كالاتي:

١. ما مفهوم إعلام الموبايل ودوره في المشاركة السياسية للشباب؟
٢. ما أبرز وسائل الإعلام الإلكترونية التي يتابعها الشباب من خلال جهاز الموبايل؟
٣. ما أهم أجهزة الاتصال المحمول التي يستخدمها الشباب في متابعة الأخبار والمعلومات؟
٤. إلى أي مدى يثق الشباب المصري في أدوات إعلام الموبايل وإمكاناته؟
٥. ما السمات التي يفضلها الشباب في التطبيقات الإعلامية؟
٦. هل يستخدم الشباب المصري إعلام الموبايل كأداة للمشاركة السياسية؟
٧. ما أبرز وسائل إعلام الموبايل تأثيرًا على المشاركة السياسية للشباب؟
٨. ما مستوى مشاركة الشباب السياسية في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو؟
٩. ما العلاقة بين استخدام إعلام الموبايل والثقة في أدواته والشعور بالاغتراب السياسي لدى الشباب المصري؟

### فروض الدراسة:

تحاول الدراسة اختبار عدد من الفروض العلمية التي تتناول العلاقة بين إعلام الموبايل والمشاركة السياسية والاغتراب السياسي، وذلك على النحو التالي:

- **الفرض الأول:** كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد الشعور بالعجز السياسي.
- **الفرض الثاني:** كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد الشعور باللامعني السياسي.
- **الفرض الثالث:** كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد الشعور باللامعيارية السياسية.

- **الفرض الرابع:** كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد الشعور بالعزلة السياسية.
- **الفرض الخامس:** كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد الشعور باللامبالاة السياسية.
- **الفرض السادس:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب لإعلام الموبايل والثقة فيه ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية.
- **الفرض السابع:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم.

### **منهج الدراسة:**

للإجابة على التساؤلات السابقة واختبار الفرضيات الخاصة بالدراسة تعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة، بيد أنه أكثر المناهج المستخدمة في مجال البحوث الوصفية لكونه جهداً علمياً منظماً يهدف إلى الحصول على المعلومات والبيانات والأوصاف الخاصة بظاهرة إعلامية محددة، واستخدم الباحث منهج المسح بالعينة في اختيار عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي للوقوف على رؤيته تصوراته لتأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية لديه.

### **مجتمع عينة الدراسة:**

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري، وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى الوقوف على تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب المصري، فقد روعي في بناء عينة الدراسة مجموعة من المعايير والاعتبارات التي حددها الباحث لتلائم طبيعة الدراسة هي:

- أن تجرى الدراسة على الشباب الذي يمتلك أجهزة اتصال متنقل- إعلام الموبايل- مزودة بخدمة الإنترنت، بيد أن الشباب أكثر الشرائح الاجتماعية استخداماً للتكنولوجيا الحديثة.
- تنوع التخصصات العلمية والعملية للشباب عينة الدراسة، الأمر الذي انعكس بصورة إيجابية على تنوع وتعدد الرؤى تجاه تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية لديهم.

- طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٣٨ مفردة من الشباب المصري المستخدم لإعلام الموبايل، وقد حصل منها الباحث على (٤٠٠) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، بهدف التعرف على رؤية المبحوثين لتأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب بعد ثورة ٣٠ يونيو وحتى نهاية ٢٠١٥، حيث حظيت هذه الفترة بالعديد من الأحداث السياسية المهمة.

### أدوات جمع البيانات:

#### اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية:

- أداة الاستبيان: وهو أحد أدوات جمع البيانات التي تستند الدراسة إليها في الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار الموضوع الأساسي للدراسة، وقد تم تطبيقه بمستوييه: الاستبيان بالمقابلة والاستبيان الإلكتروني لجمع بيانات الدراسة واختبار العلاقة بين استخدام الشباب المصري لإعلام الموبايل ومدى إقباله على المشاركة السياسية.

ولحساب صدق الاستبيان تم عرضه على مجموعة من المحكمين(\*) ذوي التخصصات العلمية المختلفة في مجال الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وفي ضوء الملاحظات التي أبداه المحكمون تم تعديل بعض العبارات وحذف بعضها، والتي لم تحظ على درجة قبول ٩٠%.

ولحساب الثبات للاستبيان تم إعادة التطبيق وملء (٤٠) استمارة بواقع ١٠% من إجمالي المبحوثين بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول وكانت نسبة الثبات (٩٢%).

- مقياس الاغتراب السياسي: قام الباحث بوضع مقياس للاغتراب السياسي والاطلاع على مجموعة من المقاييس<sup>(٥١)</sup>، تكون المقياس من (٢٥) عبارة موزعة على خمسة أبعاد وهي (العجز السياسي، اللامعنى السياسي، اللامعيارية السياسية، العزلة السياسية، اللامبالاة السياسية)، وتم وضع ثلاثة بدائل للإجابة على كل بند من بنود المقياس وهم: (نعم - إلى حد ما - لا) حيث يعطى المبحوث درجة واحدة عن الإجابة الصحيحة والتي تعبر عن مدى وجود الاغتراب السياسي لديه، تمثل الدرجة الأعلى في المقياس شعورا بالاغتراب السياسي في حين تمثل الدرجة الأقل مستوى أدنى من الشعور بالاغتراب السياسي، وقد بلغ متوسط درجات العينة على المقياس (١,٧٦) والانحراف المعياري (٠,١٦).

وللتأكد من صدق المقياس وصلاحيته للتطبيق تم عرض المقياس على مجموعة من أساتذة الإعلام وتكنولوجيا الاتصال (\*\*)، ولحساب الثبات تم تطبيق المقياس على (٤٠ مفردة) من العينة بواقع ١٠% من إجمالي المبحوثين بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول وكانت نسبة الثبات ٠,٩٤، وهي نسبة مقبولة في الدراسات الإعلامية.

١ - الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

### جدول رقم (١)

#### يوضح خصائص العينة وتوزيعها وفقا لمتغيرات البحث

| المتغير   | المستويات  | التكرار | %    |
|---|--|---------|------|
| النوع   | ذكر  | ٢٠٠     | ١٠٠  |
|   | أنثى   | ٢٠٠     | ١٠٠  |
| العمر   | من ١٨ إلى ٢٤ عاما  | ١٤٦     | ٣٦,٥ |
|   | من ٢٥ إلى ٢٩ عاما  | ٩٤      | ٢٣,٥ |
|   | من ٣٠ إلى ٣٤ عاما  | ١٠٣     | ٢٥,٨ |
|   | من ٣٥ إلى ٤٠ عاما  | ٥٧      | ١٤,٢ |
| المؤهل التعليمي                                   | ما زلت أدرس في المرحلة الجامعية                          | ٧٦      | ١٩   |
|   | حاصل على شهادة جامعية                                    | ٢٣٠     | ٥٧,٥ |
|   | حاصل على الماجستير                                       | ٦٢      | ١٥,٥ |
|   | حاصل على الدكتوراه                                       | ٣٢      | ٨    |
| طبيعة التخصص الدراسي أو مجال مزاولة المهنة حالياً | المجال الإعلامي  | ١٣٥     | ٣٣,٨ |
|   | مجالات الخدمة العامة (الكب، المحاماة، التدريس، المحاسبة) | ١٦٧     | ٤١,٨ |
|   | العلوم التقنية مثل علوم الحاسب والهندسة                  | ٦٤      | ١٦   |
|   | المجالات الاجتماعية والأدبية                             | ٣٤      | ٨,٥  |
| مستوى الدخل الشهري                                | من ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ جنيه                                     | ٢٤      | ٦    |
|   | أكثر من ١٠٠٠ إلى ٢٠٠٠ جنيه                               | ٣٣      | ٨,٣  |
|   | أكثر من ٢٠٠٠ إلى ٤٠٠٠ جنيه                               | ١٨٧     | ٤٦,٨ |
|   | أكثر من ٤٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ جنيه                               | ٨٣      | ٢٠,٨ |
|   | أكثر من ٦٠٠٠ جنيه  | ٧٣      | ١٨,٣ |

#### - المعالجات الإحصائية المستخدمة:

تم إجراء المقاييس الإحصائية التالية باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية نسخة (١٩)، وقد تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية المناسبة في تحليل بيانات الدراسة كالآتي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والجداول ثنائية المتغير، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والوزن المرجح والوزن المنوي، ومقياس ليكرت Likert الثلاثي والخماسي.
- اختبار كاي<sup>٢</sup> (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢×٢ واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠ ومتوسطة إذا تراوحت بين ٠,٣٠ - ٠,٧٠ وقوية إذا ازدادت عن ٠,٧٠.
- معامل ارتباط سبيرمان (Spearman) لاختبار شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين ترتيبيين، حيث تم اعتبار العلاقة ضعيفة إذا كانت أقل من ٠,٣، ومتوسطة من ٠,٣ إلى ٠,٧، وقوية أكثر من ٠,٧.

نتائج البحث: يعرض الباحث أهم النتائج التي خرج بها من الدراسة في محورين هما:

- المحور الأول: نتائج عامة للدراسة:
- المحور الثاني: اختبار فروض الدراسة:

أولاً: المحور الأول: نتائج عامة للدراسة:

١- النتائج المتعلقة بعدد مرات تصفح الشباب لشبكة الإنترنت عبر وسائل إعلام الموبايل:

#### جدول رقم (٢)

يوضح عدد مرات تصفح الشباب للإنترنت عبر وسائل إعلام الموبايل

| مرات التصفح       | ك   | %    |
|-------------------|-----|------|
| أكثر من ثلاث مرات | ٢٣٢ | ٥٨   |
| ثلاث مرات         | ١٠٥ | ٢٦,٣ |
| مرتين             | ٤٢  | ١٠,٥ |
| مرة               | ٢١  | ٥,٣  |
| الإجمالي          | ٤٠٠ | ١٠٠  |

أسفرت نتائج الجدول السابق عن أن غالبية الشباب في مصر يستخدمون أجهزة الاتصال المحمولة لتصفح شبكة الإنترنت أكثر من ثلاث مرات يومياً بنسبة بلغت (٥٨%) من العينة، بينما يتصفح (٢٦,٣%) من عينة الدراسة شبكة الإنترنت ثلاث

مرات عبر وسائل إعلام الموبايل يوميًا، وفي المرتبة الثالثة جاء من يتصفح الإنترنت مرتين في اليوم بنسبة (١٠,٥%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء من يدخل إلى شبكة الإنترنت مرة واحدة يوميًا من وسائل إعلام الموبايل بنسبة (٥,٣%).

٢- ترتيب وسائل الإعلام الإلكترونية التي يهتم الشباب بمتابعتها عبر إعلام الموبايل تنازليًا:

### جدول رقم (٣)

الأوزان المرجحة لوسائل الإعلام الإلكترونية التي يتابعها الشباب عبر إعلام الموبايل

| وسائل الإعلام الإلكترونية | الأول |            | الثاني |            | الثالث |            | الرابع |            | الخامس |            | السادس |            | السابع |            | إجمالي الوزن المرجح |        |
|---------------------------|-------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|---------------------|--------|
|                           | ك     | الوزن (٧×) | ك      | الوزن (٦×) | ك      | الوزن (٥×) | ك      | الوزن (٤×) | ك      | الوزن (٣×) | ك      | الوزن (٢×) | ك      | الوزن (١×) | الوزن               | النسبة |
| الشبكات الاجتماعية        | ٢٥٣   | ١٧٧١       | ١٣٢    | ٧٩٢        | ٢      | ١٠         | ٢      | ٨          | ١      | ٣          | ٨      | ١٦         | ٢      | ٢          | ٢٦٠٢                | ٢٣,٣   |
| الصحف الإلكترونية         | ١٢٩   | ٩٠٣        | ١٢٥    | ٧٥٠        | ١٢٤    | ٦٢٠        | ٧      | ٢٨         | ٢      | ٦          | ٥      | ١٠         | ٨      | ٨          | ٢٣٢٥                | ٢٠,٨   |
| المواقع الإخبارية         | ٤     | ٢٨         | ١٢٤    | ٧٤٤        | ٢٥٢    | ١٢٦٠       | ١٧     | ٦٨         | ١      | ٣          | ٢      | ٤          | ٠      | ٠          | ٢١٠٧                | ١٨,٩   |
| التطبيقات الاتصالية       | ٨     | ٥٦         | ٣      | ١٨         | ٣      | ١٥         | ٢٤٨    | ٩٩٢        | ١٢٣    | ٣٦٩        | ١      | ٢          | ١٤     | ١٤         | ١٤٦٦                | ١٣,١   |
| الفضائيات والإذاعات       | ٠     | ٠          | ١      | ٦          | ١١     | ٥٥         | ١٢٥    | ٥٠٠        | ٢٦١    | ٧٨٣        | ١      | ٢          | ١      | ١          | ١٣٤٧                | ١٢,١   |
| المنتديات الإلكترونية     | ٢     | ١٤         | ٨      | ٤٨         | ٠      | ٠          | ٢      | ٨          | ١      | ٣          | ٣٨٧    | ٧٥٦        | ٠      | ٠          | ٨٢٩                 | ٧,٤    |
| المدونات الإلكترونية      | ١     | ٧          | ٣      | ١٨         | ٩      | ٤٥         | ٠      | ٠          | ٠      | ١١         | ٣٣     | ٠          | ٠      | ٣٧٦        | ٤٧٩                 | ٤,٣    |
|                           |       |            |        |            |        |            |        |            |        |            |        |            |        |            | ١١١٥٥               | ١٠٠    |

وللتعرف على رؤية الباحثين حول أهم وسائل الإعلام الإلكترونية التي يحرصون على متابعتها عبر وسائل إعلام الموبايل، طلب الباحث منهم ترتيب هذه الوسائل من حيث أهميتها لديهم، وتم استخدام أسلوب الأوزان المرجحة للحصول على تقييم إجمالي لترتيب هذه الوسائل من وجهة نظر العينة، بحيث يحصل الترتيب رقم (١) على أعلى وزن (٧)، فيما يحصل الترتيب رقم (٧) على أقل وزن (١)، وبالنظر إلى الجدول رقم (٣) الذي يوضح الأوزان التي حصلت عليها كل وسيلة، نجد أنه:

- حصلت الشبكات الاجتماعية على أعلى مرتبة في قائمة وسائل الإعلام الإلكترونية التي يحرص الشباب المصري على متابعتها بنسبة (٢٣,٣%).



- جاءت الصحف الإلكترونية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٠,٨%) من إجمالي الوسائل من حيث درجة المتابعة والأهمية للشباب المصري.
  - بينما جاءت المواقع الإخبارية بنسبة (١٨,٩%) في المرتبة الثالثة، تلا ذلك التطبيقات الاتصالية بنسبة (١٣,١%).
  - وفي المرتبة الخامسة جاءت الفضائيات والإذاعات بنسبة (١٢,١%)، تلا ذلك المنتديات الإلكترونية بنسبة (٧,٤%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت المنتديات الإلكترونية بنسبة (٧,٢%).
- وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Lee, 2013) من أن أكثر المواقع تصفحاً من خلال الهواتف الذكية هي مواقع التشبيك الاجتماعي<sup>(٥٢)</sup>.
- ٣- النتائج المتعلقة بنوعية الأجهزة المحمولة التي يستخدمها الشباب في متابعة أخبار الموبايل:

#### جدول رقم (٤)

يوضح نوعية الأجهزة المحمولة التي يستخدمها الشباب في متابعة أخبار الموبايل

| نوع الجهاز              | ك   | %    |
|-------------------------|-----|------|
| الهاتف الذكي            | ١٩٨ | ٤٩,٥ |
| التابلت "الجهاز اللوحي" | ١٣١ | ٣٢,٨ |
| اللابتوب                | ٣٨  | ٩,٥  |
| النوت بوك               | ٢٣  | ٥,٨  |
| القارئ الإلكتروني       | ١٠  | ٢,٥  |
| الإجمالي                | ٤٠٠ | ١٠٠  |

أظهرت نتائج الجدول السابق أن الهاتف الذكي Smart Phone احتل المرتبة الأولى بين الأجهزة الإلكترونية المحمولة التي يستخدمها الشباب المصري في متابعة الأخبار بنسبة بلغت (٤٩,٥%)، تلا ذلك التابلت "الجهاز اللوحي" في المرتبة الثاني بنسبة (٣٢,٨%)، وتدل النتائج أن نحو (٨١,٨%) من الشباب المصري يستخدمون الهاتف الذكي والأجهزة اللوحية الخفيفة في متابعة الأحداث اليومية وتطوراتها، ثم جاء جهاز اللابتوب في المرتبة الثالثة بنسبة (٩,٥%)، بينما جاء النوت بوك في المرتبة الرابعة بنسبة (٥,٨%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء القارئ الإلكتروني بنسبة (٢,٥%). وتتفق هذه النتائج مع ما كشف عنه تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي

العرب لعام ٢٠١٥ أن دخول غالبية المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي يتم عبر أجهزة الهاتف الذكية بنسبة ٨٣%<sup>(٥٣)</sup>.

#### ٤ - النتائج المتعلقة بمدى الاهتمام بمتابعة أخبار الموبايل:

##### جدول رقم (٥)

##### مدى الاهتمام بمتابعة أخبار الموبايل<sup>(\*)</sup>

| مدى اهتمام الشباب بمتابعة أخبار الموبايل |                   |                |                |    |             |    |                  |    |      |     |             |     |
|--|-------------------|----------------|----------------|----|-------------|----|------------------|----|------|-----|-------------|-----|
| الاتجاه                                  | الانحراف المعياري | المتوسط المرجح | لا أهتم مطلقاً |    | أهتم قليلاً |    | أهتم من حين لآخر |    | أهتم |     | أهتم كثيراً |     |
|  |                   |                | %              | ك  | %           | ك  | %                | ك  | %    | ك   | %           | ك   |
| أهتم                                     | ١,٠٣٦             | ٣,٧٨           | ٢,٥            | ١٠ | ٩,٨         | ٣٩ | ٢٢               | ٨٨ | ٣٨,٣ | ١٥٣ | ٢٧,٥        | ١١٠ |

تكشف نتائج الجدول السابق عن اهتمام الشباب المصري بمتابعة أخبار الموبايل بدرجة كبيرة، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (٣,٤٠) إلى (٤,١٩) الأمر الذي يفسر ارتفاع معدل استخدام إعلام الموبايل في متابعة أخبار الأحداث الجارية وتطوراتها. وتدعم كثير من الدراسات فرضية أن متابعة أخبار الموبايل تعد أحد المؤشرات المؤثرة على المشاركة السياسية، حيث وجدت دراسة وكشفت نتائج دراسة (Lee, H., et al, 2014) التي طبقت على الشباب في كوريا الجنوبية أن استخدام أخبار الموبايل يرتبط إيجابياً بالمشاركة السياسية لديهم<sup>(٥٤)</sup>. كما تشير دراسة (Calenda D.& Meijer A., 2009) إلى أن متابعة الأخبار الإلكترونية تزيد من مستوى المشاركة السياسية والتي تضمن المناقشة وتبادل الآراء والرؤى حول أخبار الانتخابات، الأمر الذي يفضي إلى زيادة الحماس والإقبال على المشاركة السياسية<sup>(٥٥)</sup>.

٥- النتائج المتعلقة بمقدار الوقت الذي يقضيه الشباب على إعلام الموبايل:

جدول رقم (٦)

يوضح الوقت الذي يقضيه الشباب على إعلام الموبايل

| الوقت يومياً                                     | ك   | %    |
|--|-----|------|
| من وقت لآخر على مدار ساعات اليوم                 | ١٥٤ | ٣٨,٥ |
| لا يوجد لدي فترة زمنية محددة يومياً في الاستخدام | ١٢٠ | ٣٠   |
| أكثر من ساعة                                     | ٦٨  | ١٧   |
| من نصف ساعة إلى ساعة                             | ٤٤  | ١١   |
| أقل من نصف ساعة                                  | ١٤  | ٣,٥  |
| الإجمالي   | ٤٠٠ | ١٠٠  |

أسفرت نتائج الجدول السابق المتعلقة بالوقت الذي يقضيه الشباب على وسائل إعلام الموبايل عن أن الدخول من وقت لآخر على مدار ساعات اليوم جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٣٨,٥%)، ثم جاء عدم وجود فترة زمنية محددة يومياً لمتابعة المواقع والتطبيقات على الموبايل بنسبة بلغت (٣٠%) في المرتبة الثانية، تلا ذلك من يستخدم تلك المواقع والتطبيقات أكثر من ساعة يومياً بنسب بلغت (١٧%)، بينما من يستخدمها من نصف ساعة إلى ساعة جاء بنسبة (١١%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء من يستخدمها أقل من نصف ساعة بنسبة (٣,٥%).

٦- السمات التي يفضلها الشباب في التطبيقات الإعلامية:

جدول رقم (٧)

السمات التي يفضلها الشباب في التطبيقات الإعلامية المتميزة (اختيار أكثر من بديل)

| سمات التفضيل  | ك   | %    |
|---|-----|------|
| سرعة تغطية الأخبار وإرسالها للمستخدمين فور وقوع الحدث     | ٣٥٨ | ١١,٥ |
| سهولة تنزيلها واستخدامها                                  | ٣٥١ | ١١,٣ |
| الإطلاع على الأخبار المرشحة من الآخرين                    | ٣٤٢ | ١١   |
| إمكانية التحكم في اختيار نوعية الأخبار التي أتلقاها منها  | ٣٣٨ | ١٠,٩ |
| انخفاض الكلفة المادية لاستخدامها                          | ٣١٩ | ١٠,٣ |
| أبقى على دراية بتطورات الأحداث بفضل التنبيهات الإخبارية   | ٢٦٥ | ٨,٥  |
| وجود تصميم مميز لعرض الأخبار يناسب الهاتف الذكي           | ٢٤٠ | ٧,٧  |
| إمكانية تخزين الأخبار والصور والاحتفاظ بها لفترة من الوقت | ٢٣٥ | ٧,٦  |
| وجود روابط مع الخبر لمعرفة مزيد من المعلومات والتفاصيل    | ٢٠٥ | ٦,٦  |
| الإشتراك في مجموعات ترتبط باهتماماتي وتخصصي               | ١٨٥ | ٦    |
| إمكانية تلقي الخدمة الإخبارية بلغات مختلفة                | ١٣٩ | ٤,٥  |
| إمكانية مشاهدة الأخبار وموضوعاتها بدلا من قراءتها         | ١٢٦ | ٤,١  |

كشفت نتائج الجدول السابق المعنية بالسماوات التي يفضلها الشباب في التطبيقات الإعلامية المتميزة عن أن سرعة تغطية الأخبار وإرسالها للمشاركين فور وقوع الحدث، وسهولة تنزيلها واستخدامها، والإطلاع على الأخبار المرشحة من الآخرين سواء بمشاركة الآخرين أو إعجابهم بها، وإمكانية التحكم في اختيار نوعية الأخبار التي أتلقها منها، ورخص تكلفة استخدامها من أهم السماوات التي يفضلها الشباب المصري عينة الدراسة في التطبيقات الإعلامية المتميزة بنسبة (١١,٥%)، (١١,٣%)، (١١%)، (١٠,٩%)، (١٠,٣%) على التوالي.

كما جاءت ميزة الإبقاء على معرفة ودراية بتطورات الأحداث بفضل التنبيهات الإخبارية بنسبة (٨,٥%) من السماوات التي يفضلها الشباب في التطبيقات الإعلامية المتميزة، تلا ذلك وجود تصميم مميز لعرض الأخبار يناسب الهاتف الذكي بنسبة (٧,٧%)، ثم جاءت إمكانية تخزين الأخبار والصور والاحتفاظ بها لفترة من الوقت بنسبة (٧,٦%)، تلا ذلك وجود روابط مع الخبر لمعرفة مزيد من المعلومات والتفاصيل (٦,٦%)، ثم جاءت سمة الاشتراك في مجموعات ترتبط باهتماماتي وتخصصي بنسبة (٦%)، ثم إمكانية تلقي الخدمة الإخبارية بلغات مختلفة بنسبة (٤,٥%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت إمكانية مشاهدة الأخبار وموضوعاتها بدلا من قراءتها بنسبة (٤,١%).

٧- النتائج المتعلقة بمشاركة الشباب بالتعليق على ما يُقرأ على التطبيقات الإعلامية:

#### جدول رقم (٨)

يوضح مشاركة الشباب بالتفاعل مع ما يُقرأ على التطبيقات الإعلامية

| مدى مشاركة الشباب بكتابة تعليق على ما يُقرأ على التطبيقات الإعلامية |                   |                |         |      |        |     |       |
|---|-------------------|----------------|---------|------|--------|-----|-------|
| الاتجاه   | الانحراف المعياري | المتوسط المرجح | ولا مرة |      | أحيانا |     | دائما |
|   |                   |                | ك       | %    | ك      | %   | ك     |
| دائم المشاركة والتفاعل  | ٠,٥٧٩             | ٢,٦١           | ١٩      | ٤,٨% | ١٢٠    | ٣٠% | ٢٦١   |

تكشف نتائج الجدول السابق عن مشاركة الشباب المصري بالتفاعل مع ما يُقرأ على التطبيقات الإعلامية بشكل دائم، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (من ٢,٣٤ إلى ٣) الأمر الذي يفسر درجة تفاعل الشباب مع التطبيقات الإعلامية لوسائل الإعلام والمنصات الاجتماعية.

٨- النتائج المتعلقة باستخدام الشباب المصري لإعلام الموبايل كأداة للمشاركة السياسية:

#### جدول رقم (٩)

يوضح استخدام الشباب المصري لإعلام الموبايل كأداة للمشاركة السياسية

| المشاركة | ك   | %     |
|----------|-----|-------|
| نعم      | ٣٢٥ | ٨١,٢٥ |
| لا       | ٧٥  | ١٨,٧٥ |
| الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠   |

أظهرت نتائج الجدول السابق أن غالبية الشباب المصري يستخدم إعلام الموبايل كأداة للمشاركة السياسية بنسبة (٨١,٢٥%)، بينما وجد أن (١٨,٧٥%) لم يستخدموا إعلام الموبايل كأداة للمشاركة السياسية.

٩- أسباب رؤية الشباب لإعلام الموبايل كوسيلة للمشاركة السياسية:

#### جدول رقم (١١)

يوضح أسباب رؤية الشباب لإعلام الموبايل كوسيلة للمشاركة السياسية (اختيار أكثر من بديل)

| الأسباب   | ك   | %    |
|---|-----|------|
| الاحتكاك والتفاعل مع الأصدقاء والنخبة السياسية والاستفادة من رؤيتهم | ٢٥٩ | ١٥,٩ |
| يمكنني من تكوين رأي عن مختلف القضايا السياسية                       | ٢٥٩ | ١٥,٩ |
| من أجل الحصول على أهم الأحداث السياسية فور وقوعها                   | ٢٤٩ | ١٥,٣ |
| أملك المهارات اللازمة لتصفح الأخبار عبر الموبايل                    | ٢٤٥ | ١٥   |
| تنمية مستوى معارفي ومعلوماتي السياسية                               | ٢١٢ | ١٣   |
| تكلفة اشتراك الإنترنت لمتابعة الأخبار من خلال الموبايل مناسبة       | ٢٠٧ | ١٢,٧ |
| نشر الوعي السياسي وتنظيم صفوف الناخبين في المناطق النائية           | ١٩٩ | ١٢,٢ |

تظهر نتائج الجدول أعلاه المتعلقة بأسباب رؤية الشباب لإعلام الموبايل كوسيلة للمشاركة السياسية تصدر الاحتكاك والتفاعل مع الأصدقاء والنخبة السياسية والاستفادة من رؤيتهم للأحداث، وتكوين رأي عن مختلف القضايا السياسية مقدمة الأسباب بنسبة متساوية بلغت (١٥,٩%)، ثم جاء الحصول على أهم الأحداث السياسية فور وقوعها بنسبة (١٥,٣%)، تلا ذلك امتلاك المهارات اللازمة لتصفح الأخبار عبر الموبايل بنسبة (١٥%)، ثم تنمية مستوى معارفي ومعلوماتي السياسية بنسبة (١٣%)، تلا ذلك تكلفة اشتراك الإنترنت لمتابعة الأخبار من خلال الموبايل مناسبة بنسبة (١٢,٧%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء نشر الوعي السياسي وتنظيم صفوف الناخبين في المناطق النائية بنسبة (١٢,٢%).

وتتفق هذه النتائج مع ما خلصت إليه دراسة (Campbell & Kwak, 2011) بأن الحوار والنقاش وتبادل الرؤى السياسية بين الأفراد على الموبايل ووسائله الإعلامية تعد نمطًا من أنماط المشاركة السياسية<sup>(٥٦)</sup>.

١٠ - أسباب عدم رؤية الشباب لإعلام الموبايل كوسيلة للمشاركة السياسية:

جدول رقم (١٠)

يوضح أسباب عدم رؤية الشباب لإعلام الموبايل كوسيلة للمشاركة السياسية  
(اختيار أكثر من بديل)

| الأسباب   | ك  | %    |
|---|----|------|
| أخشى من التصادم مع الآخرين بأرائي وأفكاري السياسية      | ٥٩ | ١٧,٦ |
| توجد وسائل أخرى أكثر تأثيرًا في المشاركة السياسية       | ٥٧ | ١٧   |
| أرى أنه لا جدوى من المناقشة في الشأن السياسي            | ٥٦ | ١٦,٧ |
| أرى أنه وسيلة غير مؤثرة في العمل السياسي                | ٥٦ | ١٦,٧ |
| أفضل في المناقشات السياسية التحوار وجها لوجه.           | ٥٥ | ١٦,٤ |
| متابعة الأخبار على أجهزة الموبايل ترهقني ذهنيًا وبصريًا | ٥٢ | ١٥,٥ |

تكشف نتائج الجدول أعلاه أن الشباب المصري عينة الدراسة يرى أن هناك جملة من أسباب عدم رؤية الشباب لإعلام الموبايل كوسيلة للمشاركة السياسية، حيث جاءت كالتالي، الخوف من التصادم مع الآخرين بأرائي وأفكاري السياسية بنسبة (١٧,٦%)، ووجود وسائل أخرى أكثر تأثيرًا في المشاركة السياسية بنسبة (١٧%)، تلا ذلك عدم وجود جدوى من المناقشة في الشأن السياسي، وأنها وسيلة غير مؤثرة في العمل السياسي بنسبة متساوية بلغت (١٦,٧%)، ثم جاء تفضيل التحوار وجها لوجه في المناقشات السياسية بنسبة (١٦,٤%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت متابعة الأخبار على أجهزة الموبايل ترهقني ذهنيًا وبصريًا بنسبة (١٥,٥%).

في ملف لوحده --- ج ١٢ بحث محمد جاد

١١- ترتيب وسائل إعلام الموبايل الأكثر تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب المصري تنازلياً:

جدول رقم (١٢)  
الأوزان المرجحة لوسائل إعلام الموبايل المؤثرة على المشاركة السياسية للشباب

| الوسائل                     | الأول |             | الثاني |            | الثالث |            | الرابع |            | الخامس |            | السادس |            | السابع |            | الثامن |            | التاسع |            | العاشر |            | إجمالي الوزن المرجح |       |     |
|-----------------------------|-------|-------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|------------|---------------------|-------|-----|
|                             | ك     | الوزن (١٠×) | ك      | الوزن (٩×) | ك      | الوزن (٨×) | ك      | الوزن (٧×) | ك      | الوزن (٦×) | ك      | الوزن (٥×) | ك      | الوزن (٤×) | ك      | الوزن (٣×) | ك      | الوزن (٢×) | ك      | الوزن (١×) | النسبة              | الوزن |     |
| تطبيقات الشبكات الاجتماعية  | ٢١٤   | ٢١٤٠        | ٠      | ٠          | ١٠٨    | ٨٦٤        | ٤      | ٢٨         | ٢      | ١٢         | ٢      | ١٠         | ١      | ٤          | ٢٢١    | ٦٦٣        | ٩٨     | ١٩٦        | ٠      | ٠          | ٣١٩٧                | ٢١,٩  |     |
| تطبيقات المواقع الإخبارية   | ٠     | ٠           | ٢٠٩    | ١٨٨١       | ٥      | ٤٠         | ١٠٨    | ٧٥٦        | ٠      | ٠          | ١      | ٥          | ١      | ٤          | ١      | ٣          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٢٦٨٩                | ١٥    |     |
| تطبيقات البريد الإلكتروني   | ٠     | ٠           | ١٠٦    | ٩٥٤        | ١١٦    | ٩٢٨        | ١٠١    | ٧٠٧        | ١      | ٦          | ١      | ٥          | ١      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٢٦٠٠                | ١٤,٥  |     |
| التطبيقات الاتصالية         | ١٠٧   | ١٠٧٠        | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ١٢١    | ٧٢٦        | ٩٦     | ٤٨٠        | ٠      | ٠          | ٠      | ٣          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٢٢٧٩                | ١٢,٧  |     |
| تطبيقات الصحف والمجلات      | ٤     | ٤٠          | ٩      | ٨١         | ٩٥     | ٧٦٠        | ١٠٧    | ٧٤٩        | ٩٨     | ٥٨٨        | ٠      | ٠          | ٦      | ٢٤         | ٣      | ٩          | ٣      | ٦          | ٠      | ٠          | ٢٢٥٧                | ١٢,٦  |     |
| الرسائل النصية              | ٠     | ٠           | ١      | ٩          | ١      | ٨          | ١      | ٧          | ١٠٢    | ٦١٢        | ١١٧    | ٥٨٥        | ١٠٣    | ٤١٢        | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ١٦٣٣                | ٩,١   |     |
| تطبيقات الفضائيات والإذاعات | ٠     | ٠           | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٤      | ٢٨         | ١      | ٦          | ١٠٧    | ٥٣٥        | ٢١٢    | ٨٤٨        | ١      | ٣          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ١٤٢٠                | ٧,٩   |     |
| تطبيقات وكالات الأنباء      | ٠     | ٠           | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ١          | ٥      | ٤          | ١      | ٣          | ٣      | ٧٤٩        | ٤,٢                 |       |     |
| تطبيقات المرشحين السياسيين  | ٠     | ٠           | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ٠          | ٠      | ١          | ٤      | ١          | ١      | ٢          | ٣٢٢    | ٣٢٢        | ٣٣١                 | ١,٩   |     |
|                             |       |             |        |            |        |            |        |            |        |            |        |            |        |            |        |            |        |            |        |            |                     | ١٧٨٧٥ | ١٠٠ |

وللتعرف على رؤية المبحوثين حول أهم وسائل إعلام الموبايل تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب المصري، طلب الباحث منهم ترتيب مجموعة من الوسائل من حيث أهميتها في التأثير على مشاركة الشباب في الحياة السياسية، وتم استخدام أسلوب الأوزان المرجحة للحصول على تقييم إجمالي لترتيب هذه الوسائل من وجهة نظر العينة، بحيث يحصل الترتيب رقم (١) على أعلى وزن (١٠)، فيما يحصل الترتيب رقم (١٠) على أقل وزن (١)، وبالنظر إلي الجدول رقم (١٢) الذي يوضح الأوزان التي حصل عليها كل خيار، نجد أن:

- جاءت تطبيقات الشبكات الاجتماعية وأهمها (فيس بوك- تويتر- وجوجل بلس) في المرتبة الأولى بين وسائل إعلام الموبايل الأكثر تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب المصري بنسبة (٢١,٩%)، ثم تطبيقات المواقع الإخبارية الإخبارية (اليوم السابع، الوطن، المصري اليوم، العربية، البي بي سي العربية) في المرتبة الثانية بنسبة (١٥%)، تلا ذلك تطبيقات البريد الإلكتروني (البريد الإلكتروني من جي ميل وهوت ميل وياهو ميل) المرتبة الثالثة بنسبة (١٤,٥%).
- ثم جاءت التطبيقات الاتصالية (واتس آب، وفاير، ولين، وايمو IMO، ومانجر فيس بوك) في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢,٧%)، وفي المرتبة الخامسة جاءت تطبيقات الصحف والمجلات بنسبة (١٢,٦%)، ثم جاءت الرسائل النصية في المرتبة السادسة بنسبة (٩,١%)، تلا ذلك تطبيقات الفضائيات والإذاعات في المرتبة السابعة بنسبة (٧,٩%)، بينما جاءت تطبيقات وكالات الأنباء في المرتبة التاسعة بنسبة (٤,٢%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت تطبيقات المرشحين السياسيين بنسبة (١,٩%).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما خلصت إليه دراسة (Maeve, 2015) من استحواد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي على المرتبة الأولى ضمن التطبيقات الأكثر استخداماً<sup>(٥٧)</sup>.

## ١٢- طرق اختيار الشباب للتطبيقات الإعلامية على الموبايل لمتابعة الأخبار السياسية:

### جدول رقم (١٣)

يوضح طرق اختيار الشباب للتطبيقات الإعلامية لمتابعة الأخبار السياسية (اختيار أكثر من بديل)

| الطرق  | ك   | %    |
|--|-----|------|
| سمعت عنها وعن شهرتها ونجاحها                               | ٢٤١ | ٣١,٥ |
| بالصدفة  | ١٨٠ | ٢٣,٥ |
| من الإعلانات والمواقع الإلكترونية                          | ١٥٤ | ٢٠,١ |
| ترشيحات من الأصدقاء والمعارف                               | ١٤٧ | ١٩,٢ |
| بالبحث في مستودعات التطبيقات الإلكترونية App store, Google | ٤٤  | ٥,٧  |



يتبين من نتائج الجدول السابق أن السمعة الطيبة والشهرة والنجاح للتطبيقات الإعلامية من أهم طرق اختيار الشباب للتطبيقات الإعلامية لمتابعة الأخبار السياسية بنسبة (٣١,٥%)، تلا ذلك خيار الصدفة بنسبة (٢٣,٥%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت المتابعة من خلال الإعلانات والمواقع الإلكترونية بنسبة (٢٠,١%)، وجاءت ترشيحات الأصدقاء والمعارف في المرتبة الرابعة بنسبة (١٩,٢%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء البحث في مستودعات التطبيقات الإلكترونية App store, Google store بنسبة (٥,٧%).

١٣ - ردود فعل الشباب تجاه الأخبار السياسية عبر التطبيقات الإعلامية على الموبايل:

#### جدول رقم (١٤)

يوضح ردود فعل الشباب في التعرض للأخبار السياسية عبر التطبيقات الإعلامية

| رد الفعل                                     | ك   | %    |
|--|-----|------|
| أتأكد منها من خلال المصادر الأخرى            | ١٧٣ | ٥٣,٢ |
| أتأكد منها من خلال تعليقات القراء والمشاهدين | ١١٤ | ٣٥,١ |
| لا أصدقها                                    | ٢٢  | ٦,٨  |
| أصدقها وأثق في مضمونها                       | ١٦  | ٤,٩  |
| الإجمالي                                     | ٣٢٥ | ١٠٠  |

نستخلص من نتائج الجدول أعلاه أن ردود فعل الشباب تجاه الأخبار السياسية عبر التطبيقات الإعلامية تتمثل في التأكد من الأخبار من خلال المصادر الأخرى بنسبة (٥٣,٢%)، ثم جاء التأكد منها من خلال تعليقات القراء والمشاهدين في المرتبة الثانية بنسبة (٣٥,١%)، وفي المرتبة الثالثة جاء عدم تصديقها بنسبة (٦,٨%)، وفي المرتبة الأخيرة أصدقها وأثق في مضمونها بنسبة (٤,٩%).

١٤ - أسباب تفاعل الشباب مع الأخبار السياسية عبر التطبيقات الإعلامية على الموبايل:

#### جدول رقم (١٥)

يوضح أسباب تفاعل الشباب مع الأخبار السياسية عبر التطبيقات الإعلامية

| رد الفعل                         | ك   | %    |
|----------------------------------|-----|------|
| اقوم بذلك للتعبير عن رأيي فقط    | ٢٥٩ | ٧٩,٧ |
| أنتظر تعليقات الأصدقاء لمتابعتهم | ٥٣  | ١٦,٣ |
| لا أهتم كثيراً بأراء الآخرين     | ١٣  | ٤    |
| الإجمالي                         | ٣٢٥ | ١٠٠  |

خلصت نتائج الجدول السابق المتعلقة إلى أن تعبير الشباب عن رأيهم فقط جاء في المرتبة الأولى لأسباب تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر التطبيقات الإعلامية بنسبة (٧٩,٧%)، ثم جاء انتظار الشباب لتعليقات الأصدقاء لمتابعهم بنسبة (١٦,٣%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء عدم اهتمام الشباب كثيراً بأراء الآخرين بنسبة (٤%).

#### ١٥ - النشاط السياسي الذي يمارسه الشباب:

#### جدول رقم (١٦)

#### يوضح النشاط السياسي الذي يمارسه الشباب (اختيار أكثر من بديل)

| النشاط   | ك   | %    |
|--|-----|------|
| أدلى بصوتي في الانتخابات                                     | ١٧٢ | ٢٦,٥ |
| شاركت في حملة مرشح   | ١٢٨ | ١٩,٧ |
| أحضر الندوات والمحاضرات السياسية                             | ٩٥  | ١٤,٦ |
| عضو في جمعية مدنية معنية بالعمل الديمقراطي والحقوقى          | ٦٣  | ٩,٧  |
| الانضمام إلى صفحات الأحزاب السياسية على مواقع التواصل        | ٦١  | ٩,٤  |
| عضو في حزب سياسي   | ٤٩  | ٧,٥  |
| أشارك في مظاهرات ومسيرات واعتصامات سلمية                     | ٣١  | ٤,٨  |
| الانضمام إلى صفحات جماعات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي | ٢٦  | ٤    |
| عضو في حركة سياسية غير حزبية                                 | ٢٥  | ٣,٨  |

تظهر نتائج الجدول السابق المتعلقة بالنشاط السياسي الذي يمارسه الشباب أن الإدلاء بالصوت في الانتخابات جاء أكثر الأنشطة السياسية التي يمارسها الشباب المصري، ثم المشاركة في حملة مرشح بنسبة (١٩,٧%)، وفي المرتبة الثالثة جاء حضور الندوات والمحاضرات السياسية بنسبة (١٤,٦%).

بينما جاء خيار عضو في جمعية مدنية معنية بالعمل الديمقراطي والحقوقى في المرتبة الرابعة بنسبة (٩,٧%)، ثم الانضمام إلى صفحات الأحزاب السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٩,٤%)، تلا ذلك العضوية في حزب سياسي بنسبة (٧,٥%)، بينما جاءت المشاركة في مظاهرات ومسيرات واعتصامات سلمية بنسبة (٤,٨%)، تلا ذلك الانضمام إلى صفحات جماعات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٤%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء عضو في حركة سياسية غير حزبية بنسبة (٣,٨%).

١٦- هل شاركت في أنشطة سياسية دعت إليها جهات ما عبر إعلام الموبايل:

جدول رقم (١٧)

يوضح مشاركة الشباب في أنشطة سياسية دعت إليها جهات عبر إعلام الموبايل

| مشاركة الشباب | ك   | %    |
|---------------|-----|------|
| نعم           | ١٩٢ | ٥٩,١ |
| لا            | ١٣٣ | ٤٠,٩ |
| الإجمالي      | ٣٢٥ | ١٠٠  |

يوضح الجدول السابق نسبة مشاركة الشباب في أنشطة سياسية دعت إليها جهات عبر إعلام الموبايل، حيث جاء من يشارك في أنشطة سياسية دعت إليها جهات عبر إعلام الموبايل في المرتبة الأولى بنسبة (٥٩,١%)، بينما جاء من لا يشارك في أنشطة سياسية دعت إليها عبر إعلام الموبايل بنسبة (٤٠,٩%)، وتشير هذه النتيجة إلى أن دور إعلام الموبايل في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب من خلال تشكيل السلوك السياسي تجاه القضايا السياسية.

وتتفق نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة معهد جالوب ( Gallup, ) (2014) من أن ١٧% من الأمريكيين يرون أن تكنولوجيا الاتصال النقالة تزيد من مشاركتهم في الأنشطة السياسية بشكل كبير، وأن ٤٣% من الأمريكيين شاركوا في نشاط سياسي من خلال تكنولوجيا الاتصال النقالة<sup>(٥٨)</sup>.

١٧- عدد مشاركات الشباب السياسية لدعوات جهات عبر إعلام الموبايل:

جدول رقم (١٨)

يوضح مشاركة الشباب السياسية لدعوات جهات ما عبر إعلام الموبايل

| مشاركة الشباب | ك   | %    |
|---------------|-----|------|
| مرة           | ١٢٥ | ٦٥,١ |
| مرتين         | ٥٨  | ٣٠,٢ |
| ثلاث          | ٩   | ٤,٧  |
| الإجمالي      | ١٩٢ | ١٠٠  |

تظهر نتائج الجدول السابق المتعلقة بعدد مرات مشاركة الشباب السياسية لدعوات جهات عبر إعلام الموبايل بأن غالبية الشباب شاركوا مرة واحدة في أنشطة سياسية بنسبة (٦٥,١%) من إجمالي المبحوثين، بينما جاء من شارك مرتين في المرتبة الثانية بنسبة (٣٠,٢%)، ومن شارك ثلاث مرات في المرتبة الأخيرة بنسبة (٤,٧%).

١٨ - هدف آخر نشاط سياسي شارك فيه الشباب:

جدول رقم (١٩)

يوضح هدف آخر نشاط سياسي شارك فيه الشباب المصري (يمكن اختيار أكثر من بديل)

| الهدف                                  | ك   | %    |
|--|-----|------|
| تأييد مرشح انتخابي                     | ٦٠  | ٣١,٣ |
| إصلاح سياسي                            | ٤٣  | ٢٢,٤ |
| مطالب فنوية                            | ٣٥  | ١٨,٢ |
| تأييد موقف أو شخص أو حدث سياسي         | ٣٠  | ١٥,٦ |
| مكافحة الفساد                          | ١١  | ٥,٧  |
| احتجاجا على قرارات رسمية ومواقف سياسية | ١٠  | ٥,٢  |
| الإفراج عن معتقلين سياسيين             | ٣   | ١,٦  |
| الإجمالي                               | ١٩٢ | ١٠٠  |

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أهم هدف آخر نشاط سياسي شارك فيه الشباب المصري هو تأييد مرشح انتخابي بنسبة (٣١,٣%) في المرتبة الأولى، ثم إصلاح سياسي بنسبة (٢٢,٤%)، تلا ذلك مطالب فنوية بنسبة (١٨,٢%) في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاء تأييد موقف أو شخص أو حدث سياسي بنسبة (١٥,٦%)، يليه مكافحة الفساد بنسبة (٥,٧%)، ثم الاحتجاج على قرارات رسمية ومواقف سياسية بنسبة (٥,٢%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء الإفراج عن معتقلين سياسيين بنسبة (١,٦%).

١٩ - مستوى مشاركة الشباب السياسية في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو:

جدول رقم (٢٠)

يوضح مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو

| مستوى المشاركة | ك   | %    |
|----------------|-----|------|
| قوي            | ٢٣٩ | ٥٩,٨ |
| ضعيف           | ١٦١ | ٤٠,٣ |
| الإجمالي       | ٤٠٠ | ١٠٠  |

توضح نتائج الجدول السابق قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو بنسبة (٥٩,٨%)، بينما جاءت نسبة من يرى ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو بنسبة (٤٠,٣%).

٢٠ - أسباب قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو:

### جدول رقم (٢١)

يوضح أسباب قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو (اختيار أكثر من بديل)

| أسباب قوة المشاركة  | ك   | %    |
|---|-----|------|
| رغبة الشباب في التغيير  | ١٩٢ | ١٨,٨ |
| إدراك الشباب لحقوقه وواجباته بشكل أكبر من ذي قبل              | ١٥٧ | ١٥,٤ |
| حرية الرأي والتعبير للأفراد ووسائل الإعلام                    | ١٣١ | ١٢,٨ |
| كسر حاجز الخوف بعد ثورة ٣٠ يونيو                              | ١٢٧ | ١٢,٤ |
| وجود أحزاب سياسية ذات تأثير وفاعلية على الساحة السياسية       | ١٠٣ | ١٠,١ |
| إدراك النظام السياسي لأهمية الشباب ككتلة متجانسة وقوية في     | ٨٥  | ٨,٣  |
| احتلال الشباب الصف الثاني في إدارة شؤون الدولة                | ٨٥  | ٨,٣  |
| النظام السياسي يتيح فرصة كبيرة للجميع لتبادل الآراء والاستماع | ٧٣  | ٧,١  |
| ظهور حركات احتجاجية جديدة                                     | ٦٩  | ٦,٨  |

من نتائج الجدول السابق نلاحظ مجموعة من الدلالات والمؤشرات كالتالي:

- من أهم أسباب قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو هو رغبة الشباب في التغيير بنسبة (١٨,٨%)، ثم إدراك الشباب لحقوقه وواجباته بشكل أكبر من ذي قبل في المرتبة الثانية بنسبة (١٥,٤%)، تلا ذلك حرية الرأي والتعبير للأفراد ووسائل الإعلام بنسبة (١٢,٨%).
- كما حصل سبب كسر حاجز الخوف بعد ثورة ٣٠ يونيو على المرتبة الرابعة بنسبة (١٢,٤%)، ثم جاء وجود أحزاب سياسية ذات تأثير وفاعلية على الساحة السياسية بنسبة (١٠,١%)، يليه إدراك النظام السياسي لأهمية الشباب ككتلة متجانسة وقوية في تدعيم الحكم الديمقراطي واحتلال الشباب الصف الثاني في إدارة شؤون الدولة بنسبة (٨,٣%).
- ثم جاء خيار النظام السياسي يتيح فرصة كبيرة للجميع لتبادل الآراء والاستماع إليهم بنسبة (٧,١%)، وظهر حركات احتجاجية جديدة بنسبة (٦,٨%).

٢١- أسباب ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو:

### جدول رقم (٢٢)

يوضح أسباب ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو (اختيار أكثر من بديل)

| أسباب ضعف المشاركة  | ك   | %    |
|---|-----|------|
| انتشار الفساد وعدم وجود جدية في إصلاح أجهزة الدولة                    | ١٣٩ | ١٣,٦ |
| التشكيك في ثورة ٢٥ يناير وعدم الاتفاق على أحداثها وأطرافها حتى اللحظة | ١٣٨ | ١٣,٥ |
| تراجع مستوى حرية الرأي والتعبير واحترام حقوق الإنسان                  | ١٢٥ | ١٢,٢ |
| ارتباك الاستحقاق الانتخابي بتأجيل الانتخابات البرلمانية               | ١٢٢ | ١١,٩ |
| عدم ثقة الشباب في النظام السياسي والأحزاب السياسية                    | ١١٦ | ١١,٣ |
| تبرئة رموز نظام مبارك وعودتهم لممارسة العمل السياسي                   | ٩٣  | ٩,١  |
| صدور أحكام قاسية بحق شباب الثورة                                      | ٩٠  | ٨,٨  |
| انسداد الأفق السياسي  | ٨٥  | ٨,٣  |
| حادثة التجربة الديمقراطية   | ٧١  | ٦,٩  |
| سيطرة الحلول الأمنية على حساب الحلول السياسية                         | ٤٥  | ٤,٤  |

تشير نتائج الجدول السابق إلى جملة من الملاحظات والدلالات كالتالي:

- احتل انتشار الفساد وعدم وجود جدية في إصلاح أجهزة الدولة المرتبة الأولى ضمن أهم أسباب ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو بنسبة بلغت (١٣,٦%)، ثم جاء التشكيك في ثورة ٢٥ يناير وعدم الاتفاق على أحداثها وأطرافها حتى اللحظة في المرتبة الثانية بنسبة (١٣,٥%)، تلا ذلك تراجع مستوى حرية الرأي والتعبير واحترام حقوق الإنسان بنسبة (١٢,٢%) في المرتبة الثالثة.
- ثم جاء ارتباك الاستحقاق الانتخابي بتأجيل الانتخابات البرلمانية في المرتبة الرابعة بنسبة (١١,٩%)، ثم عدم ثقة الشباب في النظام السياسي والأحزاب السياسية بنسبة (١١,٣%)، يليه تبرئة رموز نظام مبارك وعودتهم لممارسة العمل السياسي بنسبة (٩,١%).
- كما جاء صدور أحكام قاسية بحق شباب الثورة في المرتبة السابعة بنسبة (٨,٨%)، ثم انسداد الأفق السياسي بنسبة (٨,٣%)، وحادثة التجربة

الديمقراطية بنسبة (٩,٦%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت سيطرة الحلول الأمنية على حساب الحلول السياسية بنسبة (٤,٤%).

٢٢- ترتيب الحقوق التالية من ١ إلى ٩ من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية للمشاركة السياسية:

### جدول رقم (٢٣)

#### الأوزان المرجحة لمجموعة من الحقوق السياسية

| الحقوق                                   | الأول (١٠×) |       | الثاني (٩×) |       | الثالث (٨×) |       | الرابع (٧×) |       | الخامس (٦×) |       | السادس (٥×) |       | السابع (٤×) |       | الثامن (٣×) |       | التاسع (٢×) |       | إجمالي الوزن المرجح |     |
|--|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|---------------------|-----|
|  | ك           | الوزن | ك           | الوزن | ك           | الوزن | ك           | الوزن | ك           | الوزن | ك           | الوزن | ك           | الوزن | ك           | الوزن | النسبة      | الوزن |                     |     |
| الشعور بالأمن والأمان في بيتي وعملي وعمل | ١٤٠         | ١٢٦٠  | ٧٣          | ٥٨٤   | ١٠٠         | ٧٠٠   | ٧٢          | ٤٣٢   | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٣٠١٤        | ١٦,٧  |                     |     |
| يضمن لي حياة كريمة                       | ٧٣          | ٦٥٧   | ١٧٢         | ١٣٧٦  | ١           | ٧     | ٥٣          | ٣١٨   | ٨٦          | ٤٣٠   | ٠           | ٠     | ٧           | ٢١    | ٨           | ١٦    | ٢٨٢٥        | ١٥,٧  |                     |     |
| جودة التعليم                             | ٦٥          | ٥٨٥   | ٧٢          | ٥٧٦   | ٢١٣         | ١٤٩١  | ٢٦          | ١٥٦   | ٠           | ٠     | ٢           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٢٢    | ٢٨٣٠        | ١٥,٧  |                     |     |
| جودة الرعاية الصحية                      | ٧١          | ٦٣٩   | ٦٨          | ٥٤٤   | ١٥          | ١٠٥   | ١٤١         | ٨٤٦   | ٧٢          | ٣٦٠   | ٠           | ٠     | ٢٤          | ٧٢    | ٠           | ٩     | ٢٦٢٩        | ١٤,٦  |                     |     |
| سهولة الحصول على حقوقي القانونية         | ٣           | ٢٧    | ٠           | ٠     | ٧١          | ٤٩٧   | ٢٥          | ١٥٠   | ٢١٩         | ١٠٩٥  | ٧٥          | ٣٠٠   | ٠           | ٠     | ٠           | ٧     | ٢٠٧٦        | ١١,٥  |                     |     |
| حرية الرأي والتعبير                      | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٩٠          | ١٥    | ١           | ٥     | ٢٩٤         | ١١٧٦  | ٦٨          | ٢٠٤   | ٢٢          | ٤٤    | ١٥١٩        | ٨,٤   |                     |     |
| المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام     | ٣٣          | ٢٩٧   | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٧     | ٢٨          | ٢١٢   | ٦٣٦         | ٧٢    | ١٤٤         | ٧٦    | ١١٨١                | ٦,٥ |
| الإدلاء بصوتي في الانتخابات              | ٠           | ٠     | ١٥          | ١٢٠   | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٠           | ٢٢    | ٨٨          | ٧٢    | ٢١٦         | ٢٩١   | ٥٨٢         | ٠     | ١٠٠٦                | ٥,٦ |
| المشاركة في التجمع والتظاهر السلمي       | ١٥          | ١٣٥   | ٠           | ٠     | ٠           | ٠     | ٦٨          | ٤٠٨   | ٢٢          | ١١٠   | ٠           | ٠     | ٩           | ٢٧    | ٠           | ٠     | ٢٨٦         | ٢٨٦   | ٩٦٦                 | ٥,٤ |
|  |             |       |             |       |             |       |             |       |             |       |             |       |             |       |             |       | ١٨٠٤٦       | ١٠٠   |                     |     |

وللتعرف على رؤية المبحوثين حول أهم الحقوق السياسية، طلب الباحث منهم ترتيب مجموعة من الحقوق من حيث أهميتها لهم من ناحية المشاركة السياسية، وتم استخدام أسلوب الأوزان المرجحة للحصول على تقييم إجمالي لترتيب هذه الحقوق من وجهة نظر العينة، بحيث يحصل الترتيب رقم (١) على أعلى وزن (٩)، فيما يحصل الترتيب رقم (٩) على أقل وزن (١)، وبالنظر إلى الجدول رقم (٢٣) الذي يوضح الأوزان التي حصل عليها كل خيار، نجد أن:

- استحوذ خيار المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام على المرتبة الأولى في قائمة الحقوق السياسية بالنسبة للشباب المصري بنسبة (١٦,٧%).
- وجاء الحق في العمل الذي يضمن حياة كريمة، وحق جودة التعليم في المرتبة الثانية بنسبة متساوية بلغت (١٥,٧%).
- واحتل حق جودة الرعاية الصحية في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤,٦%)، وجاء حق سهولة الحصول على حقوقي القانونية في المرتبة الرابعة بنسبة (١١,٥%)، تلا ذلك حق حرية الرأي والتعبير بنسبة (٨,٤%).
- وجاء حق المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام في المرتبة السادسة بنسبة (٦,٥%)، يليه حق الإدلاء بصوتي في الانتخابات بنسبة (٥,٦%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء حق المشاركة في التجمع والتظاهر السلمي بنسبة (٥,٤%) من إجمالي الحقوق.
- مقياس الاغتراب السياسي:

قام الباحث بتصميم مقياس للاغتراب السياسي- اعتمادًا على ما طرحته الدراسات السابقة في هذا الشأن- يتضمن خمسا وعشرين عبارة، تُعنى كل خمس منها بقياس بُعد من أبعاد الاغتراب السياسي الخمسة المتمثلة في: العجز، اللامعنى، اللامعيارية، العزلة، اللامبالاة السياسية، بحيث يحقق اختيار (لا) أعلى قيمة للاغتراب السياسي، و(نعم) أقل قيمة لتحقيقه.

ويظهر جدول رقم (٢٤) التكرارات البسيطة لكل جملة من جمل المقياس ونسبتها من إجمالي العينة.



جدول رقم ( ٢٤ )

الوسط المرجح والوزن المنوي لأبعاد الاغتراب السياسي

| أبعاد الاغتراب السياسي                               | رقم العبارة | الجملة   | نعم | إلى حد ما | لا  | الوسط المرجح | الوزن المنوي |
|--|-------------|--|-----|-----------|-----|--------------|--------------|
| العجز السياسي  | ١           | مشاركتي في التصويت الانتخابي مهم                                       | ١٩٣ | ١٤١       | ٦٦  | ٠,٦٦         | ٣٣%          |
|  | ٢           | الاحتجاجات الشعبية وسيلة فعالة في التأثير على القرارات الحكومية        | ٢١٨ | ١٦٠       | ٢٢  | ٠,٥١         | ٢٥,٥%        |
|  | ٣           | يمكنني الحصول على حقوقي كمواطن بسهولة                                  | ١٢  | ٣٨        | ٣٥٠ | ١,٨٤         | ٩٢%          |
|  | ٤           | مشاركتي السياسية مؤثرة في المجتمع                                      | ١٤٨ | ١٦٧       | ٨٥  | ٠,٨٤         | ٤٢%          |
|  | ٥           | مشاركتي في اتخاذ القرار مهمة ومؤثرة                                    | ٩٤  | ٨٩        | ٢١٧ | ١,٣١         | ٦٥,٥%        |
| الوسط المرجح والوزن النسبي لبعد العجز السياسي        |             |  |     |           |     |              |              |
| اللامعنى السياسي                                     | ٦           | المواد الدستورية تمثل نصوصاً واضحة بالنسبة لي                          | ٢٣١ | ١٢٨       | ٤١  | ٠,٥٢         | ٦٦%          |
|  | ٧           | تحرص الحكومة على تبرير وشرح أهداف القرارات التي تتخذها                 | ١٥  | ١٠٦       | ٢٧٩ | ١,٦٦         | ٨٣%          |
|  | ٨           | تقدم الأحزاب برامج واضحة للإصلاح وتغيير الأوضاع القائمة                | ٤٩  | ١٢٦       | ٢٢٥ | ١,٥٢         | ٧٦%          |
|  | ٩           | أنا على دراية كاملة بحقوقى وواجباتى كمواطن                             | ٣٩  | ٢١٧       | ١٤٤ | ١,٢٦         | ٦٣%          |
|  | ١٠          | أحرص على المشاركة في مناقشة مشاريع الحكومة المطروحة للنقاش المجتمعي    | ١٣٠ | ٤١        | ٢٢٩ | ١,٢٥         | ٦٢,٥%        |
| الوسط المرجح والوزن النسبي لبعد اللامعنى السياسي     |             |  |     |           |     |              |              |
| اللامعيارية السياسية                                 | ١١          | يحرص المسؤولون على الحفاظ على المال العام والمصلحة العامة              | ١٠٨ | ١٤١       | ١٥١ | ١,١١         | ٥٥,٥%        |
|  | ١٢          | الشفافية والنزاهة والمساواة هي قيم المجتمع السائدة                     | ٣٧  | ٥٤        | ٣٠٩ | ١,٦٨         | ٨٤%          |
|  | ١٣          | الجميع متساوي أمام القانون   | ٣٠١ | ٣٥        | ٦٤  | ٠,٤١         | ٢٠,٥%        |
|  | ١٤          | الكفاءة والحرص على المصلحة العامة هي شروط أساسية لنقل المناصب في بلدنا | ١٠  | ١١٧       | ٢٧٣ | ١,٦٧         | ٨٣,٥%        |
|  | ١٥          | الجميع ملتزم بقواعد وأخلاقيات العمل السياسي                            | ٦   | ٨٨        | ٣٠٦ | ١,٧٥         | ٨٧,٥%        |
| الوسط المرجح والوزن النسبي لبعد اللامعيارية السياسية |             |  |     |           |     |              |              |
| العزلة السياسية                                      | ١٦          | أنا منضم/ أفكر في الانضمام لحزب أو حركة سياسية                         | ٩١  | ١٨٤       | ١٢٥ | ١,٠٨         | ٥٤%          |
|  | ١٧          | أنا أرسل خطابات للمسؤولين للتعبير على سياساتهم                         | ٠   | ٦         | ٣٩٤ | ١,٩٩         | ٩٩,٥%        |
|  | ١٨          | سأدلي بصوتي في انتخابات مجلس النواب                                    | ١٤٢ | ١٤٩       | ١٠٩ | ٠,٩٢         | ٤٦%          |
|  | ١٩          | سأشارك في مظاهرة أو اعتصام ضد الأخطار التي تهدد المجتمع                | ٢٢٨ | ١١٧       | ٥٥  | ٠,٥٧         | ٢٨,٥%        |
|  | ٢٠          | سأشارك في مناقشات المشروعات التنموية القومية في المؤتمرات              | ١٢٤ | ١٣٢       | ١٤٤ | ١,٠٥         | ٥٢,٥%        |
| الوسط المرجح والوزن النسبي لبعد العزلة السياسية      |             |  |     |           |     |              |              |
| اللامبالاة السياسية                                  | ٢١          | أناقش الموضوعات السياسية مع أصدقائي وزملائي                            | ٤٩  | ٣٣٧       | ١٤  | ٠,٩١         | ٤٥,٥%        |
|  | ٢٢          | أهتم بمتابعة الأخبار والأحداث السياسية الداخلية                        | ١٩٩ | ١٨٥       | ١٦  | ٠,٥٤         | ٢٧%          |
|  | ٢٣          | أحرص على متابعة تصريحات المسؤولين في وسائل الإعلام                     | ١٥٣ | ١٣٩       | ١٠٨ | ٠,٨٩         | ٤٤,٥%        |
|  | ٢٤          | أهتم بمعرفة من الفائز في دائرتي الانتخابية                             | ٣٣٦ | ٣١        | ٣٣  | ٠,٢٤         | ١٢%          |
|  | ٢٥          | أحرص على التفاعل الإلكتروني مع الكتاب والنخبة السياسية                 | ٦   | ٧٣        | ٣٢١ | ١,٧٩         | ٨٩,٥%        |
| الوسط المرجح والوزن النسبي لبعد اللامبالاة السياسية  |             |  |     |           |     |              |              |
|  |             |  | ٧٤٣ | ٧٦٥       | ٤٩٢ | ٠,٧٨         | ٣٩%          |

وبالرغم من الدلالات والملاحظات التي تحملها لنا النسب المئوية لعبارات أبعاد الاغتراب السياسي، إلا أنها لا تمكننا من اتخاذ قرار محدد بشأن تحقق قيم الاغتراب من عدمه، وهو ما سعى الباحث إليه باستخدام أسلوب إحصائي يعتمد على حساب

الوسط الحسابي المرجح والوزن المئوي، للوصول إلى دلالات أكثر عمقاً لكل عبارة من هذه العبارات، وبالتالي لكل خمس عبارات مجتمعة تعبر عن بعد معين من أبعاد الاغتراب السياسي، ما يمكننا في النهاية من الحكم على مدى تحقق أبعاد الاغتراب الخمسة سالفة الذكر والوزن المئوي لتحقيق كل منها، كما يتبين من الجدول رقم (٢٥).

وقد تم حساب الوسط الحسابي المرجح باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{المرجح الحسابي الوسط} = \frac{\text{مرج ك (نجم)} \times 0 + \text{مرج ك (إلى حد م)} \times 1 + \text{مرج ك (ل)} \times 2}{\text{مرج ك (نجم)} + \text{مرج ك (م ا ح د إلى)} + \text{مرج ك (ل)}}$$

فيما تم حساب الوزن المئوي باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{الوزن المئوي} = \frac{\text{الوسط الحسابي المرجح} \times 100}{\text{أعلى قيمة بالمقياس (2)}}$$

كذلك قام الباحث باعتماد القيمة (١) باعتبارها الوسط الحسابي المفترض، ووزنه المئوي (٥٠%)، وذلك بجمع درجات المقياس وقسمتها على عددها،  $1 = 3 / (2 + 1 + 0)$ ، فيما تم حساب الوزن المئوي المفترض، بقسمة الوسط المفترض على أعلى درجة في المقياس وضرب الناتج في ١٠٠،  $100 = 100 \times (2/1)$ ، وهو ما يمثل الحد الفاصل الذي يمكن من خلاله اتخاذ القرار بشأن تحقق بعد الاغتراب من عدمه بل ودرجته، قياساً على ابتعاد أو اقتراب الوسط المرجح ووزنه المئوي لكل بُعد أو ابتعاده عن الوسط المفترض (١) ووزنه المئوي (٥٠%).

وبحساب الوسط المرجح لإجمالي عبارات المقياس الخمس والعشرين، كما في الجدول رقم (٢٥)، يتضح أن الاغتراب السياسي تحقق لدى مفردات العينة بوسط (١,٠٩٦) ووزن مئوي ٥٤,٨٠%، بيد أن تحقق أبعاده يتفاوت من بعد لآخر، سواء من حيث مدى تحققها أو درجتها.

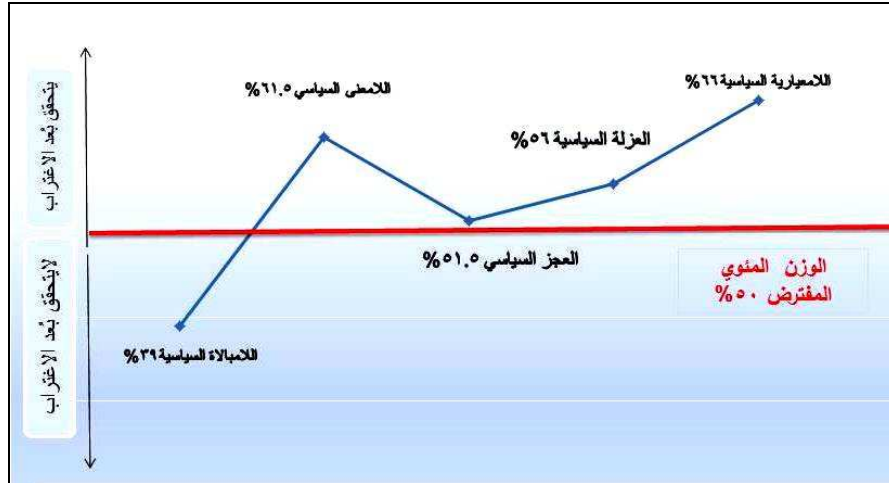
وفي هذا السياق، من الأهمية الإشارة إلى أنه لا يمكن التعليل بأن إعلام الموبايل والمشاركة السياسية.

## جدول رقم (٢٥)

الوسط المرجح والوزن المنوي لأبعاد الاغتراب السياسي لدى مفردات العينة

| أبعاد الاغتراب السياسي            | نعم  | إلى حد ما | لا   | الوسط المرجح | الوزن المنوي |
|-----------------------------------|------|-----------|------|--------------|--------------|
| اللامعيارية السياسية              | ٤٦٢  | ٤٣٥       | ١١٠٣ | ١,٣٢         | ٦٦%          |
| اللامعني السياسي                  | ٤٦٤  | ٦١٨       | ٩١٨  | ١,٢٣         | ٦١,٥%        |
| العزلة السياسية                   | ٥٨٥  | ٥٨٨       | ٨٢٧  | ١,١٢         | ٥٦%          |
| العجز السياسي                     | ٦٦٥  | ٥٩٥       | ٧٤٠  | ١,٠٣         | ٥١,٥%        |
| اللامبالاة السياسية               | ٧٤٣  | ٧٦٥       | ٤٩٢  | ٠,٧٨         | ٣٩%          |
| الإجمالي (أبعاد الاغتراب السياسي) | ٢٩١٩ | ٣٠٠١      | ٤٠٨٠ | ١,٠٩٦        | ٥٤,٨٠%       |

ويوضح الشكل رقم (١)، مدى تحقق الأبعاد الخمسة للاغتراب السياسي قياساً إلى الوزن المنوي المفترض، والفروق النسبية بين تحقق كل بعد منها.



شكل رقم (١)

مدى تحقق أبعاد الاغتراب السياسي وفق الأوزان المنوية لكل منها قياساً إلى الوزن النسبي المفترض

ومن خلال الجدول السابق، نجد أن:

- بُعد اللامعيارية السياسية كان أعلى قيمة في أبعاد الاغتراب السياسي تحقيقاً بوسط حسابي (١,٣٢) ووزن منوي ٦٦%، وهو ما يؤشر بقوة إلى الخلل في العلاقة بين الحاكم والمحكوم لدى عينة الدراسة، وعدم الاتساق بين ما يعتقد

الفرد بأنه صحيح من قيم العدالة والصدق والمساواة، وما يشعر به ويتحقق على أرض الواقع بالفعل، وبالتالي انهيار المعايير في العلاقات بين المسؤولين السياسيين والأفراد، وشعور بالأفراد بأن المسؤولين السياسيين ينتهكون الإجراءات القانونية في التعامل مع الأفراد، أو في الوصول إلى القرارات السياسية. وقد دعم التسرع في إصدار قانون الانتخابات والحكم بعدم دستورية بعض موادها الخاصة بتقسيم الدوائر الانتخابية حالة اللامعيارية في العمل السياسي، وأدى إلى ارتباك الاستحقاق الانتخابي وقلص فرصة المشاركة في الانتخابات والتشكيك في جدوها.

- **بُعد اللامعنى السياسي جاء بوسط حسابي (١,٢٣) ووزن منوي ٦١,٥%**، وهو ما يدل على ضبابية البيئة السياسية لدى المبحوثين، وشعورهم بسيطرة الغموض على الخطط والبرامج السياسية والأطر التشريعية المنظمة للبيئة السياسية في إطار يكفل الحقوق ويحدد المسؤوليات، وهو الواقع الذي يجعلهم عاجزين عن التفاعل معها، ومن ثم الإحجام عن المشاركة السياسية. ويدعم عدم الاتفاق على أحداث ثورة ٢٥ يناير وأطرفها اللامعنى والاعتراب السياسي، ويغزي آليات التهميش والبعد عن السياسة بكل صورها لدى قطاعات واسعة من المصريين لا تزال حائرة بين سرديات الإخوان وسرديات نظام ٣٠ يونيو. بالإضافة إلى أحكام البراءة لرموز نظام مبارك وعودة بعضهم لممارسة العمل السياسي، وعدم إصلاح أجهزة الدولة.

- **بُعد العزلة السياسية جاء بوسط حسابي (١,١٢) ووزن منوي ٥٦%**، وهو ما يؤشر بقوة إلى وجود حالة من الانفصال عن الواقع السياسي والإحجام عن الفعاليات السياسية المختلفة، وهو ما يتسق مع وجود ٤٠,٦% لم يشاركوا في الفعاليات السياسية التي دعت إليها وسائل إعلام الموبايل، الأمر الذي يعكس حالة الغموض واللامعيارية التي تسود الواقع السياسي، وتدفع الشباب للعزوف عن المشاركة السياسية.

- **جاء بعد العجز السياسي بوسط حسابي (١,٠٣) ووزن منوي ٥١,٥%**، وعلى الرغم من أن هذا الوزن يعني تحقق ذلك البعد إلا أنه يتحقق بفارق ١,٥% عن الوزن المفترض، وهي أقل نسبة مقارنة بالأبعاد الثلاثة السابقة، أي إن المبحوث أكثر ثقة في قدرته في التأثير من ثقته في نزاهة المعايير والقيم التي تنظم البيئة السياسية المحيطة به.

- بُعد اللامبالاة السياسية جاء بوسط حسابي (٠,٧٨) ووزن منوي ٣٩%، وهو ما يشير إلى أن شعور العينة بالخلل القيمي والغموض وضعف القدرة على التأثير السياسي والعزوف عن المشاركة لم يمنعها من الاهتمام بمجريات الأحداث ومتابعتها على إعلام الموبايل، وهو ما يعنى أن اهتمام البحوث بالشأن السياسي لا يعنى بالضرورة استعداده للمشاركة السياسية في نطاق عينة الدراسة، ويعزى ذلك إلى افتقاد القيم والمعايير والضمانات التي تنظم البيئة السياسية، وسيطرة الضبابية والغموض والخلل في المنظومة القيمية التي تحكم المشهد السياسي المصري.

#### - المحور الثاني: اختبار فروض الدراسة:

ترمي الدراسة إلى اختبار العلاقة بين رؤية الشباب المصري لتأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية، وكذلك ثقة الشباب المصري في إعلام الموبايل وشعورهم بالاغتراب السياسي، ولقياس هذه العلاقة تحاول الدراسة اختبار وقياس صحة الفروض التالية:

وقد وضعت الدراسة ثمانية فروض رئيسية مرتبطة بالعلاقة بين إعلام الموبايل والمشاركة السياسية، في إطار ما يطرحه مدخل الاتصال السياسي المتنقل ونظرية الاغتراب السياسي، والتي تنتج أبعادًا متعددة لتوصيف العلاقة تشمل: تصورات الفرد واهتمامه وسلوكه إزاء الواقع السياسي، وكذلك إدراكه لحدود دوره وتأثيره فيه أيضًا، وهو المنظور الذي يفتح آفاقًا أرحب تتجاوز حدود تفسير حالة "اللامشاركة" إلى ما يكمن وراءها من تصورات الفرد وقناعاته التي يتخذ بناءً عليها قراره بالمشاركة من عدمه، وهو هدف الدراسة الأساسي من منطلق التعريف الإجرائي الذي يرى في المشاركة سلوكًا إراديًا وطوعيًا يستهدف التأثير على القرار السياسي، وفيما يلي استعراض لنتائج اختبار الفروض وفق ما أظهره التحليل الإحصائي لبيانات العينة.

- الفرض الأول: كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره بالعجز السياسي.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب لإعلام الموبايل وثقته فيه ومدى شعوره بالعجز السياسي، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة - تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (٢٦).

جدول رقم (٢٦)

الارتباط بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه ومدى الشعور بالعجز السياسي

| العجز السياسي                               | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه | معامل ارتباط سبيرمان<br>Spearman's rho |                                  |
|---|----------------------------------|--|----------------------------------|
| ٠,٤١٤-                                      |                                  | معامل الارتباط Correlation Coefficient | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه |
| ٠,٠٠٠                                       |                                  | الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)       |                                  |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |                                  |
|   | ٠,٤١٤-                           | معامل الارتباط Correlation Coefficient | العجز السياسي                    |
|   | ٠,٠٠٠                            | الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)       |                                  |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |                                  |
| الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ |                                  |  |                                  |

ويوضح الجدول السابق انتفاء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه والشعور بالعجز السياسي لدى الشباب المصري عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته -٠,٤١٤، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين وبلغت قيمته (-٠,٤١٤) أي أنها علاقة متوسطة، عند مستوى معنوية ٠,٠١.

وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الأول القائل بـ "كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره بالعجز السياسي"، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي أنه "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره بالعجز السياسي".

- الفرض الثاني: كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامعنى السياسي.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب لإعلام الموبايل وثقته فيه ومدى شعوره باللامعنى السياسي، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط "سبيرمان"، كما يتضح من الجدول رقم (٢٧).

جدول رقم (٢٧)

الارتباط بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه ومدى الشعور باللامعنى السياسي

| اللامعنى السياسي                            | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه | معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho    |
|---|----------------------------------|--|
| ٠,٠٢٨                                       |                                  | معامل الارتباط Correlation Coefficient |
| ٠,٥٨٠                                       |                                  | الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)       |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |
|   | ٠,٠٢٨                            | معامل الارتباط Correlation Coefficient |
|   | ٠,٥٨٠                            | الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)       |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |
| الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ |                                  |  |

ويوضح الجدول السابق وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه والشعور باللامعنى السياسي لدى الشباب المصري عنية الدراسة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (٠,٠٢٨) أي أنها علاقة سلبية ولكنها ضعيفة للغاية، عند مستوى معنوية ٠,٠١.

وبالتالي.. تقبل الدراسة الفرض الثاني القائل بـ"كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامعنى السياسي".

- الفرض الثالث: كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامعيارية السياسية.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب لإعلام الموبايل وثقته فيه ومدى شعوره باللامعيارية السياسية، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (٢٨).

جدول رقم (٢٨)

الارتباط بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه ومدى الشعور باللامعيارية السياسية

| اللامعيارية السياسية                        | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه | معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho |              |
|---|----------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| ٠,٢٣٦-                                      |                                  | Correlation Coefficient             | متابعة إعلام |
| ٠,٠٠٠                                       |                                  | Sig.(2-tailed)                      | الموبايل     |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                       | والثقة فيه   |
|   | ٠,٢٣٦-                           | Correlation Coefficient             | اللامعيارية  |
|   | ٠,٠٠٠                            | Sig.(2-tailed)                      | السياسية     |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                       |              |
| الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ |                                  |                                     |              |

ويوضح الجدول السابق انتفاء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه والشعور باللامعيارية السياسية لدى الشباب المصري عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته -٠,٢٣٦، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين بلغت قيمته (-٠,٢٣٦) أي أنها علاقة ضعيفة، عند مستوى معنوية ٠,٠١.

وبالتالي..

ترفض الدراسة الفرض الثالث القائل بـ"كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامعيارية السياسية"، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي أنه "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره باللامعيارية السياسية".

- الفرض الرابع: كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره بالعزلة السياسية.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب لإعلام الموبايل وثقته فيه ومدى شعوره بالعزلة السياسية، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (٢٩).



جدول رقم (٢٩)

الارتباط بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه ومدى الشعور بالعزلة السياسية

| العزلة السياسية                             | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه | معامل ارتباط سبيرمان<br>Spearman's rho |                                  |
|---|----------------------------------|--|----------------------------------|
| ٠,٢٣٨-                                      | ٤٠٠                              | معامل الارتباط                         | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه |
|   |                                  | Correlation Coefficient                |                                  |
|   |                                  | Sig.(2-tailed)                         |                                  |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |                                  |
| ٠,٢٣٨-                                      | ٤٠٠                              | معامل الارتباط                         | العزلة السياسية                  |
|   |                                  | Correlation Coefficient                |                                  |
|   |                                  | Sig.(2-tailed)                         |                                  |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |                                  |
| الارتباط دال إحصائيًا عند مستوى معنوية ٠,٠١ |                                  |  |                                  |

ويوضح الجدول السابق انتفاء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه والشعور بالعزلة السياسية لدى الشباب المصري عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته -٠,٢٣٨، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين بلغت قيمته (-٠,٢٣٨) أي أنها علاقة ضعيفة، عند مستوى معنوية ٠,٠١. وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الرابع القائل بـ"كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره بالعزلة السياسية"، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي إنه "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره بالعزلة السياسية".

- الفرض الخامس: كلما ازدادت متابعة الشباب وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامبالاة السياسية.

ولاختبار وجود علاقة بين درجة متابعة الشباب لإعلام الموبايل وثقته فيه ومدى شعوره باللامبالاة السياسية، وكذلك شدة واتجاه هذه العلاقة تم حساب معامل الارتباط سبيرمان، كما يتضح من الجدول رقم (٣٠).

جدول رقم (٣٠)

الارتباط بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه ومدى الشعور باللامبالاة السياسية

| اللامبالاة السياسية                         | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه | معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho    |                                  |
|---|----------------------------------|--|----------------------------------|
| ٠,٢٠٨-                                      |                                  | معامل الارتباط Correlation Coefficient | متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه |
| ٠,٠٠٠                                       |                                  | الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)       |                                  |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |                                  |
|   | ٠,٢٠٨-                           | معامل الارتباط Correlation Coefficient | اللامبالاة السياسية              |
|   | ٠,٠٠٠                            | الدلالة الإحصائية Sig.(2-tailed)       |                                  |
| ٤٠٠   | ٤٠٠                              | إجمالي العينة                          |                                  |
| الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١ |                                  |  |                                  |

ويوضح الجدول السابق انتفاء وجود علاقة طردية بين متابعة إعلام الموبايل والثقة فيه والشعور باللامبالاة السياسية لدى الشباب المصري عينة الدراسة، فيما يظهر وجود ارتباط عكسي بين المتغيرين بلغت قيمته -٠,٢٠٨، أي أنها علاقة عكسية بين المتغيرين بلغت قيمته (-٠,٢٠٨) أي أنها علاقة ضعيفة، عند مستوى معنوية ٠,٠١.

وبالتالي.. ترفض الدراسة الفرض الخامس القائل بـ"كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامبالاة السياسية"، فيما تثبت وجود علاقة عكسية بين المتغيرين، أي أنه "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره باللامبالاة السياسية".

الفرض السادس: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الشباب في إعلام الموبايل ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية.

لدراسة واختبار هذه العلاقة استخدم الباحث اختبار كاي<sup>٢</sup> chi-square للاستقلالية وذلك لاختبار العلاقة بين ثقة الشباب في إعلام الموبايل ورؤيتهم له كأداة لمشاركة السياسية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

### جدول (٣١)

اختبار كاي<sup>٢</sup> للعلاقة بين ثقة الشباب في إعلام الموبايل ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية.

| معامل التوافق<br>Contingency<br>Coefficient | مستوى<br>الدلالة<br>الإحصائية<br>sig | درجة<br>الحرية | قيمة<br>كا <sup>٢</sup> | لا | نعم | رؤية الشباب لإعلام<br>الموبايل كأداة للمشاركة<br>السياسية |
|---|--------------------------------------|----------------|-------------------------|----|-----|---|
| ٠,١٨٢                                       | ٠,٠٠٨                                | ٤              | ١٣,٧٣٤                  | ٠  | ١٠  | أتابعه وأثق<br>فيه كثيرا                                  |
|   |                                      |                |                         | ٢  | ٣٨  | أتابعه وأثق<br>فيه  |
|   |                                      |                |                         | ١٠ | ٧٨  | أتابعه من<br>حين لآخر                                     |
|   |                                      |                |                         | ٣٤ | ١١٨ | أثق قليلا   |
|   |                                      |                |                         | ٢٦ | ٨٤  | لا أثق أبدا   |
|   |                                      |                |                         | ٧٢ | ٣٢٨ | الإجمالي  |

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند  $\infty = ٠,٠٥$

أظهرت نتائج اختبار الفرض الثامن إلى أن قيمة كاي<sup>٢</sup> المحسوبة بلغت ١٣,٧٣٤، وهي قيمة أكبر عن "كا<sup>٢</sup>" الجدولية والبالغة ٩,٤٩، وعند مستوى دلالة ٠,٠٠٨ وهي قيمة أصغر من مستوى دلالة ( $\infty = ٠,٠٥$ )، مما يعني وجود علاقة بين المتغيرين، وبذلك يتضح وجود دلالة إحصائية، ما يعني قبول الفرض البديل ورفض الفرض العدم، أي أنه توجد علاقة بين المتغيرين. وللتأكد من النتيجة تم اختبار قوة تلك العلاقة، حيث بلغت قيمة معامل التوافق Contingency Coefficient ٠,١٢٨، أي أن العلاقة بين المتغيرين ضعيفة، وبذلك يتضح وجود

علاقة بين متابعة الشباب لإعلام الموبايل والثقة فيه ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية.

وبالتالي... ترفض الدراسة الفرض العدم القائل بـ "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب لإعلام الموبايل والثقة فيه ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية"، وتقبل الفرض البديل القائل "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب لإعلام الموبايل والثقة فيه ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية".

الفرض السابع: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم.

لدراسة واختبار هذه العلاقة استخدام الباحث اختبار كاي<sup>2</sup> chi-square للاستقلالية وذلك لاختبار العلاقة بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:-

### جدول (٣٢)

اختبار كاي<sup>2</sup> للعلاقة بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم

| معامل التوافق<br>Contingency<br>Coefficient | مستوى<br>الدلالة<br>الإحصائية<br>sig | درجة<br>الحرية | قيمة<br>كا <sup>2</sup> |     |     | المشاركة السياسية<br>للسباب |
|---|--------------------------------------|----------------|-------------------------|-----|-----|-----------------------------|
|   |                                      |                |                         | لا  | نعم |                             |
| ٠,٢١٣                                       | ٠,٠١٥                                | ٨              | ١٨,٩٣٩                  | ٣   | ٧   | أهتم كثيرا                  |
|   |                                      |                |                         | ١٨  | ١٩  | أهتم                        |
|   |                                      |                |                         | ٣٨  | ٣٩  | أهتم من<br>حين لآخر         |
|   |                                      |                |                         | ٤٦  | ٧٥  | أهتم قليلا                  |
|   |                                      |                |                         | ٢٨  | ٥٢  | لا أهتم أبدا                |
|   |                                      |                |                         | ١٣٣ | ١٩٢ | الإجمالي                    |

حسب مستوى الدلالة الإحصائية عند  $\alpha = 0,05$

أظهرت نتائج اختبار الفرض التاسع إلى أن قيمة كآ المحسوبة بلغت ١٨,٩٣٩، وهي قيمة أكبر عن "كآ" الجدولية والبالغة ١٥,٥١، وعند مستوى دلالة ٠,٠١٥ وهي قيمة أصغر من مستوى دلالة ( $\infty = ٠,٠٥$ )، مما يعنى وجود علاقة بين المتغيرين، وبذلك يتضح وجود دلالة إحصائية، ما يعنى قبول الفرض البديل ورفض الفرض العدم، أي أنه توجد علاقة بين المتغيرين. وللتأكد من النتيجة تم اختبار قوة تلك العلاقة، حيث بلغت قيمة معامل التوافق Contingency Coefficient ٠,٢١٣، أي أن العلاقة بين المتغيرين ضعيفة، وبذلك يتضح وجود علاقة بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم.

وبالتالي... ترفض الدراسة الفرض العدم القائل بـ "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم"، وتقبل الفرض البديل القائل "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم".

#### خلاصة البحث:

يمثل الاتصال السياسي عبر إعلام الموبايل شكل من أشكال الممارسة السياسية غير التقليدية، ونوع من المشاركة السياسية البديلة التي اتجه إليها الشباب في ظل شعورهم بعجز القنوات التقليدية عن تحقيق التغيير المنشود في البيئة السياسية، ومع ارتفاع سقف الحرية الشخصية على الوسيط الشبكي، وتطور تكنولوجيا الموبايل التي تمحورت حول الهواتف الذكية Smartphone، أصبح يمتلك كثير من الأفراد القدرة على الحديث والنقاش عن السياسة والشؤون العامة للتغلب على حالة عدم اليقين نحو كثير من القضايا السياسية، وبالتالي فإن مناقشة الواقع السياسي يُعد عاملاً مهماً في التأثير الإيجابي على مستوى المشاركة السياسية. كما تخلق سمات التنقل والفورية لوسائل إعلام الموبايل مساحة للاتصال الفوري والدائم، وطقوسا اتصالية تساعد المجموعات التي تحمل رؤى سياسية موحدة على تشكيل روابط متماسكة بطرق متعددة لم تكن متاحة في الماضي، وبالتالي فإن استخدام إعلام الموبايل والثقة في أدواته وآلياته الاتصالية والإعلامية يُعد من العوامل المؤثرة على المشاركة السياسية، فضلا عن استخدام أخبار الموبايل Mobile News كمتغير مؤثر على مستوى المشاركة السياسية.

وفي هذا السياق، توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج والدلالات أهمها:

- حصلت الشبكات الاجتماعية على أعلى مرتبة في قائمة وسائل الإعلام الإلكترونية التي يحرص الشباب المصري على متابعتها بنسبة (٢٣,٣%)، بينما جاءت الصحف الإلكترونية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٠,٨%) من إجمالي الوسائل من حيث درجة المتابعة والأهمية للشباب المصري.
- أظهرت النتائج أن الهاتف الذكي Smart Phone احتل المرتبة الأولى بين الأجهزة الإلكترونية المحمولة التي يستخدمها الشباب المصري في متابعة الأخبار بنسبة بلغت (٤٩,٥%)، تلا ذلك التابلت "الجهاز اللوحي" في المرتبة الثاني بنسبة (٣٢,٨%).
- اهتم الشباب المصري بمتابعة أخبار الموبايل بدرجة كبيرة، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (٣,٤٠ إلى ٤,١٩) الأمر الذي يفسر ارتفاع معدل استخدام إعلام الموبايل في متابعة أخبار الأحداث الجارية وتطوراتها.
- يتفاعل الشباب المصري مع ما يقرأ على التطبيقات الإعلامية بشكل دائم، حيث وقعت قيمة المتوسط المرجح بين القيمة (من ٢,٣٤ إلى ٣) الأمر الذي يفسر درجة تفاعل الشباب مع التطبيقات الإعلامية لوسائل الإعلام والمنصات الاجتماعية.
- جاء الاحتكاك والتفاعل مع الأصدقاء والنخبة السياسية والاستفادة من رؤيتهم للأحداث، وتكوين رأي عن مختلف القضايا السياسية في مقدمة أسباب رؤية الشباب لإعلام الموبايل كأداة للمشاركة السياسية بنسبة متساوية بلغت (١٥,٩%)، ثم جاء الحصول على أهم الأحداث السياسية فور وقوعها بنسبة (١٥,٣%)، تلا ذلك امتلاك المهارات اللازمة لتصفح الأخبار عبر الموبايل بنسبة (١٥%).
- جاءت تطبيقات الشبكات الاجتماعية وأهمها (فيس بوك- تويتر- وجوجل بلس) في المرتبة الأولى بين وسائل إعلام الموبايل الأكثر تأثيراً على المشاركة السياسية للشباب المصري بنسبة (٢١,٩%)، ثم تطبيقات المواقع الإخبارية الإخبارية (اليوم السابع، الوطن، المصري اليوم، العربية، البي بي سي العربية) في المرتبة الثانية بنسبة (١٥%).
- رأى (٥٩,٨%) من الشباب عينة الدراسة قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو، بينما جاءت نسبة من يرى ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو بنسبة (٤٠,٣%).

- استحوذ خيار المشاركة في مناقشة قضايا الشأن العام على المرتبة الأولى في قائمة الحقوق السياسية بالنسبة للشباب المصري بنسبة (١٦,٧%)، وجاء الحق في العمل الذي يضمن حياة كريمة، وحق جودة التعليم في المرتبة الثانية بنسبة متساوية بلغت (١٥,٧%).

- تحقق الاغتراب السياسي لدى مفردات العينة بوسط (١,٠٩٦) ووزن مؤوي ٥٤,٨٠%، بيد أن تحقق أبعاده يتفاوت من بعد لآخر، سواء من حيث مدى تحققها أو درجتها.

#### وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض خلصت الدراسة إلى ما يلي:

- ثبتت عدم صحة الفرض الأول القائل بـ "كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره بالعجز السياسي"، وتم قبول الفرض البديل القائل "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره بالعجز السياسي".

- ثبتت صحة الفرض الثاني القائل بـ "كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامعنى السياسي".

- ثبتت عدم صحة الفرض الثالث القائل بـ "كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامعيارية السياسية"، وتم قبول الفرض البديل القائل أنه "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره باللامعيارية السياسية".

- كما لم تتحقق صحة الفرض الرابع القائل بـ "كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره بالعزلة السياسية"، وتم قبول الفرض البديل القائل أنه "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره بالعزلة السياسية".

- ثبتت عدم صحة الفرض الخامس القائل بـ "كلما ازدادت متابعة الشباب المصري وثقته في إعلام الموبايل ازداد شعوره باللامبالاة السياسية"، وتم قبول الفرض البديل القائل أنه "كلما ازدادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره باللامبالاة السياسية".

- لم تتحقق صحة الفرض السادس القائل بـ "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب لإعلام الموبايل والثقة فيه ورؤيتهم له كأداة للمشاركة

السياسية"، وتم قبول الفرض البديل القائل "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متابعة الشباب لإعلام الموبايل والثقة فيه ورؤيتهم له كأداة للمشاركة السياسية".

- ثبتت عدم صحة الفرض الفرض السابع القائل بـ "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم"، وتم قبول الفرض البديل القائل "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لأخبار الموبايل والمشاركة السياسية لديهم".

#### مقترحات البحث وما يثيره من دراسات مستقبلية:

- بناءً على ما تقدم من نتائج البحث وما اقترحه الباحثون وأيضاً أفراد العينة من الشباب، يتقدم الباحث بجملة من الاقتراحات تتمثل في الآتي:
- ضرورة استفادة الدولة والمؤسسات الرسمية والأحزاب السياسية من ميزات إعلام الموبايل في نشر التوعية السياسية، والترويج لبرامج الحكومة والأحزاب السياسية والتواصل مع أفراد المجتمع، وتشجيع الشباب على المشاركة السياسية وادماجهم في رسم السياسات وصنع القرارات المختلفة.
  - الاستمرار في البحث والدراسة في آليات إعلام الموبايل ووسائطه المتعددة (الرسائل النصية، الاتصال الصوتي والمرئي، التطبيقات الاتصالية، تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي) المؤثرة على المشاركة السياسية.
  - ضرورة البحث في تأثير إعلام الموبايل في إعادة تعريف المشاركة السياسية، ومواصلة تطوير أسئلة البحث والنظريات التي تُعنى بالبحث والدراسة في المشاركة السياسية المتنقلة.



- (١) Westlund, O., Producer-Centric vs. Participation-Centric: On the Shaping of Mobile Media, **Northern Lights**, Vol.10, No.1, 2012, PP.107–109.
- (٢) Carl Y. Pick, Mobile Strategies in Political Communication, **MA Theses**, Faculty of the School of Communication In Partial, 2010, P.2.
- (٣) Dong-Hoo Lee, Smartphones, Mobile Social Space, and New Sociality in Korea, **Mobile Media & Communication**, Vol.1, No.3, 2013, PP. 269–270.
- (٤) Feldmann Valerie., **Information Age Economy: Leveraging Mobile Media: Cross-Media Strategy and Innovation Policy for Mobile Media Communication**, (New York: Physica-Verlag Heidelberg, 2005), PP. 6-7.
- (٥) Chyi, H. I., & Chadha., M., News on New Devices: Is Multi-Platform News Consumption Areality?, **Journalism Practice**, Vol.6, No.4, 2012, P. 433.
- (٦) Larissa Hjorth & Sarah Pink., New Visualities and the Digital Wayfarer: Reconceptualizing Camera Phone Photography and Locative Media, **Mobile Media & Communication**, Vol. 2, No.1, 2014, P.40.
- (٧) Maria I. Prete, M-politics: Credibility and Effectiveness of Mobile Political Communications, **Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing**, Vol.16, 2007.
- (٨) Carl Y. Pick, **Op.Cit.**
- (٩) Hyun-C. Lim & Joonkoo L., Mobile Communication, Political Participation And the Public Sphere: South Korea’s Experiences, **Media Asia**, Vol. 37, No. 4, 2010.
- (١٠) Scott W. Campbell & Nojin Kwak, Political Involvement in “Mobilized” Society: The Interactive Relationships Among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation, **Journal of Communication**, Vol. 61, No.6, 2011.
- (١١) Dong-Hoo Lee, **Op.Cit.**
- (١٢) Arulchelvan S., New Media Communication Strategies for Election Campaigns: Experiences of Indian Political Parties, **Online Journal of Communication and Media Technologies**, Vol.4, No.3, 2014.
- (١٣) Statista., Number of mobile phone users worldwide from 2013 to 2019., 2014, **Available At:**  
<http://www.statista.com/statistics/274774/forecast-of-mobile-phone-users-worldwide/>
- (١٤) Jakob Ohme, The Acceptance of Mobile Government from a Citizens’ Perspective: Identifying Perceived Risks and Perceived Benefits, **Mobile Media & Communication**, Vol.2, No.3, 2014.

- 
- (١٥) Christina Neumayer & Gitte Stald, The Mobile Phone in Street Protest: Texting, Tweeting, Tracking, and Tracing, **Mobile Media & Communication**, Vol.2, No.2, 2014.
- (١٦) Jason A. Martin, Mobile Media and Political Participation: Defining and Developing an Emerging field, **Mobile Media & Communication**, Vol.2, No.2, 2014.
- (١٧) Ran Wei, Texting, Tweeting, and Talking: Effects of Smartphone Use on Engagement in Civic Discourse in China, **Mobile Media & Communication**, Vol.2, No.1, 2014.
- (١٨) Frank Newport, Mobile Technology in Politics More Potential Than Reality, Little Substantive Difference in Political Contact Among Americans, Politics, **Gallup**, 2014, **Available At:** <http://www.gallup.com/poll/168767/mobile-technology-politics-potential-reality.aspx#>
- (١٩) Michael Chan, Examining the Influences of News Use Patterns, Motivations, and Age Cohort on Mobile News Use: The Case of Hong Kong, **Mobile Media & Communication**, Vol.3, No.2, 2015.
- (٢٠) Jason A. Martin, Mobile News Use and Participation in Elections: A bridge for the Democratic Divide?, **Mobile Media & Communication**, Vol. 3, No.2, 2015.
- (٢١) Rajiv G. Aricat, Mobile/Social Media Use for Political Purposes Among Migrant Laborers in Singapore, **Journal of Information Technology & Politics**, Vol. 12, 2015.
- (٢٢) Jason A. Martin, Mobile Media Activity Breadth and Political Engagement: An Online Resource Perspective, **International Journal of Mobile Communications**, Vol. 14 Issue 1, November 2015.
- (٢٣) Markus Rohde et al, Out of Syria: Mobile Media in Use at the Time of Civil War, **International Journal of Human-Computer Interaction**, Vol. 32, Issue 7, 2016.
- (٢٤) Duggan. Maeve, “Mobile Messaging and Social Media – 2015” Pew Research Center, August 2015, **Available at:** <http://www.pewinternet.org/2015/08/19/mobile-messaging-and-social-media-2015/>
- (٢٥) Scott W. Campbell & Nojin Kwak, Mobile Communication and Civic Life: Linking Patterns of use to Civic and Political Engagement, **Journal of Communication**, Vol. 60, No.3, 2010, PP. 536–539.
- (٢٦) Rai ICT Facts & Figures, The world in 2015, **Available At:** <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>

(٢٧) البنك الدولي، تقرير المعلومات والاتصالات من اجل التنمية، تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول، ٢٠١٢،

**Available At:**

<http://siteresources.worldbank.org/INFORMATIONANDCOMMU>

---

**NICATIONANDTECHNOLOGIES/**  
**Resources/2013000181ARAara001 Low.pdf**

(٢٨) جمهورية مصر العربية، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، مايو ٢٠١٦، ص٣.

- (٢٩) Ran Wei, Mobile Media: Coming of Age With a big Splash, **Mobile Media & Communication**, Vol.1, No.1, 2013, P.53.
- (٣٠) Kwak, N. &Williams, A.,Wang, X.,&Lee,H., Talking politics and Engaging Politics: An Examination of the Interactive Relationships Between Structural features of Political Talk and Discussion Engagement, **Communication Research**, 32, 2005, PP. 87-90.
- (٣١) Matsuda, M., Mobile Communication and Selective Sociality, In M. Ito, D. Okabe, & M. Matsuda (Eds.), **Personal, Portable, Pedestrian: Mobile phones in Japanese life**, Cambridge, MA: MIT Press, 2005, PP. 123–142.
- (٣٢) Scott W. Campbell & Nojin Kwak, Political Involvement in “Mobilized” Society: The Interactive Relationships among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation, **Op.Cit**, 2011, P. 1005.
- (٣٣) Chaffee, S., & Metzger, M., The End of Mass Communication?, **Mass Communication & Society**, Vol.4, No.4, 2001, P. 367.
- (٣٤) Licoppe, C, Connected Presence: The Emergence of A new Repertoire for Managing Social Relationships in A changing Communication Technoscape, **Environment and Planning D: Society and Space**, Vol.22, No.1, 2004, P.135.
- (٣٥) Ling, R., **The Mobile Connection: The Cell Phone’s Impact on Society**, San Francisco: Morgan Kaufman Publishers, 2004, P.59.
- (٣٦) Scott W. Campbell & Nojin Kwak, Political Involvement in “Mobilized” Society: The Interactive Relationships among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation, **Op.cit**, 2011, P. 1006.
- (٣٧) Kaid, L. L. (Ed.), **Handbook of Political Communication Research**, (Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004), P.41.
- (٣٨) Chaffee, S. H., & Schleuder, J., Measurement and Effects of Attention to Media News,**Human Communication Research**, Vol.13, No.1, 1986, PP. 76–82.
- (٣٩) Drew, D., & Weaver, D, Media Attention, Media Exposure and Media Effect, **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.67, No.4, 1990, PP. 740–748.
- (٤٠) Scott W. Campbell & Nojin Kwak, Political Involvement in “Mobilized” Society: The Interactive Relationships among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation, **Op.cit**, 2011, P. 1005.

- (٤١) Duggan, Maeve, **Op.Cit.**
- (٤٢) ITU., ICT facts and figures 2013, **Available at:**  
<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013-e.pdf>
- (٤٣) ComScore, The 2015 U.S. Mobile App Report, **Available at:**  
<https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2015/The-2015-US-Mobile-App-Reportz>
- (٤٤) Ling, R., New Tech, **New Ties: How Mobile Communication is Reshaping Social Cohesion**, (Cambridge, MA: The MIT Press, 2008), P.186.
- (٤٥) Dong-Hoo Lee, **Op.Cit**, P. 271.
- (٤٦) Frank Newport, **Op.Cit.**
- (٤٧) Steve Cohen, The Impact of Technology on Political Communication, New York Observer, 2009, **Available at:**  
<http://observer.com/2009/06/the-impact-of-technology-on-political-communication>.
- (٤٨) Jason A. Martin, Mobile Media and Political Participation: Defining and Developing an Emerging field, **Op.Cit**, 2014, P.181.
- (٤٩) Ling, R., **New tech, New Ties: How Mobile Communication is Reshaping Social Cohesion**, (Cambridge, MA: MIT Press, 2010), P.124.
- (٥٠) Heather A. Horst, The Infrastructures of Mobile Media: Towards A future Research Agenda, **Mobile Media & Communication**, Vol.1, No.1, 2013, PP. 147- 148.

(\*) السادة المحكمون هم:

- أ.د. حسين أمين : أستاذ الإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
- أ.د. وائل اسماعيل عبدالباري : أستاذ الصحافة بكلية البنات جامعة عين شمس.
- أ.د. طارق الششتاوي : أستاذ نظم المعلومات ووكيل كلية الحاسبات والمعلومات للدراسات العليا والبحوث.
- د/ محمد النواوي : أستاذ الاتصال المساعد بكلية جيمس نايت للاتصال جامعة كويتز بالولايات المتحدة الأمريكية.
- د/ شيرين سلامة : مدرس الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة وجامعة الملك سعود.
- د/ ماجد ترابان : أستاذ الصحافة المساعد - جامعة الأقصى - فلسطين
- أ. روان الضامن : المديعة بقناة الجزيرة الإخبارية، ومخرجة ومنتجة ومعدة ومقدمة برامج.
- (٥١) استفاد الباحث بكل المقاييس التالية:
- فاطمة الزهراء محمد، العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٠، ص ٤٣٩.

- 
- David L. Weakliem & Casey Borch, "Alienation In The United States: Uniform Or Group-Specific Change?", **Sociological Forum**, Vol. 21, No. 3, 2006, PP. 417 – 418.

(\*\*) السادة المحكمون هم:

- أ.د. حسين أمين : أستاذ الإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.  
أ.د. وائل اسماعيل عبدالباري : أستاذ الصحافة بكلية البنات جامعة عين شمس.  
أ.د. طارق الششتاوي : أستاذ نظم المعلومات ووكيل كلية الحاسبات والمعلومات للدراسات العليا والبحوث.

(٥٢) Dong-Hoo Lee, **Op.Cit**,P.272.

(٥٣) TNS، تقرير قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، التقرير الأول، ٢٠١٥.

<http://www.arabsmis.ac/reports/ASMISArabicReport.pdf>

(\*) قرار الاتجاه تم أخذه ليكرت Likert الخماسي.

- (٥٤) Lee, H.,et al, Mobile Communication and Political Participation in South Korea: Examining the Intersections Between Informational and Relational Uses, **Computers in Human Behavior**, Vol. 38, 2014, P.87.
- (٥٥) Calenda D. & Meijer A., Young People, the Internet and Political Participation. Findings of A web Survey in Italy, Spain and the Netherlands, **Information, Communication and Society**, Vol. 12, No.6, 2009, PP. 879–898.
- (٥٦) Scott W. Campbell & Nojin Kwak, Political Involvement in “Mobilized” Society: The Interactive Relationships Among Mobile Communication, Network Characteristics, and Political Participation, **Op.Cit**, P.1017.
- (٥٧) Duggan, Maeve, **Op.Cit**.
- (٥٨) Frank Newport, **Op.Cit**.