

# مجلة

## بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الرابع - يوليو / سبتمبر ٢٠١٤

### ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة  
أ.د. سعيد لوصيف (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
- مشكلات الحجاج وأنماط الاتصال في حج عام ١٤٣٤ هـ: دراسة في البيئة الاتصالية لحجاج مجموعة جمهورية مصر العربية  
د. عثمان بن بكر قزاز (جامعة أم القرى) ... ص ١٣

### البحوث العربية:

- شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور سعيد مصر  
د. محمد زين عبد الرحمن (جامعة بني سويف) ... ص ١٧
- فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية لجمعية الفجيرة الخيرية في دولة الإمارات العربية المتحدة  
د. شعبان حسن حمادة الناصري (جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٥٣
- دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية: دراسة ميدانية  
د. ماجدة عبد المنعم مخلوف (المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال ب ٦ أكتوبر) ... ص ١٠١
- العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي  
السيد عبد الرحمن علي (مجمع اللغة العربية بالقاهرة) ... ص ١٣٣
- سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات والاستخدام والتملك  
إسماعيل بن ديبلي (جامعة الجزائر ٣) ... ص ١٧١

### ملخصات الرسائل العلمية:

- معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري  
دعاء أحمد محمد البنا (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات) ... ص ١٨٧

(ISSN 2314-8721)  
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية  
(ENSTINET)  
جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٤ @ EPRA  
[www.cpra.org.eg](http://www.cpra.org.eg)



# هيئة التحكيم العلمية للبحوث

**أ.د/ علي السيد عجوة**

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer**

Professor of Mass Communication - University of Vienna

**أ.د/ منى سعيد الحديدي**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

**أ.د/ ياس خضير البياتي**

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية  
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

**أ.د/ انشراح الشال**

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا )

**أ.د/ حسن عماد مكايي**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

**أ.د/ نسمة يونس**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

**أ.د/ محمد معوض إبراهيم**

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

**أ.د/ سامي السيد عبد العزيز**

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

**أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد**

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

**أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده**

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

**أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طايح**

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

**أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة**

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة  
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

**أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان**

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

**أ.د/ حسن علي محمد علي**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

**أ.د/ عابدين الدردير الشريف**

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

**أ.د/ محمود حسن إسماعيل**

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

**أ.د/ حمدي حسن أبو العينين**

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

**أ.د/ عثمان بن محمد العربي**

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

**أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات**

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

**أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور**

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

**أ.د/ محمد عبد الستار البخاري**

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

**أ.د/ علي قسايسية**

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

**أ.د/ رضوان بو جمعة**

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الرابع - يوليو / سبتمبر ٢٠١٤

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

**د/ حاتم محمد عاطف**

رئيس EPRA

رئيس التحرير

**أ.د/ علي السيد عجوة**

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

**أ.د/ سامي طايح**

أستاذ العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

**أ.د/ رزق سعد عبد المعطي**

أستاذ العلاقات العامة

جامعة مصر الدولية

**أ.م.د/ الصادق رابح**

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية  
بالإمارات العربية المتحدة العميد الأسبق لكلية المعلومات  
والعلاقات العامة بجامعة عجمان

**د/ السيد عبد الرحمن علي**

باحث (مدرس) بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

## المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة  
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة  
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية  
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

**EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) - [chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg)

موقع ويب: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

**التعريف بالمجلة :**

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترفقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تُقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تُقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترفقيات العلمية – وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

**قواعد النشر:**

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنط Simplified Arabic (١٤) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- فى حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمى بقبول البحث للنشر. أما فى حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمى وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له فى أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالى أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠ \$ .
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب فى حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- فى حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠٪ ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك فى عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$.
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك فى عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإمیل المعتمد من الجمعية [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg) بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

## الافتتاحية

تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في ديسمبر من العام ٢٠١٣م - ليصدر ثلاثة أعداد تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم. والآن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد الرابع من المجلة وهو يتضمن بحوثاً ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين وكذلك لطلبة مرحلة الدكتوراه.

وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية؛ أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. ولكونها أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون في تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

ففي البداية نجد دراسة باللغة الفرنسية قدمها الدكتور سعيد لوصيف أستاذ الإعلام بجامعة الجزائر ٣ عن: "الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة" حيث يوضح الباحث دور الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة باعتبارها مكوناً من مكونات رأس المال الاجتماعي، وفي توطيد وتقوية علاقات الثقة بين المؤسسة وأطرافها المعنية.

كما يتضمن العدد بحوثاً مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية من عدة دول مختلفة وهم: د. عثمان بن بكر قزاز من (المملكة العربية السعودية) الذي تقدم بورقة علمية باللغة الإنجليزية تناولت: "مشكلات الحجاج وأنماط الاتصال في حج عام ١٤٣٤هـ دراسة في البيئة الاتصالية لحجاج مجموعة جمهورية مصر العربية"، د. محمد زين عبد الرحمن من (مصر) في موضوع: "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية علي عينة من جمهور صعيد مصر"، د. شعبان حسن حمادة الناصري من (العراق) حول: "فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية لجمعية الفجيرة الخيرية في دولة الإمارات العربية المتحدة"، أما د. ماجدة عبد المنعم مخلوف من (مصر) فقدمت ورقة علمية حول: "دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية: دراسة ميدانية".

وأخيرًا تأتي البحوث المقدمة من الطلبة المسجلين لدرجة الدكتوراه لاستيفاء شرط النشر لباحثين من الرسالة قبل مناقشتها. والبحوث المقدمة للنشر في هذا العدد هي: "أثر الشائعات في الرأي العام في ضوء نظرية الفوضى الخلاقة" قدمها د. حاتم محمد عاطف من (مصر)، "سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات والاستخدام والتملك"، للباحث إسماعيل بن ديبلي من دولة (الجزائر).

ومن (مصر) تقدم الباحث السيد عبد الرحمن علي بورقة علمية بعنوان: "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي".

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدمت الباحثة دعاء أحمد محمد البنا من (مصر) لنشر ملخص دراستها للدكتوراه بعنوان: "معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

**رئيس تحرير المجلة**

أ.د/ علي عجوة

# شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي دراسة ميدانية علي عينة من جمهور سعيد مصر

إعداد

د/ محمد زين عبدالرحمن (\*)

---

(\*) أستاذ الصحافة المساعد، كلية الآداب، جامعة المنيا.



## شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي دراسة ميدانية علي عينة من جمهور صعيد مصر

د/ محمد زين عبدالرحمن  
كلية الآداب – جامعة المنيا

### مقدمة:

يبدأ الحراك السياسي الفعال من القاعدة لا القمة، وبقدر ما نحتاج إلى مشاركة المواطنين وزيادة إقبالهم للمشاركة في الحياة السياسية.. تزداد حاجتنا إلى أحزاب ناضجة تمارس العمل السياسي بمختلف درجاته وصنوفه، وكلما زاد الحراك السياسي قوة كلما دب النشاط والحيوية في المجتمع، ولن يتأتى ذلك إلا بمشاركة جميع أطراف المجتمع مشاركة فعالة في صنع المستقبل السياسي، لاسيما في ظل عملية التحول الديمقراطي التي تشهدها مصر في تلك الفترة التاريخية.

ولقدت أكدت الشواهد في هذه الفترة من تاريخ الوطن أن الثقافة السائدة في مصر تتحمل قدراً كبيراً من مسئولية الفتور وعدم الحماس الذي ينعكس سلباً على السلوك السياسي للمواطن الذي تتضح مظاهره في انخفاض معدلات المشاركة السياسية بصفة عامة<sup>(١)</sup>، فمن خلال المؤشرات الكيفية التي رصدتها أكثر من دراسة تصدت لتحليل عمليات المشاركة السياسية في مصر يتضح انتشار ظاهرة السلبية واللامبالاة السياسية، وإذا انتقلنا إلى المؤشرات الكمية فمن أهمها قلة نسبة الناخبين الفعليين بالمقارنة بالعدد الإجمالي لمجموع الناخبين، بالإضافة إلى قلة عدد المنضمين إلى الأحزاب السياسية.<sup>(٢)</sup>

ولعل ثورات الربيع العربي أدت دوراً مهماً وحاسماً في زعزعة أركان النظام الإعلامي العربي خلال العقد الأخير، وتجلت ذلك بوضوح أكبر في البلدان التي تفجرت فيها عوامل الحراك السياسي والاحتقان الاجتماعي منذ مطلع ذلك العقد، وربما تكون مصر وتونس واليمن من أبرز تلك البلدان، فقد سمحت ظروف الهامش الديمقراطي والحريات النسبية المتاحة لديها بتحفيز الصحافة والفضائيات الخاصة، وتوظيف أدوات ما صار يعرف بالإعلام الجديد في التمرد على ثوابت الإعلام الرسمي، وتحرير قطاعات واسعة من الجمهور من سطوته. ومن غير المبالغة في هذا السياق القول بأن التضافر والتلاقح الفريد الذي نشأ بين وسائط الإعلام التقليدية، وبين تقنية الإعلام الأحدث التي عجز النظام الإعلامي العربي عن احتوائها، قد لعب الدور الأهم في تفعيل عمليات الحراك السياسي للأجيال الجديدة وبلورة توجهاتها السياسية والمجتمعية، وهنا يمكن التأكيد على أنه إذا كان القهر السياسي والاجتماعي لأنظمة الاستبداد والاستغلال هو المفجر لثورات الشعوب، فإن الإعلام الحر والمستقل هو الذي يهيء ويعجل بإنجازها<sup>(٣)</sup>.

ويستطيع المدقق لجذلية الحراك السياسي والإعلام أن يلحظ ذلك الارتباط المتبادل بين مقومات حالة الحراك السياسي وحالة الإعلام في شروط مكانية وزمانية محددة، فالحراك السياسي كتجسيد مباشر لإرادة الشعوب لا يمكن تصوره في غياب نظام اتصالي ومعرفي قادر على حشد القوى الشعبية وتنظيمها في اتجاه الهدف، وفي الظروف التي تهيمن فيها الأنظمة الحاكمة على الآلة الإعلامية لا يجد

الثوار بدأ من السعى لإحداث ثغرات في النظام الإعلامي القائم واحتلال مساحات مؤثرة بين جنباوته، أو العمل على إنتاج بدائل اتصالية ومعرفية جديدة لتجسيد الرؤى الشعبية ومتطلباتها، وتؤكد شواهد الحراك السياسي أن قوى التغيير في الواقع العربي مضت - ولا تزال - في هذين الدربين معاً، وهو الأمر الذي يفسر المكانة البارزة التي تحتلها شعارات حرية الصحافة والإعلام ضمن مطالب الحراك السياسي والإصلاحي في عموم الوطن العربي، وحرص القوى والحركات السياسية على استثمار معطيات ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال على المستوى الكوني<sup>(٤)</sup>.

وإذا كان ظهور الإنترنت بمثابة ثورة غير مسبوق في مجال وسائل الاتصال بما أتاحت من حرية وسهولة وسرعة وإتاحة على مدار الساعة بما قدمته من خدمات متعددة ومتباينة من مواقع ومنتديات وتصفح وغرف دردشة ومجموعات إخبارية وبريد إلكتروني ضخم المساحة، فإن ظهور الشبكات الاجتماعية يعد ثورة في مجال نفس الوسيلة حيث أدى إلى زيادة وتعاضد دور الشبكة باعتبارها وسيلة حرة للتعبير والتفاعل والتواصل بل وحشد الرأي العام وتكوين مجموعات للضغط على الأنظمة الاجتماعية والسياسية الأمر الذي أدى إلى نمو غير مسبوق في إعداد الشبكات الاجتماعية وكذلك في أعداد مرتادي هذه الشبكات. وإتاحة الفرصة أمامهم للتعددية السياسية، وتنمية الوعي السياسي، وزيادة درجة المشاركة السياسية.

### أولاً - مشكلة الدراسة:

لقد أصبح الانترنت بمواقعه المختلفة؛ لاسيما الشبكات الاجتماعية أداة فاعلة في العملية السياسية، ووسيطاً مهماً للتواصل بين فئات الشعب المختلفة، ومحرزاً للشعوب على الإصلاح والتعبير عن الرأي. وقد وضح ذلك جلياً في ثورات الربيع العربي، خاصة في مصر؛ حيث استخدمه الشباب في الإعداد للنزول إلى الميادين، تعبيراً عن رفضهم للواقع السياسي والاجتماعي.

ولقد استطاعت الشبكات الاجتماعية أن تترجم حالات السخط الشعبي والجماهيري على الأنظمة الحاكمة في شكل جماعات فئوية منظمة استطاعت استخدام التكنولوجيا الحديثة في التواصل وتشكيل مجموعات متجانسة ومتناسقة وخلق رأي عام نوعي بدأ افتراضياً وتحول إلى حقيقياً ومن شكل إلكتروني بين المتعلمين والمتقنين إلى شكل شعبي وجماهيري استقطب مزيداً من الاعتصامات والاحتجاجات الفئوية في تحالف للقوي والجماعات المقهورة سياسياً واجتماعياً وأمنياً واقتصادياً واجتماعياً وأصبح لدى الغالبية العظمى فئات بأنها لن تخسر أكثر مما خسرت وتصاعدت حدة المواجهات بين جموع شعبية تصر على المطالبة بحقوقها المشروعة وأنظمة استبدادية متعنتة ومتسلطة تصر على إنكار حقوق هذه الجموع الشعبية الحاشدة بتدريرات واهية عن وجود قوي خارجية، ومع مرور الوقت تبين زيف ادعائها وأن الحراك الشعبي هو ثورات شعبية حقيقية لن تنتهي إلا بتلبية متطلباتها ومن هنا استطاعت الشبكات الاجتماعية أن تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل وعي هذه الجماهير واتجاهاتها نحو الثورات العربية بخلق رأي عام نوعي واعي بهذه الثورات<sup>(٥)</sup>.

ونظراً لأن اقليم الصعيد كان ولا يزال يعاني الإهمال في كثير من مجالات الحياة مقارنة بغيره من الأقاليم ولم يتم حتى الآن دراسة دور الصعيد فيما يحدث من ثورات وحراك سياسي، ومعرفة مدى قرب أو بعد الصعيد عن التعامل مع شبكات ووسائل الإعلام الجديد ومساهمته في الفعاليات السياسية والثورية، لذا تطرح الدراسة الحالية تساؤل تحاول الإجابة عليه: **ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك السياسي لدي جمهور صعيد مصر .؟**

### ثانياً - أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية الدراسة من جدة الموضوع، فلاتزال هناك ندرة في رصد التأثيرات السياسية للانترنت بشكل عام، خاصة في صعيد مصر، ومدى تأثير الشبكات الاجتماعية علي عمليات المعرفة والمشاركة والحوار والنقاش السياسي. كما أنه لا توجد دراسات عربية كافية اهتمت برصد التأثيرات السياسية للشبكات الاجتماعية التي انتشرت في الآونة الأخيرة ولاقت إقبالاً شديداً من جانب جمهور صعيد مصر والعربي، كما أشارت إلي ذلك بعض الدراسات الخاصة بهذه المواقع.
- حالة التجانس الكبيرة التي تخلفها الشبكات الاجتماعية تسمح بسرعة وسهولة تكوين رأي عام نوعي في قضايا محددة فلا يمكن للصوت الفردي أن يعلو كثيراً في ظل توجه أغلب الشبكات لوجود فكرة أو رأي بارز يسيطر على أعضائه وحتى في حالة وجود آراء مختلفة تتوجه لشبكات أخرى حفاظاً على روح الانسجام والتوافق في المجموعة.
- أكدت دراسات عديدة علي عزوف جمهور صعيد مصر عن المشاركة في الحياة السياسية، ومع ظهور المواقع الاجتماعية، وظهور منافذ جديدة للتعبير عن الرأي في بيئة العمل السياسي المصري، وبالتالي كان لابد من رصد حدود الدور الذي يمكن أن تكون قد قامت به هذه المواقع في دفع الجمهور لمشاركتهم في الحياة السياسية وتفعيل عملية الحراك السياسي.
- دراسة تأثير أو دور وسائل الإعلام الجديدة علي الأقاليم النوعية باعتبار أن كل اقليم يحمل سمات وثقافات وظروف قد تختلف عن غيره من الأقاليم الجغرافية وبالتالي باتت الحاجة إلي دراسة نوعية لرصد هذه التأثيرات علي جماهير الأقاليم المصرية المختلفة وخاصة صعيد مصر.
- رصد مدى مساهمات جمهور الصعيد في الحراك السياسي المصري في الآونة الأخيرة خاصة وأن لهذه الأقاليم دوراً كبيراً في تاريخ مصر السياسي والشعبي علي مدى الحقب الماضية المختلفة، لذا بات من المهم رصد تلك المساهمات في هذه الفترة من تاريخ مصر الحديث.
- لم تصبح وسائل الإعلام الجديدة ومنها الشبكات الاجتماعية مراقباً محايداً في تغطية الأزمات والصراعات، فهي تضيف الشرعية على بعض الأطراف وتجرد أطرافاً أخرى منها، وكذلك تركز على قضايا هامشية، وتتجاهل قضايا أخرى أكثر أهمية، مما يؤثر على الرأي العام بصورة أو بأخرى.
- تحول شبكات التواصل الاجتماعي إلي وسيلة حشد ودعم للنشطاء في كل مكان، وأصبح لها أهمية كبيرة علي الساحة السياسية المصرية في حشد وتأييد وتجميع الأصوات خاصة في مواسم الانتخابات لطرح مرشح معين وتأييده أو التقليل من شأنه وتجييمه.

### ثالثاً - أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية كوسائل حديثة في إعادة صياغة وتفعيل عملية الحراك السياسي في أقاليم مصر خاصة الصعيد تجاه الأحداث السياسية لخلق بيئة تفاعلية يمكن استثمارها كقوة ضغط شعبية وسياسية في القضايا الهامة مستقبلاً بعد نجاح عدد من الثورات العربية وخلق بيئة ومناخ ملائم سياسياً يمكن من خلاله رصد تأثير الشبكات الاجتماعية على عمليات التحول الديمقراطي في مراحل انتقالية تشهدها مصر. وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية منها:

- تحديد حجم وطبيعة التعرض والاستخدام للشبكات الاجتماعية مع قياس مستوى الاهتمام والانتظام في عملية التعرض والاستخدام لدى جمهور الصعيد.
- اختبار فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالنسبة لدور الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية، وفي بيئة سياسية وإعلامية ملائمة، في ضوء ما يشهده المجتمع من تغيير سياسي.
- قياس تأثير المتغيرات الديموجرافية على عملية الحراك السياسي لدى جمهور الصعيد واتجاهاتهم نحو الأحداث السياسية والقضايا السياسية في مصر.

### رابعاً - الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث يشير مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام؛ رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم في إطار وجود تفاعلات تسير في اتجاهات ثلاثة بين وسائل الإعلام وأفراد الجمهور ثم النظام الاجتماعي، فالأفراد مثل النظم الاجتماعية ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام؛ لأن الأفراد توجههم الأهداف، وبعض هذه الأهداف تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية<sup>(٦)</sup>.

وكما يوحي إسم النظرية، فإن العلاقة الرئيسة التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها، مثل الصحف والمجلات والراديو والسينما والتلفزيون، ومن الأهداف الرئيسة لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل أحياناً أثراً قوياً ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما<sup>(٧)</sup>.

وبناءً عليه؛ فإن الاعتماد على وسائل الإعلام يرتبط بدرجة أهمية وسيلة معينة للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها، فقد يقضى الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر لمعلوماته، فالاستخدام يعنى معدل المتابعة، أما الاعتماد فيعنى درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله. وتتوقف درجة اعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين:

- درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع: حيث تفترض النظرية زيادة هذا الاعتماد في حالات الصراع والأزمات حيث لا تتوفر للأفراد وسائل ومصادر مباشرة أو شخصية في هذه الحالات.

- حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام، فضلاً عن الوظائف الأخرى التي تضطلع بها هذه الوسائل في إطار المجتمع<sup>(٨)</sup>

ويقوم مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات:

- وجود علاقة تبادلية ثلاثية بين وسائل الإعلام والمجتمع، هذه العلاقة هي التي تحدد بصورة مباشرة كثيراً من التأثيرات التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام في الناس وفي المجتمع.

- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما زاد احتمال أن تغير المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام أشكالاً مختلفة من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكياته، وبالتالي يطور المجتمع علاقات متبادلة ومعقدة وكثيفة مع وسائل الإعلام.

- كلما زادت درجة مركزية المعلومات التي تطرح من قبل أي وسيلة إعلامية، تزداد درجة اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة.

- يزداد اعتماد الجمهور على معلومات الوسائل الإعلامية في المجتمعات التي تتطور فيها الأنظمة المنتمية إليها هذه الوسائل، بالإضافة إلى زيادة مستوى الصراع الاجتماعي.

- تختلف درجة اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية؛ وفقاً لاختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية<sup>(٩)</sup>

ويرى **ملفين ديفليز وساندرا بول روكيتش** أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- **الفهم:** ويتمثل ذلك في التعلم والحصول على الخبرات ، ومعرفة أشياء عن البيئة المحيطة وتفسيراتها.

- **التوجيه:** ويشمل التوجيه الذاتي مثل: اتخاذ القرارات المناسبة، وتوجيه العمل والسلوك، ويشمل أيضاً التوجيه التفاعلي مثل كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الصعبة.

- **التسلية:** وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء، والتسلية الاجتماعية كالذهاب للسينما أو الاستماع إلى الموسيقى، أو مشاهدة التلفزيون بمصاحبة الأسرة أو الأصدقاء.<sup>(١٠)</sup>

**ويرصد " ديليفر وروكيتش " Deflure and Rockeach** مجموعة من الآثار التي تحدث نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي يمكن حصرها فيما يلي :

- **الآثار المعرفية: Cognitive Effects:** وتشمل كشف الغموض الناتج عن تناقض المعلومات أو نقصها أو عدم كفايتها، وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا المجتمع، وترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور، وتوسيع دائرة معتقداته والتأثير في القيم .

- الآثار الوجدانية Affective Effects: وتشمل آثار وسائل الإعلام في العواطف والمشاعر وقياس هذه الآثار، ومنها: الفتور العاطفي، الخوف، القلق، الاغتراب .

- الآثار السلوكية Behavioral Effects: وهي التي تنشط الفرد للقيام بسلوك معين نتيجة تعرضه للوسيلة الإعلامية، وهي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وقد يكون سلوك الفرد يتسم بالحمول والسلبية وعدم الرغبة في المشاركة<sup>(١١)</sup>.

ويذكر "محمود إسماعيل"<sup>(١٢)</sup> أن نظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

وفي المجال السياسي أظهرت نتائج دراسة الباحث "أندرو" (Andrew ٢٠٠٩م)<sup>(١٣)</sup> أن وسائل الإعلام الأمريكية تهتم أكثر بمحتوى العلاقات الخارجية، وأنها مازالت تلعب دوراً رئيسياً في فهم الجمهور للمعلومات عن المرشحين وأهدافهم كما تؤثر على قراراتهم الانتخابية.

### ويمكن توظيف هذه النظرية لخدمة الدراسة الحالية في ضوء الاعتبارات التالية:

- اختبار مدى اعتماد جمهور الصعيد على الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية، وذلك للتعرف على متى؟ ولماذا وإلى أي حد يعتمد جمهور الصعيد عليها في الحصول على معلومات حول هذه الأحداث مقارنة بالوسائل الأخرى؟ وما أهداف هذا الاعتماد؟ وما التأثيرات الناتجة عنه؟، ولهذا يعد هذا المدخل مناسباً لأنه يتضمن توصيفاً دقيقاً لدوافع الاعتماد وتأثيراته المختلفة.

- أصبحت دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على المعارف والاتجاهات والسلوكيات السياسية لأفراد الجمهور الأساس الأكثر استخداماً والأكثر تركيزاً عليه في أبحاث الاتصال الجماهيري، والكثير من هذه الأبحاث تعترف بتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا الشأن.<sup>(١٤)</sup>

- تشكل الأحداث السياسية فرصة مهمة تدفع الأفراد للاعتماد على وسائل الإعلام لاسيما وسائل الإعلام الجديدة للحصول على المعلومات السياسية، حيث تتسم هذه الفترة بالصراعات بين الأحزاب والقوي السياسية ووجود احتمالات التغيير، مما ينشط الاحتياجات والدوافع، ويتيح الفرصة لظهور تأثيرات وسائل الإعلام، فخلال هذه الأحداث يوجد اعتماد متبادل بين السياسيين والنظام الإعلامي، إذ تقدم وسائل الإعلام المعلومات عن تلك الأحداث، كما تتباين دوافع الأفراد وبالتالي سلوكياتهم تجاه وسائل الإعلام وبدائلها الوظيفية ومدى اعتمادهم عليها.

### خامساً - مراجعة الدراسات السابقة:

هناك عدد من الدراسات التي تناولت شبكة الانترنت في علاقتها بعدد من المتغيرات، والتي أشارت إلي معدلات مرتفعة لاستخدام الانترنت من جانب الجمهور، واكتسابه المعارف السياسية، ودعمه للمشاركة السياسية. ومن هذه الدراسات:

١- دراسة **محمود اسماعيل، وممدوح مكايي (٢٠١٣)** <sup>(١٥)</sup>، التي توصلت إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات سياسية ملحوظة علي طلاب الجامعات، ظهر ذلك جليا في الإعداد لثورة ٢٥ يناير وأثناءها وبعدها. من خلال توجيه دعوة صريحة ومباشرة للانخراط في أحد أشكال المشاركة السياسية، تنوعت هذه الدعوات ما بين التظاهر، التصويت، الاحتجاجات، الانضمام لمشروع أو حملة، حضور ندوة أو مؤتمر.

٢- دراسة **هشام خير الله (٢٠١٣)** (١٦) التي توصلت الدراسة إلي العديد من النتائج من أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين حجم تعرض المبحوثين لقضايا الفساد في الصحف الإلكترونية ومستويات المشاركة السياسية لديهم ، كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للإنترنت ومستويات التعرض المختلفة للصحف الإلكترونية، وأثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالات إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على أبعاد ومكونات مقياس المشاركة السياسية والدرجة الكلية عليه وفقاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية .

٣- دراسة **داليا خليل (٢٠١٢)** (١٧) التي توصلت إلي العديد من النتائج من أهمها :أن الشباب المتابع للقضايا السياسية من خلال الصحف الإلكترونية يلجا الي متابعتها من خلال الصحف الإلكترونية المصرية في مقابل إقبال ضعيف علي متابعتها عبر الصحف العربية واهتمام متوسط لمتابعتها عبر الصحف الإلكترونية الأجنبية ، وكشفت الدراسة أن العدد الأكبر من الشباب يتجه إلي الصحف الإلكترونية للتعرف والتواصل مع القضايا السياسية ،ويهتم الشباب بمطالعة القضايا السياسية عبر الصحف الإلكترونيةأعلي من إقباله علي متابعتها عبر الصحف الورقية ، كما رفضت الدراسة الفرض القائل بأنه توجد علاقة ارتباط بين خصائص المبحوثين ومستويات التفضيل وبين الصحف الإلكترونية المصرية والعربية والأجنبية.

٤- دراسة **نهى نبيل الأسدوي (٢٠١٢م)** <sup>(١٨)</sup>، التي خلصت إلي أن أغلبية مقاطع الفيديو التي يتابعها الشباب ذات طابع سياسي وثوري، تليها مقاطع الفيديو التي تحتوي علي مسيرات سلمية، وركزت المنشورات في صفحة خالد سعيد علي حدث أوقضية مثل الاحداث السياسية العديدة التي اجتاحت مصر كالاعتصامات والإضرابات والوقفات الاحتجاجية ثم المنشورات التي ركزت علي فكرة أو موضوع . وأوضحت الدراسة الميدانية ارتفاع معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، ويعود الاستخدام إلي التفوق والتكنولوجي الهائل الذي اعتمدت عليه مواقع التواصل الاجتماعي، وقد أكد بعض المبحوثين أن الاشتراك في موقع الفيس بوك أصبح من الأساسية في حياة الشباب، والتي تشغل معظم أوقات فراغهم والآن أصبحت أداة سياسية مهمة.

٥- دراسة **حمزه خليل (٢٠١٢)** (١٩)، التي توصلت إلي عدة نتائج من أهمها: ارتفاع معدل استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام؛ حيث أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة بلغت ٥٦% منهم، وأغلبهم يتعرضون لها بشكل يومي. وجاء

موقع "الفايس بوك" أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً بين الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة الإلكترونية في إطلاق الثورة. كما جاءت الموضوعات السياسية كأكثر الموضوعات التي يفضل الشباب عينة الدراسة مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

٦- دراسة **عالية أحمد عبد العال** (٢٠١٢) (٢٠)، التي توصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والفايس بوك على وجه التحديد هي الوسائل الأهم في التعرف على الحركات الاحتجاجية، وذلك للثقة في مصداقية الصفحات وللقائمين عليها "الأدمن". وأن ما يقرب من ٧٠% من المشاركين الفعليين في الوقفات الاحتجاجية شاركوا كرد فعل لتعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي. وأن أهم الأدوار التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر العينة هي الكشف عن الحقائق، ثم الإمداد بالمعلومات، والتعريف بأماكن المظاهرات.

٧- دراسة **ميريديث Meredith Conroy، جيسكا Jessica T. Fezell و ماريو Mario Guerrero** (٢٠١٢) (٢١)، التي توصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي خلق وسائل جديدة لتقليل الهوة بين المستخدمين من خلال التفاعلية وتأثيرها على السياسة. وأن نشر معلومات عن هذه الجماعات عبر المواقع يساعد في إكتساب المعرفة السياسية عن هذه الجماعات من خلال هذه الوسيلة.

٨- دراسة **علي الكندري ومحمد حسنين** (٢٠١٢) (٢٢)، التي توصلت إلى عدة نتائج من أهمها: إنه يمكن للناس استخدام شبكة الإنترنت للحصول على المعلومات وحرية التعبير وخاصة في المدونات والشبكات الاجتماعية. وأن مستخدمي الفيس بوك والمدونات وتويتر أكثر انخراطاً في السياسة. وأشارت النتائج إلى الدور الأساسي التي لعبتها وسائل الاعلام الاجتماعية خلال ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ من خلال تبادل الافكار والآراء وارسال الأخبار عن الثورة بين الناشطين السياسيين على الإنترنت. ويجب أن نحذر من تعميم تأثير الإنترنت على الثورات العربية كله، حيث كان لها دور في تونس ومصر، أما في ليبيا هناك دعم خارجي لقوة المعارضة أثر على إسقاط القذافي.

٩- دراسة **عمرو محمد أسعد** (٢٠١١) (٢٣)، التي توصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن معظم طلاب الجامعة يقضون وقتاً طويلاً على موقع الفيس بوك، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأنشطة الاتصالية، والتطبيقات المتنوعة التي تمكن الطلاب من قضاء وقتاً طويلاً. كما أشارت الدراسة إلى أن الذكور أكثر استخداماً لموقع الفيسبوك من الإناث حيث يشتركون في مجموعات النقاش وصفحات المعجبين.

١٠- دراسة **غادة مصطفى البطريق** (٢٠١١) (٢٤)، التي توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن أكثر المواقع المفضلة لدي الباحثين هو موقع FaceBook تلاه موقع Google ثم موقع Yahoo. وأن أبرز المضامين المفضلة لدي الباحثين هي المضمون الديني تلاه المضمون السياسي ثم المضمون التاريخي ثم المعلومات العلمية والتكنولوجية.

١١- دراسة **Yousra Allam** ٢٠١١ (٢٥)، التي أكدت على أن الشبكات الاجتماعية كانت الشرارة الأولى إلى أشعلت الثورة المصرية التي كانت ستحدث بشكل أو بآخر سواء من خلال الهاتف الأرضي أو المحمول لكن الشبكات الاجتماعية ساهمت في الإسراع بهذه الثورة من جانب وأدت إلى دقة تنظيمها من جانب آخر بدليل أن الحكومة المصرية لجأت لقطع الانترنت والاتصالات خمسة أيام بعد أن أدركت قوة وفاعلية الشبكات الاجتماعية في تنظيم حركة الثوار ، وأكدت الدراسة الدور الكبير للشبكات

الاجتماعية ليس فقط في الجانب الثوري وإنما في تغيير الدور التقليدي للمرأة وحفزها للمشاركة السياسية الفاعلة حيث تواجدت بمختلف شرائحها إلي جانب الرجل في ميدان التحرير وفي الفضاء الالكتروني .

١٢- دراسة **2011Karin Knessil** <sup>٢٦</sup> : حيث ركزت علي دور الشبكات الاجتماعية في إعادة رسم الخريطة السياسية في العالم العربي وقسمت الدراسة خريطة العالم العربي لخمس فئات كما يلي : دول شهدت الثورات واستقرت كتونس، ودول شهدت الثورات ولم تستقر كمصر وليبيا، ودول شهدت احتجاجات واسعة النطاق كسوريا والبحرين واليمن، ودول شهدت احتجاجات كبيرة كالجزائر والعراق والمغرب وعمان والأردن، ودول شهدت احتجاجات بسيطة مثل الكويت ولبنان وموريتانيا والسعودية والسودان، وأكدت الدراسة أن هذه الخارطة لم تكن لتحدث لولا الشبكات الاجتماعية والمدونات والمنتديات التي أتاحت ملايين الوثائق والصور والأفلام التي فضحت الأنظمة الاستبدادية وشجعت قلبي الاهتمام بالشأن العام علي الشعور بأن تلك اللحظات تاريخية ويجب عليهم المشاركة بعد أن شكلت وجدانهم وأرائهم.

١٣- دراسة **2011Tamara Chahayeb** <sup>٢٧</sup> : وتعد هذه الدراسة جزءا من مشروع كبير سمي تأثير الفراشة التي تنتقل من مكان لآخر في إشارة لانتقال الثورة العربية في سياقات اجتماعية متعددة وأشارت الدراسة لأهمية وثائق ويكليكس- التي انتشرت عبر الشبكات الاجتماعية - التي كشفت عن تواطؤ بعض القادة العرب وكشفت عن حجم الفساد في العديد من الدول كتونس ومصر والتي تزامنت مع الظروف الاقتصادية والأمنية الصعبة التي تعيشها هذه الشعوب والتي ترجمت في احتجاجات وإضرابات واعتصامات حتى انطلقت الشرارة الأولى في تونس فأثرت علي مصر التي أثرت علي ليبيا وسوريا واليمن ومرشحة للتأثير علي دول عربية أخرى.

١٤- دراسة **صالحه الدمري (٢٠١٠)(٢٨)**، التي توصلت إلى أن الفيس بوك كشبكة اجتماعية يشبع حاجات الطلبة معرفيا ويزود الطلبة بمعرفة متعمقة بالعالم. وأن للفيس بوك إشباع اجتماعي، حيث يخلق جوا اجتماعيا وتواصل بين الزملاء. وأن للفيس بوك إشباع فكري؛ حيث يطرح أفكارا جديدة للتواصل بين الطلبة.

١٥- دراسة **نرمين زكريا خضر (٢٠٠٩)(٢٩)**، التي توصلت الى عدة نتائج من أهمها: أن دوافع الاستخدامات الأساسية للطلاب لموقع Facebook تتمثل في التسلية والترفيه عن النفس، والتفاعل مع الآخرين، والاتصال بأصدقائهم ومقابلة أصدقاء جدد، والحفاظ على العلاقات الموجودة بالفعل مع الآخرين، وإعادة الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدوا الاتصال بهم. وأن الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت أصبحت سلوكا روتينيا لكثير من طلاب الجامعات المصرية والأمريكية. ويساعد موقع Facebook الشباب على اكتساب الخبرات والثقة الاجتماعية.

١٦- دراسة **بورجس Borouhgs (٢٠١٠)(٣٠)**، التي توصلت إلى عدة نتائج من أهمها: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين التعرض للمحتويات السياسية في مواقع الشبكات الاجتماعية واحتمالية التصويت في الانتخابات. كما تسهم مواقع الشبكات الاجتماعية إسهاماً كبيراً في دفع الجمهور، الذي ليست لديه أية اهتمامات سياسية، إلى التصويت في الانتخابات.

١٧- دراسة **2011 Jeffrey Ghannam** <sup>٣١</sup> التي رصدت عددا من المؤشرات الدالة علي تزايد دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام منها اهتمام شركة جوجل بالمنطقة العربية التي سيصل

استخدامها للشبكات الاجتماعية ١٠٠ مليون عام ٢٠١٥ ، وأكدت الدراسة رغم وجود ٤٥ فرد في إدارة متابعة الفيسبوك في مصر فقد وصل عدد المستخدمين أثناء الثورة إلي ٥ مليون ووصل عدد تحميلات الفيديو علي اليوتيوب إلي ٢٤ ساعة كل دقيقة في تجربة جديدة لاختزال الزمن في وقت عصيب ووصل عدد التعقيبات علي التويتز وبعض المدونات الي ٢٥ ألف وأثبتت الشبكات الاجتماعية دورها الهام في القيام بمهام الرقيب الاجتماعي والسياسي وزاد اعتماد الأفراد علي هذه الوسائل الحرة المرنة في تكوين آرائهم واتجاهاتهم.

ولقد أفادت الدراسات السابقة في تحديد المشكلة، وحصرتها في دراسة التأثيرات السياسية. وكذلك معرفة مدي إقبال الجمهور علي شبكات التواصل الاجتماعية، كما أفادت في تكوين خلفية نظرية ومعرفية حول استخدام الشبكات الاجتماعية ودورها في تفعيل الحراك السياسي، ووضع بعض فروض الدراسة، وتطوير بعض المقاييس المستخدمة في تطبيق استمارة الدراسة الميدانية، وتفسير بعض نتائج الدراسة في ضوء ما خرجت به نتائج الدراسات السابقة.

### سادساً - فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعتماد عليها كمصادر للمعلومات.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أهداف اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- **الفرض السادس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدي ثقة جمهور صعيد مصرعينة الدراسة في المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- **الفرض السابع:** " توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) لدى جمهور صعيد مصرنتيجة استخدام تلك الشبكات".
- **الفرض الثامن:** توجد فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصرعينة الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة، المستوي الاجتماعي الإقتصادي، الإنتماء الحزبي).
- **الفرض التاسع:** " توجد فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصرمحل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الإعتماد علي تلك الشبكات".

• **الفرض العاشر:** " توجد فروق دالة إحصائية بين جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات.

### سابعاً - نوع ومنهج الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استهدفت توصيف ظاهرة استخدام جمهور صعيد مصرفي أقاليم مصر للشبكات الاجتماعية، وما يتركه هذا الاستخدام من آثار سياسية عليهم. واستخدمت منهج المسح لعينة من جمهور صعيد مصر.

### ثامناً - مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل المجتمع البشري في هذه الدراسة جمهور صعيد مصر، وتم اختيار عينة عشوائية بلغ قوامها (٤٠٠ مفردة)؛ وتم توزيعها بأسلوب التوزيع المتساوي بواقع (١٠٠ مفردة) لكل محافظة من محافظات (بني سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج)، وروعي في اختيار العينة أن تكون ممثلة لمجتمع الصعيد شمالاً وجنوباً.

### تاسعاً - أداة جمع بيانات الدراسة الميدانية:

تم تصميم صحيفة الإستقصاء للإجابة علي تساؤلات الدراسة، وتضمنت متغيرات الدراسة القابلة للقياس من حيث معدلات وأنماط استخدام للشبكات الاجتماعية، ومستوي الاهتمام السياسي، ومقياس لعملية الحراك السياسي. وتضمنت بيانات عن دوافع الاستخدام والمشاركة السياسية. وتم التأكد من الصدق الظاهري عن طريق عرض الاستمارة علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال البحث والإعلام (٣٢)، للحكم علي مدي ارتباط الاستمارة بأهداف الدراسة، وقدرتها علي قياس متغيرات الدراسة. وتم التحقق من ثبات الاستمارة عن طريق إجراء اختبار الثبات Re-Test حيث تم إعادة التطبيق علي (١٠%) من إجمالي العينة بفاصل زمني مدته أسبوع بين التطبيقين الأول والثاني، وتم حساب معامل الثبات بين التطبيقين والذي بلغ (٩٥%).

### عاشراً - مقاييس الدراسة:

١. **مقياس التعرض:** تم عمل مقياس تجميعي لاستخدام الشبكات تضمن عددها وعدد مرات الاستخدام يومياً ووقته ومدي الاهتمام والانتظام والحرص على الاستخدام وطبيعة ومستوي التفاعل وتقدير الأفراد لأهمية الشبكات والاعتماد عليها وأهداف الإعتماد عليها. والتعرض للمحتوي السياسي عبر تلك الشبكات. ومدي الاهتمام باستخدام تلك الشبكات في متابعة الأحداث السياسية.
٢. **مقياس الإعتماد علي شبكات التواصل الاجتماعي:** حيث تم السؤال عن درجات اعتماد الباحثين علي شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية، ومدي جعل تلك الشبكات المصدر الأهم في عملية المعرفة والوعي بالقضايا والأحداث السياسية والوصول إلي عملية المشاركة والحراك السياسي، وتدرجت إجابة الباحثين في (الإعتماد بدرجة كبيرة، والإعتماد بدرجة متوسطة، والإعتماد بدرجة منخفضة).

٣. **مقياس الاهتمام السياسي:** من خلال السؤال عن مدي اهتمام المبحوثين بمتابعة وتصفح المضمون السياسي المقدم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتدرجت إجابة المبحوثين في (الاهتمام المرتفع، والاهتمام المتوسط، والاهتمام المنخفض).

٤. **مقياس الثقة في المضمون السياسي:** من خلال توجيه تساؤل للمبحوثين حول مدي الثقة في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل استخدامها، وتدرجت إجابة المبحوثين في (الثقة المرتفعة، والثقة المتوسطة، والثقة المنخفضة).

٥. **مقياس الاستفادة من متابعة المضمون السياسي:** المقدم عبر شبكات التواصل السياسي من خلال توجيه تساؤل للمبحوثين حول مدي الاستفادة من متابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل استخدامها، وتدرجت إجابة المبحوثين في (الاستفادة المرتفعة، والاستفادة المتوسطة، والاستفادة المنخفضة).

٦. **مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:** ويشتمل المقياس علي ٢٠ عبارة، ونتجت عملية التجميع عن مجموع درجات (٢٠ - ٦٠)، وكانت الدرجات من (٢٠ - ٣٣) منخفض، (٣٤ - ٤٨) متوسط، (٤٩ - ٦٠) مرتفع. حيث تضمن المقياس ثلاثة مقاييس فرعية هي مقياس التأثيرات المعرفية: (٧ عبارات)، مقياس التأثيرات الوجدانية: (٦ عبارات)، مقياس التأثيرات السلوكية: (٧ عبارات).

٧. **مقياس الحراك السياسي:** ويشتمل المقياس علي ٤١ عبارة، ونتجت عملية التجميع عن مجموع درجات (٤١ - ١٢٣)، وكانت الدرجات من (٤١ - ٦١) منخفض، (٦٢ - ٩٢) متوسط، (٩٣ - ١٢٣) مرتفع. حيث تضمن المقياس سبعة مقاييس فرعية هي مقياس مفهوم الحراك السياسي: (١٣ عبارة)، مقياس المشاركة المعرفية: (٩ عبارات)، مقياس المشاركة التعبيرية: (٧ عبارات)، مقياس المشاركة الانتخابية: (٥ عبارات)، مقياس المشاركة عبر المنظمات: (٧ عبارات)، مقياس المشاركة الحزبية: (٣ عبارات)، مقياس المشاركة الحكومية: (٤ عبارات).

**الحادي عشر - نتائج الدراسة:**

#### ١- مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (١) مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمحافظة

الإجمالي		سوهاج		أسيوط		المنيا		بني سويف		العينة مستويات الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٠.٨	١٩٧	٦١.٤	٥١	٦٠.٢	٥٠	٦٤.٦	٥١	٥٧	٤٥	مستوي مرتفع
١٨.٨	٦١	١٨.١	١٥	٢١.٧	١٨	٢٠.٣	١٦	١٥.٢	١٢	مستوي متوسط
٢٠.٤	٦٦	٢٠.٥	١٧	١٨.١	١٥	١٥.٢	١٢	٢٧.٨	٢٢	مستوي منخفض
١٠٠	٣٢٤	١٠٠	٨٣	١٠٠	٨٣	١٠٠	٧٩	١٠٠	٧٩	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٤.٨٣٦ درجة الحرية = ٦ مستوى المعنوية = ٠.٥٦٥ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن مستويات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (مستوي مرتفع) بنسبة ٦٠.٨%، و(مستوي متوسط) بنسبة ١٨.٨%، و(مستوي منخفض) بنسبة ٢٠.٤%.

وبحساب قيمة كا ٢ بلغت (٤.٨٣٦) عند درجة حرية = (٦)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المحافظة التي يقيم بها المبحوثون (بني سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج) ومستويات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

## ٢- أسباب استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٢) أسباب استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	ك	%
معرفة الأحداث التي تحدث في المجتمع الذي أعيش فيه	٢٦٧	٨٢.٤
التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى	٢٥٦	٧٩
معرفة واقع مختلف عن الواقع الملموس الذي أعيش فيه	١٩١	٥٩
تبادل الملفات والألعاب والصور والنفقات مع الآخرين	١٥٨	٤٨.٨
التعرف على موضوعات تصلح للنقاش	١٣٣	٤١
مناقشة الموضوعات والقضايا المجتمعية مع الزملاء	١٠١	٣١.٢
للإطلاع على مواقع الصحف والقنوات الفضائية ووكالات الأنباء	٩٧	٢٩.٩
البحث عن أصدقاء أو زملاء قدامي	٩٥	٢٩.٣
كونها بديل للبريد الإلكتروني لإرسال واستقبال الرسائل	٩١	٢٨.١
إقامة علاقات جديدة مع أفراد يشاركوني اهتماماتي	٨٨	٢٧.٢
جملة من سئلتوا	٣٢٤	

يتضح من الجدول السابق: أن أسباب استخدام المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في أنها (معرفة الأحداث التي تحدث في المجتمع الذي أعيش فيه) في مقدمة هذه الأسباب بنسبة ٨٢.٤%، ثم (التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى) في المرتبة الثانية بنسبة ٧٩%، ثم (معرفة واقع مختلف عن الواقع الملموس الذي أعيش فيه) في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٩%، ثم (تبادل الملفات والألعاب والصور والنفقات مع الآخرين) في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٨.٨%، و(التعرف على موضوعات تصلح للنقاش) في المرتبة الخامسة بنسبة ٤١%، ثم (مناقشة الموضوعات والقضايا المجتمعية مع الزملاء) في المرتبة السادسة بنسبة ٣١.٢%، و(للإطلاع على مواقع الصحف والقنوات الفضائية ووكالات الأنباء) في المرتبة السابعة بنسبة ٢٩.٩%، ثم (البحث عن أصدقاء أو زملاء قدامي) في المرتبة الثامنة بنسبة ٢٩.٣%، وأخيراً (إقامة علاقات جديدة مع أفراد يشاركوني اهتماماتي) بنسبة ٢٧.٢%.

## ٣- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون:

جدول (٣) أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون

أهم المواقع	ك	%
موقع فيس بوك Facebook	٢٦٦	٨٢.١
موقع تويتر Twitter	١٦٦	٥١.٢
موقع يوتيوب You Tube	١٦٢	٥٠
موقع انستجرام Instagram	١٥٨	٤٨.٨
موقع ماي سبيس My space	١٠١	٣١.٢
موقع هاى فايف Hi5	٧١	٢١.٩
موقع فليكر Flickr	٤٣	١٣.٣
موقع لينكد إن Linked in	٢٥	٧.٧
جملة من سئلوا	٣٢٤	

يتضح من الجدول السابق: أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون تمثلت في (موقع فيس بوك Facebook) في المقدمة بنسبة ٨٢.١%، ثم (موقع تويتر Twitter) في المرتبة الثانية بنسبة ٥١.٢%، ثم (موقع يوتيوب You Tube) في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٠%، ثم (موقع انستجرام Instagram) في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٨.٨%، و (موقع ماي سبيس My space) في المرتبة الخامسة بنسبة ٣١.٢%، ثم (موقع هاى فايف Hi5) في المرتبة السادسة بنسبة ٢١.٩%، و (موقع فليكر Flickr) في المرتبة السابعة بنسبة ١٣.٣%، وأخيراً (موقع لينكد إن Linked in) بنسبة ٧.٧%.

## ٤- أسباب متابعة المبحوثين للمحتوى السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٤) أسباب متابعة المبحوثين للمحتوى السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	ك	%
لمتابعة ما يستجد من أحداث وأزمات سياسية	٢٦٩	٨٣
لأنها تفيديني في تكوين تحليل أعمق لأحداث الثورة المصرية	٢٣٢	٧١.٦
لأعبر عن أفكاري وأرائي السياسية	١٩٠	٥٨.٦
لأنها تطلعني على وجهات نظر متعددة	١٤٨	٤٥.٧
لنشر بعض الحقائق عن الشائعات السياسية	١٤٢	٤٣.٨
للتعبير عن تضامني مع موقف سياسي أو شخصية سياسية	١٣٤	٤١.٤
لإقناع أصدقائي بالترجع لصالح حملة سياسية	١٣٤	٤١.٤
لأنها تساعدني في تبني مواقفي السياسية	١٢٧	٣٩.٢
جملة من سئلوا	٣٢٤	

يتضح  
الجدول

من

السابق: أن أسباب متابعة المبحوثين للمحتوي السياسي علي مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في (متابعة ما يستجد من أحداث وأزمات سياسية) في المقدمة بنسبة ٨٣%، ثم (لأنها تفيديني في تكوين تحليل أعمق لأحداث الثورة المصرية) في المرتبة الثانية بنسبة ٧١.٦%، ثم (لأعبر عن أفكاري وأرائي السياسية) في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٨.٦%، ثم (لأنها تطلعتني على وجهات نظر متعددة) في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٥.٧%، و(لنشر بعض الحقائق عن الشائعات السياسية) في المرتبة الخامسة بنسبة ٤٣.٨%، ثم (للتعبير عن تضامني مع موقف سياسي أو شخصية سياسية) في المرتبة السادسة بنسبة ٤١.٤%، و(لإقناع أصدقائي بالتبرع لصالح حملة سياسية) في المرتبة الثامنة بنسبة ٤١.٤%، وأخيراً (لأنها تساعدني في تبني مواقف السياسية) بنسبة ٣٩.٢%.

٥- درجات اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية:

جدول (٥)

درجات اعتماد المبحوثين علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية

الإجمالي		سوهاج		أسيوط		المنيا		بني سويف		العينة درجات الاعتماد
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٢.٣	١٣٧	٤٢.٢	٣٥	٤٣.٤	٣٦	٣٨	٣٠	٤٥.٦	٣٦	بدرجة كبيرة
٢٨.١	٩١	٢٨.٩	٢٤	٢٤.١	٢٠	٢٩.١	٢٣	٣٠.٤	٢٤	بدرجة متوسطة
٢٩.٦	٩٦	٢٨.٩	٢٤	٣٢.٥	٢٧	٣٢.٩	٢٦	٢٤.١	١٩	بدرجة منخفضة
١٠٠	٣٢٤	١٠٠	٨٣	١٠٠	٨٣	١٠٠	٧٩	١٠٠	٧٩	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٢.٦٠٨ درجة الحرية = ٦ مستوى المعنوية = ٠.٨٥٦ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن ٤٢.٣% من المبحوثين يعتمدون علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية (بدرجة كبيرة)، ويعتمد عليها ٢٨.١% منهم عليها (بدرجة متوسطة)، ويعتمد عليها ٢٩.٦% من المبحوثين (بدرجة منخفضة).

وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> بلغت (٢.٦٠٨) عند درجة حرية = (٦)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المحافظة التي يقيم بها المبحوثون (بني سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج) ودرجات اعتمادهم علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية.

## ٦- مستويات ثقة المبحوثين في صدق وموضوعية المحتوى السياسي علي مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٦)

مستويات ثقة المبحوثين في صدق وموضوعية المحتوى السياسي علي مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		سوهاج		أسيوط		المنيا		بني سويف		العينة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٤.١	٧٨	٢٠.٥	١٧	٢٧.٧	٢٣	٢٢.٨	١٨	٢٥.٣	٢٠	أثق فيها لدرجة كبيرة
٦٩.٤	٢٢٥	٧٣.٥	٦١	٦٥.١	٥٤	٧٣.٤	٥٨	٦٥.٨	٥٢	أثق فيها إلي حد ما
٦.٥	٢١	٦	٥	٧.٢	٦	٣.٨	٣	٨.٩	٧	لا أثق فيها
١٠٠	٣٢٤	١٠٠	٨٣	١٠٠	٨٣	١٠٠	٧٩	١٠٠	٧٩	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٣.٤٢٧ درجة الحرية = ٦ مستوى المعنوية = ٠.٧٥٤ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن ٢٤.١% من المبحوثين يتقون في المحتوى السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات عن الأحداث والقضايا السياسية (بدرجة كبيرة)، ويثق فيها ٦٩.٤% منهم (إلي حد ما)، بينما لا يثق فيها ٦.٥% من المبحوثين.

وبحساب قيمة كا<sup>٢</sup> بلغت (٣.٤٢٧) عند درجة حرية = (٦)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المحافظة التي يقيم بها المبحوثون (بني سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج) ومستويات ثقتهم في صدق وموضوعية المحتوى السياسي علي مواقع التواصل الاجتماعي.

٧- مدي استفادة المبحوثين من متابعة الأحداث والقضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٧)

مدي استفادة المبحوثين من متابعة الأحداث والقضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		سوهاج		أسيوط		المنيا		بني سويف		العينة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣١.٨	١٠٣	٣٠.١	٢٥	٢٢.٩	١٩	٣٤.٢	٢٧	٤٠.٥	٣٢	استفدت بدرجة كبيرة
٦١.١	١٩٨	٦٥.١	٥٤	٦٨.٧	٥٧	٥٨.٢	٤٦	٥١.٩	٤١	استفدت إلي حد ما
٧.١	٢٣	٤.٨	٤	٨.٤	٧	٧.٦	٦	٧.٦	٦	لم أستفد منها
١٠٠	٣٢٤	١٠٠	٨٣	١٠٠	٨٣	١٠٠	٧٩	١٠٠	٧٩	الإجمالي

قيمة كا<sup>٢</sup> = ٧.٢٣٤ درجة الحرية = ٦ مستوى المعنوية = ٠.٣٠٠ الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن ٣١.٨% من المبحوثين يستفدون من متابعة الأحداث والقضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (بدرجة كبيرة)، ويستفيد ٦١.١% منهم (إلي حد ما)، بينما لا يستفيد فيها ٧.١% من المبحوثين.

وبحساب قيمة كا ٢ بلغت (٧.٢٣٤) عند درجة حرية = (٦)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين المحافظة التي يقيم بها المبحوثون (بني سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج) ومدى استفادتهم من متابعة الأحداث والقضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### نتائج فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعتماد عليها كمصدر للمعلومات "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس بين علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعتماد عليها كمصدر للمعلومات، وذلك كما يلي:

#### جدول (٨)

معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعتماد عليها كمصدر للمعلومات

اعتماد الجمهور علي شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات			المتغيرات
العدد	معامل الارتباط	الدالة	
٣٢٤	٠.٢٤٤	٠.٠٠١	استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعتماد عليها كمصدر للمعلومات، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٢٤٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).

تشير هذه النتيجة إلي ارتفاع مستوي الوعي وادراك الجماهير في صعيد مصر لدور شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل بين الأفراد والجماعات، ويعتبر ذلك تحول نوعي من الإعتماد الكامل علي العلاقات الأسرية المباشرة وقادة الرأي ووسائل الإعلام التقليدية إلي وسائل جديدة تغذي آرائهم وأفكارهم برؤي متعددة وتسمح في ذات الوقت بوجود رأي خاص يمكن التعبير عنه ومتكون من خلاصة عدة آراء ومعلومات مختلفة فأعطت هذه الوسائل الجديدة لهذه المجتمع ذي الطبيعة الخاصة ميزة جديدة وأوجدت منافذ للمعرفة لم تكن موجودة من قبل فزاد اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات ثم تبادل الرأي وتكوين وجهات نظر ورؤي هي عبارة عن ناتج تلاحق فكري ذي صبغة خاصة بطريقة أيسر وأسهل حيث منحت متصفحها امانات وخدمات واسعة زادت من مكانتهم الاجتماعية في مجتمعاتهم المحلية والإقليمية نتجية ما تكون لديهم من آراء يمكنهم التعبير عنها سواء بالتدوين أو بالتعبير الصريح المباشر.

وبذلك فإننا نقبل الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

## الفرض الثاني: " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، وذلك كما يلي:

### جدول (٩)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم

مستوي الحراك السياسي لدي الجمهور			المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	العدد	
٠.٠٠١	٠.١٣١	٣٢٤	استخدام الجمهور لشبكات التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.١٣١)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١). وتؤكد هذه العلاقة علي أن معدل استخدام جمهور صعيد مصر لشبكات التواصل الاجتماعي من العوامل التي تزيد من الحراك السياسي لديهم؛ لاسيما بعد تمتع المجتمع المصري بقدر كبير من حرية التعبير.

تؤكد هذه النتيجة وتتسق مع صحة الفرض السابق، حيث أن ارتفاع مستوي الإعتماد علي مثل هذه الوسائل يدل علي اعتراف هذه الجمهور بجدواها وبالتالي امكانية احداث التأثير المطلوب نتيجة التراكم المعرفي وتلاقح الآراء مما يدفع إلي نمو وجهات نظر ورؤي قد تختلف عما كان موجوداً من قبل وبالتالي تؤدي إلي تغير في الفكر والتوجهات السياسية مما قد يدفع في هذا الاتجاه أو ذاك طبقاً لنوعيات التعرض والخلفيات مما يدفع في النهاية إلي نوع من الحراك السياسي للمزيد من المشاركة التي تبدأ فكرية لكنها لا تثبت أن تتحول إلي سلوك سياسي ايجابي مؤيد أو معارض لكن في النهاية فإن النتيجة تدل علي أهمية وقدرة تلك الوسائل الجديدة إلي أحداث التغير الفكري والسياسي في عقلية وسلوك المواطنين المتعرضين لها في صعيد مصر خاصة وأن معدلات هذا التعرض في تزايد مستمر ليسر استخدام هذه الوسائل وزيادة التعليم والثقافة والظروف السياسية التي تمر بها البلاد والتي ساهمت في ارتفاع أهمية هذه الوسائل وتعطش الصعيد إلي أحداث تغييرات قد تحسن من أوضاعه المترديه.

وبذلك فإننا نقبل الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.

### الفرض الثالث: " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، وذلك كما يلي:

#### جدول (١٠)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم

مستوي الحرك السياسي لدي الجمهور			المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	العدد	
٠.٠٠١	٠.٢٣٣	٣٢٤	اعتماد الجمهور علي شبكات التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٢٣٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).

تؤكد هذه النتيجة وتتسق أيضاً مع ثبوت صحة الفرضين السابقين، حيث أن زيادة الإعتماد علي تلك شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وزيادة معدلات الاستخدام يدل على ارتفاع نسبة ومستوي الحراك السياسي لديهم سواء علي مستوي نسبة ومستوي الحراك السياسي لديهم سواء علي مستوي تكوين الأفكار والرؤي أو تبلور وجهات النظر أو تعزيز أو تقليل الانتماءات الفكرية ودعمها أو زعزعتها أو المشاركة السياسية لكافة أشكالها، فقد دلت النتائج لاختبار هذه الفروض علي ان جمهور الصعيد يعتمد بشكل كبير علي وسائل الإعلام الجديدة و الشبكات الاجتماعية سواء للتواصل والحوار الفكري أو تكوين وجهات النظر والآراء وبالتالي الاتجاه نحو مواقف سياسية، ولعل الأحداث الجارية ونتائج المشاركات الشعبية لجماهير الصعيد تؤيد هذا الرأي في حدوث حراك وتغير عدد من المفاهيم والانتماآت مما قد ينتج عنه تفاعل أكثر ايجابية تدفع إلي المزيد من الإيمان بأهمية تلك الوسائل الجديدة ودورها في تشكيل واقع فكري ثم سلوكي جديد للجماهير في الأقاليم، وخاصة الصعيد وهي التي جزء لا يتجزأ من نسيج المجتمع مع مراعاة ظروف وبيئة هذا المجتمع الذي لا بد من المزيد من الاهتمام به لتعطشه سواء للمطرفه المدعمه بالآراء المتعددة وليست الرأي الواحد ثم الحاجة إلي التغيير والتطوير والتحديث.

وبذلك فإننا نقبل الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.

## الفرض الرابع: " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أهداف اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أهداف اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، وذلك كما يلي:

### جدول (١١)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أهداف اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم

مستوي الحرك السياسي لدي الجمهور			المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	العدد	
٠.٠٥	٠.١٠١	٣٢٤	أهداف اعتماد الجمهور علي شبكات التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين أهداف اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.١٠١)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

تؤكد هذه النتيجة حاجة جمهور الصعيد إلي المزيد من وسائل المعرفة سواء كانت هذه المعرفة بهدف الحصول علي المعلومات التي ظلت فترة طويلة موجهة في طرق واحد، فأتاح الوسائل الجديدة فرص تعددية الآراء والرؤي بل والإختلاف بل والحديث عن أشياء كثيرة من المسكوت عنها، أو فرص تبادل المعلومات والآراء والأفكار في تفاعلية لم تكن موجوده أو متاحة من قبل لمجتمع متعش ضاق ذرعاً بالتوجه الدائم من أعلى إلي أسفل وعاني سلطة القهر لكافة صورها وأنواعها ووجد الكثير بغيتهم في هذه الوسائل، وكذلك أتاحت فرص الانفتاح علي أصدقاء من مجتمعات مختلفة وثقافات مختلفة مع امكانية تبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، واجراء محادثات ونقاشات وتبادل للمعلومات؛ مما ألغي كثير من الحدود والمسافات التي ظلت إلي فترة قريبة تجعل الصعيد منطقة ذات تمايز مغاير لغيره من المناطق بل حوله إلي قطعة نائية لا تذكر إلا في الضحكات والنكات وغيرها، فكان اعتماد جمهور الصعيد رغم ظروف الفقر والجهل المفروضة عليه إلي طوق رأي منه المتعاملون مع تلك الوسائل أنه قد تكون طوق نجاه لهم، أو بداية الطريق للتغير المأمول والمنتظر منذ زمن بعيد اتاحة تلك الوسائل فكانت زيادة الإعتماد عليها تحقق ولو جزء من كل تلك الأهداف المتعددة وغيرها.

وبذلك فإننا نقبل الفرض الرابع القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين أهداف اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.

**الفرض الخامس:** " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، وذلك كما يلي:

#### جدول (١٢)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم

مستوي الحرك السياسي لدي الجمهور			المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	العدد	
٠.٠٠١	٠.٢١٤	٣٢٤	مدي اهتمام الجمهور بالمضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٢١٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٠١).

يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء تنوع المضمون السياسي المقدم عبر تلك الوسائل، حيث تعدت هذه الوسائل حدود السيطرة وكسرت التابوهات المقدسة وفتحت الملفات الممنوعة وقدمت الآراء المختلفة وسمحت بالتعددية الفكرية وتحولت القدرة علي التوجه من الحشد المباشر للرأي ال واحد وتكراره لترسيخه إلي عرض آراء متعددة تسمح بحرية فكرية لاقبوع عليها وكسرت كل المقدمات السياسية، كل هذه المضامين السيسية أدت إلي وجود علاقات ارتباط متعددة بين المضامين السياسية المقدمة ومستوي الحراك السياسي لدي جمهور صعيد مصر الأكثر تعطشاً لمثل تلك الأمور، بل ومن المتوقع المزيد من حراكه السياسي كلما زاد انتشار تلك الشبكات الاجتماعية، وكلما تيسرت طرق الدخول والتواصل ولعل الزائر ولو لمرة واحدة قد يصبح صديقاً دائماً بل جزءاً من هذه الأدوات عبر تلك الشبكات، كما قلصت كثيراً من الإعتماد علي غيرها في الحصول والوصول إلي المضامين السياسية المختلفة، وبالتالي الحراك السياسي المتعدد الإتجاهات تأييداً أو معارضة، بل ولعل التأثير المعارض قد يكون أقوى من التأثير المؤيد باعتبار الناشطين في هذه الوسائل أميل إلي التعبير عن الجديد من الفكر والحرية في الرأي والبعد عن القيود.

وبذلك فإننا نقبل **الفرض الخامس** القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.

**الفرض السادس:** " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدي ثقة جمهور صعيد مصرعينة الدراسة في المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدي ثقة جمهور صعيد مصرعينة الدراسة في المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، وذلك كما يلي:

#### جدول (١٣)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدي ثقة جمهور صعيد مصرعينة الدراسة في المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم

مستوي الحرك السياسي لدي الجمهور			المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	العدد	
غير دالة	٠.٠١٢	٣٢٤	مدي ثقة الجمهور بالمضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٠١٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء السلسلة مترابطة الحلقات التي أثبتتها الفروض السابقة من حيث زيادة الإعتماد وزيادة التعرض والمشاركة والأمل والتعطش إلي تحقيق الأهداف والإحساس بالالتقيف والإضطلاع والتعددية الفكرية وحرية التعرض الفرص مما أدي إلي مزيداً من الثقة في المضمون المقدم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي ارتفاع معدلات تكون الأفكار والرؤي السياسية الأكثر ثقة، وارتبط ذلك ارتباطاً طردياً بارتفاع معدلات الحراك السياسي وتنوعه لدي جمهور صعيد مصر.

وبذلك فإننا لا نقبل **الفرض السادس** القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة بين مدي ثقة جمهور صعيد مصرعينة الدراسة في المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.

**الفرض السابع:** " توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) لدى جمهور صعيد مصرنتيجة استخدام تلك الشبكات "

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) لدى جمهور صعيد مصرنتيجة استخدام تلك الشبكات، وذلك كما يلي:

#### جدول (١٤)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) لدى جمهور صعيد مصرنتيجة استخدام تلك الشبكات

الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي			المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	العدد	
٠.٠١	٠.١٧٤	٣٢٤	التأثيرات المعرفية
غير دالة	٠.٠٧٨		التأثيرات الوجدانية
٠.٠١	٠.١٩١		التأثيرات السلوكية

يشير الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٧٤) وهي قيمة دالة عند مستوي = ٠.٠١، وهذا يعني أن اعتماد الجمهور على تلك الشبكات يؤدي إلى حدوث تأثيرات معرفية لديهم.
- عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٠٧٨) وهي قيمة غير دالة عند مستوي = ٠.٠١، وهذا يعني أن اعتماد الجمهور على تلك الشبكات لم يؤدي إلى حدوث تأثيرات وجدانية لديهم.
- وجود علاقة دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٩١) وهي قيمة دالة عند مستوي = ٠.٠١، وهذا يعني أن اعتماد الجمهور على تلك الشبكات يؤدي إلى حدوث تأثيرات سلوكية لديهم.

يمكن تفسير هذه النتيجة في ارتفاع معدلات تعرض جمهور الصعيد لشبكات التواصل الاجتماعي، واعتماده عليها وتحقيق العديد من الأهداف وأوجه الاستفادة كل هذه العوامل تؤدي إلي تأثيرات معرفية من خلال تعدد وتراكم المعرفة وبالتالي وجود وجهات نظر وأراء متباينة مبنية علي تلك المعارف، مما يؤثر وجدانياً علي الميل إلي أو ضد مواقف أو قضايا سياسية معينة، ثم اتخاذ السلوك الذي يتناسب أو يتواءم مع هذه التأثيرات بالمشاركة والحراك السياسي تجاه القضايا والمواقف دعماً أو مناهضة تبعاً لما تكون من تأثيرات واتجاهات تؤدي في النهاية إلي تأييد أو معارضة.

وبذلك فإننا نقبل **الفرض السابع جزئياً** القائل بوجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) لدى جمهور صعيد مصر نتيجة استخدام تلك الشبكات.

**الفرض الثامن:** "توجد فروق دالة إحصائية بين جمهور صعيد مصر عينة الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، الإقليم، المستوى الاجتماعي الإقتصادي، الإنتماء الحزبي).

#### ١- الفروق تبعاً للنوع:

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للنوع.

#### جدول (١٥)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للنوع

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	ع	م	العدد	النوع	مستويات الحراك السياسي
غير دالة	١.٠١٨	٥.٢٣	٢٩.٢٤	١٧٠	الذكور	مفهوم الحراك السياسي
		٥.٠٨	٢٨.٦٦	١٥٤	الإناث	
غير دالة	٠.٢٠٠	٢.٦٦	٢٣.٠١	١٧٠	الذكور	المشاركة المعرفية
		٢.٤٦	٢٢.٩٥	١٥٤	الإناث	
٠.٥	٢.٠٢٣	٢.٥٤	١٧.٨٧	١٧٠	الذكور	المشاركة التعبيرية
		٢.٧١	١٧.٢٨	١٥٤	الإناث	
غير دالة	١.١٢٧	٢.٤٥	١١.٩٠	١٧٠	الذكور	المشاركة الانتخابية
		٢.٦٧	١١.٥٨	١٥٤	الإناث	
غير دالة	١.٢٦٩	١.٤٤	٣.٧٩	١٧٠	الذكور	المشاركة عبر المنظمات
		١.٣٧	٣.٩٩	١٥٤	الإناث	
غير دالة	١.٧٢٧	١.٩٠	٦.٦١	١٧٠	الذكور	المشاركة الحزبية
		٢.٠٢	٦.٢٤	١٥٤	الإناث	
٠.٠١	٢.٧٧٩	١.٣٢	٤.٠٥	١٧٠	الذكور	المشاركة الحكومية
		١.١٠	٣.٦٧	١٥٤	الإناث	

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للنوع، عدا بعد المشاركة التعبيرية، والمشاركة الحكومية، حيث بلغت قيمة "ت" قيماً دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٠٥)، (٠.٠٠١).

## ٢- الفروق تبعاً لمحل الإقامة:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً لمحل الإقامة.

## جدول (١٦)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً لمحل الإقامة

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات الحراك السياسي
غير دلة	١.١٣٧	٣٠.٢٧٥	٣	٩٠.٨٢٦	بين المجموعات	مفهوم الحراك السياسي
		٢٦.٦٢٨	٣٢٠	٨٥٢٠.٨٦٥	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٨٦١١.٦٩١	المجموع	
غير دلة	٠.٣٢٩	٢.١٧٧	٣	٦.٥٣٢	بين المجموعات	المشاركة المعرفية
		٦.٦١٤	٣٢٠	٢١١٦.٣٩١	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢١٢٢.٩٢٣	المجموع	
غير دلة	٠.٧٦٣	٥.٣١٨	٣	١٥.٩٥٤	بين المجموعات	المشاركة التعبيرية
		٦.٩٦٩	٣٢٠	٢٢٣٠.٠٨٠	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢٢٤٦.٠٣٤	المجموع	
غير دلة	١.٣٤٥	٨.٨٢٩	٣	٢٦.٤٨٦	بين المجموعات	المشاركة الإنتخابية
		٦.٥٦٢	٣٢٠	٢٠٩٩.٧٦١	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢١٢٦.٢٤٧	المجموع	
غير دلة	٠.٢٠٨	٠.٤١٩	٣	١.٢٥٨	بين المجموعات	المشاركة عبر المنظمات
		٢.٠١٥	٣٢٠	٦٤٤.٧٤٢	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٦٤٦.٠٠٠	المجموع	
غير دلة	٠.٢٦٢	١.٠٢٥	٣	٣.٠٧٥	بين المجموعات	المشاركة الحزبية
		٣.٩٠٨	٣٢٠	١٢٥٠.٦٩٠	داخل المجموعات	
			٣٢٣	١٢٥٣.٧٦٥	المجموع	
غير دلة	١.٩٠٢	٢.٨٧٢	٣	٨.٦١٥	بين المجموعات	المشاركة الحكومية
		١.٥١٠	٣٢٠	٤٨٣.١٩٧	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٤٩١.٨١٢	المجموع	

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين" إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً لمحل الأقاليم، حيث بلغت قيمة "ف" قيمةً غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

## ٣- الفروق تبعاً للمستوي الاجتماعي الإقتصادي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للمستوي الاجتماعي الإقتصادي.

## جدول (١٧)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للمستوي الاجتماعي الإقتصادي

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات الحراك السياسي
٠.٠٥	٣.١٨٥	٩٤.٦٣٠	٢	١٨٩.٢٦٠	بين المجموعات	مفهوم الحراك السياسي
		٢٩.٧١١	٣٢١	١٠٥١٧.٦٧٠	داخل المجموعات	
			٣٢٣	١٠٧٠٦.٩٣٠	المجموع	
٠.٠٥	٤.٢٤٢	٢٦.٥٥٨	٢	٥٣.١١٥	بين المجموعات	المشاركة المعرفية
		٦.٢٦١	٣٢١	٢٢١٦.٣٣٥	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢٢٦٩.٤٥١	المجموع	
٠.٠٥	٤.٦١٢	٣٨.٧٦٠	٢	٧٧.٥٢٠	بين المجموعات	المشاركة التعبيرية
		٨.٤٠٤	٣٢١	٢٩٧٥.١٢٤	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٣٠٥٢.٦٤٤	المجموع	
٠.٠٠١	١١.٢٢ ٩	٧٥.١١٣	٢	١٥٠.٢٢٦	بين المجموعات	المشاركة الإنتخابية
		٦.٦٨٩	٣٢١	٢٣٦٧.٩٥٩	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢٥١٨.١٨٥	المجموع	
٠.٠٥	٤.٣٩٦	٨.٥٩٣	٢	١٧.١٨٦	بين المجموعات	المشاركة عبر المنظمات
		١.٩٥٥	٣٢١	٦٩١.٩٧٩	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٧٠٩.١٦٥	المجموع	
٠.٠٥	٤.١٤٨	١٦.٩٠٤	٢	٣٣.٨٠٩	بين المجموعات	المشاركة الحزبية
		٤.٠٧٥	٣٢١	١٤٤٢.٤٩٩	داخل المجموعات	
			٣٢٣	١٤٧٦.٣٠٨	المجموع	
٠.٠٥	٣.١٢٤	٤.٨٦٩	٢	٧.٧٣٨	بين المجموعات	المشاركة الحكومية
		١.٥٥٩	٣٢١	٥٥١.٧٨٠	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٥٦١.٥١٨	المجموع	

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للمستوي الاجتماعي الإقتصادي، حيث بلغت قيمة "ف" قيماً دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات جمهور صعيد مصر محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (١٨)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للمستوي الاجتماعي الإقتصادي

مستويات الحراك السياسي	المجموعات	مستوي منخفض	مستوي متوسط	مستوي مرتفع
مفهوم الحراك السياسي	مستوي منخفض	-	-	-
	مستوي متوسط	٠.٧٧	-	-
	مستوي مرتفع	*١.٨٦	١.٠٩	-
المشاركة المعرفية	مستوي منخفض	-	-	-
	مستوي متوسط	٠.٥٢	-	-
	مستوي مرتفع	٠.٣٣	*٠.٨٦	-
المشاركة التعبيرية	مستوي منخفض	-	-	-
	مستوي متوسط	*٠.٩٤	-	-
	مستوي مرتفع	٠.٠٤	*٠.٩٩	-
المشاركة الإنتخابية	مستوي منخفض	-	-	-
	مستوي متوسط	*١.٠٩	-	-
	مستوي مرتفع	٠.٣٣	*١.٤٣	-
المشاركة عبر المنظمات	مستوي منخفض	-	-	-
	مستوي متوسط	٠.٢٧	-	-
	مستوي مرتفع	٠.٢١	*٠.٤٩	-
المشاركة الحزبية	مستوي منخفض	-	-	-
	مستوي متوسط	٠.٣٩	-	-
	مستوي مرتفع	٠.٢٩	*٠.٦٨	-
المشاركة الحكومية	مستوي منخفض	-	-	-
	مستوي متوسط	٠.٣٠	-	-
	مستوي مرتفع	٠.٠٥	*٠.٣٦	-

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات اجتماعية اقتصادية للجمهور المصري المختلفة ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات للجمهور المصري علي مقياس المشاركة السياسية تبعاً للمستوي الاجتماعي الإقتصادي، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

**بالنسبة للبعد الخاص بمفهوم الحراك السياسي:**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المرتفع) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المنخفض) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٨٦ وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠٥ .

**بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة المعرفية:**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المرتفع) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٨٦ وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .

**بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة التعبيرية:**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المنخفض) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٩٤، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠٥ .

- وتبين أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المرتفع) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٩٩، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .

**بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة الانتخابية:**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المنخفض) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٠٩، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .

- وتبين أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المرتفع) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٤٣، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

**بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة عبر المنظمات:**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المرتفع) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٩، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .

**بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة الحزبية:**

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافا بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المرتفع) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٦٨، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .

### بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة الحكومية:

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المرتفع) والجمهور ذوي المستوي الاجتماعي الإقتصادي (المتوسط) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٦، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٥ .

#### ٤- الفروق تبعاً للإنتماء الحزبي:

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للإنتماء الحزبي.

جدول (١٩)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل

الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للإنتماء الحزبي

مستويات الحراك السياسي	العينة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
مفهوم الحراك السياسي	ينتمي	٧١	٢٨.٦٧	٤.٩٧	٠.٥٤١	غير دالة
	لا ينتمي	٢٥٣	٢٩.٠٥	٥.٢٢		
المشاركة المعرفية	ينتمي	٧١	٢٢.٩٠	٢.٥٠	٠.٣٠٩	غير دالة
	لا ينتمي	٢٥٣	٢٣.٠١	٢.٥٨		
المشاركة التعبيرية	ينتمي	٧١	١٧.٤٥	٣.٠١	٠.٥٢٤	غير دالة
	لا ينتمي	٢٥٣	١٧.٦٣	٢.٥٢		
المشاركة الإنتخابية	ينتمي	٧١	١١.٤٦	٢.٦٣	١.٠٧٢	غير دالة
	لا ينتمي	٢٥٣	١١.٨٣	٢.٥٤		
المشاركة عبر المنظمات	ينتمي	٧١	٣.٦١	١.٣٤	١.٨٢١	غير دالة
	لا ينتمي	٢٥٣	٣.٩٦	١.٤٢		
المشاركة الحزبية	ينتمي	٧١	٦.١٨	٢.٠٩	١.٢٣٦	غير دالة
	لا ينتمي	٢٥٣	٦.٥٠	١.٩٣		
المشاركة الحكومية	ينتمي	٧١	٣.٧٧	١.١٩	٠.٧٦٣	غير دالة
	لا ينتمي	٢٥٣	٣.٩٠	١.٢٤		

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلي عدم وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي وفقاً للإنتماء الحزبي، حيث بلغت قيمة "ت" قيمة غير دالة احصائياً عند مستوي دلالة (٠.٠٥).

وبذلك نقبل الفرض الثامن جزئياً القائل: "توجد فروق دالة احصائياً بين جمهور صعيد مصر عينة الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، الإقليم، المستوي الاجتماعي الإقتصادي، الإنتماء الحزبي)".

**الفرض التاسع:** "توجد فروق دالة احصائياً بين جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الإعتماد علي تلك الشبكات".

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات جمهور

صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الإعتماد علي تلك الشبكات.

جدول (٢٠)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون

شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الإعتماد علي تلك الشبكات

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات الحراك السياسي
غير دلة	٠.٠٧٨	٢.٣٥١	٢	٧.٠٥٤	بين المجموعات	مفهوم الحراك السياسي
		٣٠.٣١١	٣٢١	١٠.٦٩٩.٨٧٦	داخل المجموعات	
			٣٢٣	١٠.٧٠٦.٩٣٠	المجموع	
غير دلة	٠.٢٩٣	١.٨٧٧	٢	٥.٦٣١	بين المجموعات	المشاركة المعرفية
		٦.٤١٣	٣٢١	٢٢٦٣.٨٢٠	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢٢٦٩.٤٥١	المجموع	
غير دلة	٠.٧٦٩	٣.٦٠٦	٢	١٩.٨١٨	بين المجموعات	المشاركة التعبيرية
		٨.٥٩٢	٣٢١	٣٠.٣٢.٨٢٦	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٣٠.٥٢.٦٤٤	المجموع	
غير دلة	٢.٠٨٧	١٤.٦٢٨	٢	٤٣.٨٨٣	بين المجموعات	المشاركة الإنتخابية
		٧.٠٠٩	٣٢١	٢٤٧٤.٣٠١	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢٥١٨.١٨٥	المجموع	
غير دلة	٠.٤٤٠	٠.٨٨٠	٢	٢.٦٤١	بين المجموعات	المشاركة عبر المنظمات
		٢.٠٠١	٣٢١	٧٠.٦٥٢٤	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٧٠.٩.١٦٥	المجموع	
غير دلة	٠.٢٩٢	١.٢١٨	٢	٤.٦٥٥	بين المجموعات	المشاركة الحزبية
		٤.١٧٤	٣٢١	١٤٧٢.٦٥٣	داخل المجموعات	
			٣٢٣	١٤٧٦.٣٠٨	المجموع	
غير دلة	١.٥٣٨	٢.٤١٦	٢	٧.٢٤٧	بين المجموعات	المشاركة الحكومية
		١.٥٧٠	٣٢١	٥٥٤.٢٧١	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٥٦١.٥١٨	المجموع	

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين الأحادي": إلي عدم وجود متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الإعتماد علي تلك الشبكات. حيث بلغت قيمة "ف" قيماً غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة

(٠.٠٥)

وبذلك لا نقبل الفرض الحادي عشر القائل: "توجد فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصرينة الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الإعتماد علي تلك الشبكات".

**الفرض العاشر:** "توجد فروق دالة إحصائية بين جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات".  
تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لقياس الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات.

## جدول (٢١)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات

الدالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	مستويات الحراك السياسي
غير دالة	٢.٢٤٥	٥٩.٣٨٥	٢	١١٨.٧٧٠	بين المجموعات	مفهوم المشاركة السياسية
		٢٦.٤٥٨	٣٢١	٨٤٩٢.٩٢١	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٨٦١١.٦٩١	المجموع	
غير دالة	١.٩٩٩	١٣.٠٦٠	٢	٢٦.١١٩	بين المجموعات	المشاركة المعرفية
		٦.٥٣٢	٣٢١	٢٠٩٦.٨٠٤	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢١٢٢.٩٢٣	المجموع	
غير دالة	٢.٩٨٠	٢٠.٤٧٢	٢	٤٠.٩٤٥	بين المجموعات	المشاركة التعبيرية
		٦.٨٦٩	٣٢١	٢٢٠٥.٠٨٩	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢٢٤٦.٠٣٤	المجموع	
.٠٠٠١	٩.٦٢٦	٦٠.١٥٥	٢	١٢٠.٣١٠	بين المجموعات	المشاركة الانتخابية
		٦.٢٤٩	٣٢١	٢٠٠٥.٩٣٧	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٢١٢٦.٢٤٧	المجموع	
.٠٠٥	٤.٤١١	٨.٦٣٩	٢	١٧.٢٧٩	بين المجموعات	المشاركة عبر المنظمات
		١.٩٥٩	٣٢١	٦٢٨.٧٢١	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٦٤٦.٠٠٠	المجموع	
غير دالة	٠.٦٩٣	٢.٦٩٥	٢	٥.٣٩٠	بين المجموعات	المشاركة الحزبية
		٣.٨٨٩	٣٢١	١٢٤٨.٣٧٥	داخل المجموعات	
			٣٢٣	١٢٥٣.٧٦٥	المجموع	
.٠٠١	٤.٩٩٧	٧.٤٢٥	٢	١٤.٨٥٠	بين المجموعات	المشاركة الحكومية
		١.٤٨٦	٣٢١	٤٧٦.٩٦٢	داخل المجموعات	
			٣٢٣	٤٩١.٨١٢	المجموع	

تشير نتائج تطبيق اختبار "تحليل التباين": إلي وجود فروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات من حيث (المشاركة الانتخابية، والمشاركة عبر المنظمات، والمشاركة الحكومية)، حيث بلغت قيمة "ف" قيماً دالة إحصائية عند مستوي دلالة (٠.٠٠١، و٠.٠٠٥، و٠.٠٠١).

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات جمهور صعيد مصر محل الدراسة، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي .

#### جدول (٢٢)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات

ثقة مرتفعة	ثقة متوسطة	ثقة منخفضة	المجموعات	مستويات الحراك السياسي
-	-	-	ثقة منخفضة	المشاركة الانتخابية
-	-	*١.١٤	ثقة متوسطة	
-	*١.٢٨	٠.١٤	ثقة مرتفعة	
-	-	-	ثقة منخفضة	المشاركة عبر المنظمات
-	-	٠.٣١	ثقة متوسطة	
-	*٠.٥٠	٠.١٩	ثقة مرتفعة	
-	-	-	ثقة منخفضة	المشاركة الحكومية
-	-	٠.٤٣	ثقة متوسطة	
-	*٠.٤٦	٠.١٤	ثقة مرتفعة	

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية للمجموعات التي تمثل مستويات ثقة في شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات جمهور صعيد مصر علي الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات ، تم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

#### بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة الانتخابية:

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة ذوي درجات الثقة (المنخفضة) والجمهور ذوي درجات الثقة (المتوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.١٤، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .
- وتبين أن هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة ذوي درجات الثقة (المرتفع) والجمهور ذوي درجات الثقة (المتوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١.٢٨، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

#### بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة عبر المنظمات:

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة ذوي درجات الثقة (المرتفع) والجمهور ذوي درجات الثقة (المتوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٥٠، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .

### بالنسبة للبعد الخاص بالمشاركة الحكومية:

- أكدت نتائج اختبار L.S.D أن هناك اختلافاً بين الجمهور محل الدراسة ذوي درجات الثقة (المرتفع) والجمهور ذوي درجات الثقة (المتوسطة) بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٦، وهو فرق دال عند مستوى ٠.٠٠١ .
- وبذلك نقبل الفرض الثاني عشر جزئياً القائل: "توجد فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصرعينة الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات ."

### خاتمة الدراسة:

أجمعت الدراسة علي العلاقة بين استخدام جمهور الصعيد محل الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي وتفعيل الحراك السياسي لديهم من خلال الإعتماد علي تلك الشبكات في الحصول علي المعلومات السياسية ومتابعة المضمون السياسي عبرها، حيث يؤدي الحراك السياسي إلي زيادة التكافل المجتمعي وانتشار المساواة وتغير الإتجاهات ورغبات الجماهير ولعل جمهور الصعيد الأكثر تعطشاً للإحساس بالمساواة في مصادر المعرفة والمشاركة في الحياة السياسية المصرية، الأمر الذي كان مقتضراً علي محافظات القاهرة والإسكندرية وغيرها من محافظات الوجه البحري، كما رصدت الدراسة قدرة شبكات التواصل الاجتماعي في التعامل مع جماهير صعيد مصر في القضايا والمشكلات والأحداث السياسية التي تواجه مصر في المستقبل من دستور وانتخابات وترشيحات وغيرها. ويمكن رصد عدداً من نتائج الدراسة كما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي والإعتماد عليها كمصادر للمعلومات.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين أهداف اعتماد جمهور صعيد مصرعينة الدراسة علي شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين مدي اهتمام جمهور صعيد مصرعينة الدراسة بمتابعة المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين مدي ثقة جمهور صعيد مصرعينة الدراسة في المضمون السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومستوي الحراك السياسي لديهم.
- وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) لدى جمهور صعيد مصرنتيجة استخدام تلك الشبكات".

- وجود فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصر عينة الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، محل الإقامة، المستوي الاجتماعي الإقتصادي، الإنتماء الحزبي).
- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الإعتماد علي تلك الشبكات.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي علي مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الثقة في تلك الشبكات.

## مراجع الدراسة:

- (١) إيمان نعمان جمعة. " حدود تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠". *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام- جامعة القاهرة*. مج ٢. ع ١. يناير/ مارس ٢٠٠١. ص ص ٢٢٩- ٢٥٦.
- (٢) إيمان نعمان جمعة. "قياسات الرأي العام إزاء القضايا القومية بالتطبيق على الانتخابات". في: "مشكلات الاتصال السياسي في مصر: حلقة نقاشية ٢٦ يوليو ٢٠٠٠". *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام- جامعة القاهرة*. ع ٢. أبريل/ يونيه ٢٠٠٠. ص ص ٣٣٨- ٣٤٠.
- (٣) صفوت العالم. " دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي: مصر نموذجاً". (القاهرة: مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٣م)، ص ٢.
- (٤) أشرف جلال، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر-تونس-ليبيا- سوريا- اليمن)، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" جامعة الملك سعود -الرياض ٢٣-٢٤ جمادى الأولى ١٤٣٣ الموافق ١٥-١٦ أبريل ٢٠١٢م.
- (٥) رجائي الميرغني، دور الإعلام في التحول الديمقراطي المجتمع المدني داعمًا-الاتلاف الوطني لحرية الإعلام نموذجاً، ورقة عمل مقدمة لبرنامج "بناء القدرات والنهوض بالمعرفة" لشباب الصحفيين الليبيين: القاهرة من ١٥/١٥ يوليو ٢٠١١م.
- (٦) هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العربي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (تونس: جامعة الدول العربية، اتحاد الإذاعات العربية، العدد ٦٣، ٢٠٠٨ م).
- (٧) حسن عماد مكاري، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧)، ص ص ٢٣٢ - ٢٣٣.
- (٨) أسامة غازي المدني، اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية: دراسة ميدانية (الرياض: كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، ٢٠٠٩م)، متاح: <http://uqu.edu.sa/page/ar/158190>.
- (٩) عبد الله عمران علي إبراهيم، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الفضائيات العربية للشئون المصرية: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ٢٠٠٩م).
- (١٠) ملفين ديليفر، روكيتش، ساندرابول، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣).

11 - Defleur M, Ball Rockeach S., 1992, *Theories of Mass Communication*, 4th ed, New York: Longman, pp 242 – 244.

(١٢) محمود حسن إسماعيل. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م).

(13) Kennis, Andrew, Theorizing and Historicizing the Media Dependence Model, *Conference Papers, Annual Meeting of International Communication Association*, 2009,p1-45

(14) Pierce, C. John, Lee- Sammons, Lynette, Steger, E. Mary Ann, and Jr. Lovrich, P. Nicholas. "Media Reliance and Public Images of Environmental Politics in Ontario and Michigan". *Journalism Quarterly*. V. 67. N.4. Winter, 1990. P. 838.

(١٥) محمود إسماعيل، ممدوح مكاوي. التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي على الشباب المصري (ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م أنموذجاً)، **مجلة دراسات الطفولة** ( جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، الإصدار رقم ٥٩ ، المجلد ١٥ ، ملحق أبريل - يونيو، ٢٠١٣ ) ص ص ٧٧-٨٥.

(١٦) هشام رشدي محمود علي خير الله ، معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب الجامعي ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية ، ٢٠١٣).  
(١٧) داليا صلاح محمد علي خليل ، دور الصحف الإلكترونية في التعريف بالقضايا السياسية المصرية لعينة من شباب الجامعات ، **مجلة دراسات الطفولة** ( جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، الإصدار رقم ٥٦ ، المجلد ١٥ ، ملحق يوليو - سبتمبر ، ٢٠١٢ ) ص ص ١١٥- ١١٨

(١٨) نها نبيل محمود الأسدي " دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م : دراسة تحليلية ميدانية " ، **رسالة ماجستير غير منشورة** (القاهرة : كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ٢٠١٢م)

(١٩) حمزه السيد حمزه خليل. " استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة ٢٥ يناير المصرية والإشاعات المتحققة

منها: دراسة ميدانية " **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة طنطا – كلية التربية النوعية ، قسم الاعلام التربوي ٢٠١٢)

(٢٠) عالية أحمد عبد العال. " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الحركات الاحتجاجية الجماهيرية " ، **المؤتمر السنوي الأول تحت عنوان "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية"** ، (القاهرة : جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام ، من ١٩ إلى ٢١ مارس ٢٠١٢م).

(21) - Meredith Conroy, M., Jessica, T & Guerrero, F " Face book and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement " *Computers in Human Behavior*, In Press, **Corrected Proof, 24 April 2012 Available online: [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)**.

(22) - Al-Kandari, A., Hasanen, M. " The impact of the Internet on political attitudes in Kuwait and Egypt " **In Telematics and Informatics**, Vol. 29. 2012 p.p . 245-253

(٢٣) عمرو محمد أسعد. "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة علي موقعي اليوتيوب Youtube والفيديوك Face book " ، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ( جامعة القاهرة ، كلية الاعلام، ٢٠١١م)

(٢٤) غادة مصطفى أحمد محمد البطريق. " دور الإعلام الإلكتروني في دعم المشاركة السياسية في عصر العولمة الإعلامية: دراسة ميدانية علي أحداث ثورة مصر في ٢٥ يناير ٢٠١١م " ، **بحوث مقدم للمؤتمر الدولي الأول للكلية " العلوم الإنسانية والعولمة"** ، (جامعة قناة السويس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الفترة من ٢٩-٣٠ مايو ٢٠١١م).

<sup>25</sup> Yousra Allam (2011) , social media and politics : Amplification in Arab world ( case study of the Egyptian revolution.

<sup>26</sup> Karin Knessil ( 2011) , Elements for a scientific analysis for Arab revolution in Spring 2011.AAS working papers in social anthropology, volume21.

<sup>27</sup> Tamara Chahayeb Makarem (2011), Arab revolution the butterfly effect , Parson the new school for design, New York.

(٢٨) صالحة الدماري. "الطلاب والشبكات الاجتماعية دراسة ميدانية في استخدامات وإشاعات طلاب كلية الفنون والإعلام للفيديو بوك كشبكة اجتماعية " ، مدونه صالحة الدماري: [alola.maktoobblog.com](http://alola.maktoobblog.com)  
(٢٩) نرمين زكريا خضر. "الأثار الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية- دراسة علي مستخدمي مواقع الفيس بوك، مرجع سابق.

(30) Boroughs, B "social networking websites and voter turnout ". **Unpublished M.A** (Washington ,Dc : Georgetown University.2010 )

<sup>٣١</sup> Jeffery Ghannam 2011 social media in the Arab world, Center for international media association.

(٣٢) قام بتحكيم صحيفة الاستبيان السادة :

- أ.د/ اعتماد خلف معبد . أستاذ الإعلام ، جامعة عين شمس .
- أ.د/ جمال النجار: أستاذ الصحافة، جامعة الأزهر.
- أ.د/ محمد سعد: أستاذ الإعلام بكلية الآداب، جامعة المنيا.
- أ.د/ محمود حسن اسماعيل: أستاذ ورئيس قسم الإعلام، جامعة عين شمس.
- د/ وفاء ثروت . أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب، جامعة المنيا.
- د/ زكريا الدسوقي: أستاذ الإعلام المساعد ، جامعة عين شمس.
- د/ ممدوح مكاوي: مدرس بكلية الإعلام، جامعة بني سويف.



**Society and the study sample:** a human society in this study audience Upper Egypt, was chosen as a random sample was strong (400 single); and distributed in a manner equal distribution of (100 single) for each governorate (Beni Suef, Minya, Assiut, Sohag), and takes into account in the selection of the sample to be representative of the community level, north and south.

**The study data collection tool:** The Inquisition newspaper design to answer the questions of the study, and the study included a removable variables measurable in terms of rates and patterns of use of social networks, the level of political attention, and a measure of the process of the political movement. And included data on the use of the motives and political participation.

**Results of the study:** unanimously study on the relationship between the use of the public level in the study of social networks and activate the political movement they have through the use of these networks in getting political information and follow up the political content through, as it leads the political movement to increase community solidarity and the spread of equality and change directions and wishes of the masses Perhaps the audience the most hungry for a sense of equality in the knowledge and participation sources in Egyptian political life level, which was limited to the governorates of Cairo, Alexandria and other governorates of Lower Egypt, as the study monitored the ability of social networks to deal with the masses of Upper Egypt in the issues and problems and political events that faces Egypt in the future of the constitution and elections and nominations, among others.

# **Social networks and their role in the activation of the political movement: a field study on a sample of public Upper Egypt**

**Dr. Mohamed Zen Abd Elrahman**

Assistant Professor - Faculty of Arts - Mass Communication Dep.  
Minia University

## **Abstract**

**Study Problem:** Because level region was and continues to suffer neglect in many areas of life compared to other regions has not yet been studying the role of level in what is happening from the revolutions of political and motionless, and see how close or after level for dealing with networks and means of new media and its contribution to political and revolutionary events, so put the current study attempts to answer the question: What is the role of social networks in the activation of the political movement I have the audience Upper Egypt.?

**Importance of the study:** Turning social networking networks and means to mobilize and support for activists everywhere, and became her great on the importance of the Egyptian political arena in the crowd and the support and assembly of special votes in seasons elections to put a particular candidate and his support or underestimated and minimized.

**Objectives of the study:** The study aims to identify the role of social networks modern means in the reformulation and activating the political movement process in the provinces of Egypt, especially level towards the political events to create an interactive environment can be invested as a popular and political pressure in the important issues in the future after the success of a number of Arab revolutions and create an environment and climate politically convenient from which to monitor the impact of social networks on democratization processes in transition stages taking place in Egypt

**Type And the methodology of the study:** is the study of descriptive studies, where the phenomenon of the use of targeted audience banker regions of Upper Egypt characterization of social networks, and Menzkh this use of their political effects. The method used to survey a sample of the audience Upper Egypt.

## Copyright © EPRA 2014

---

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

### **EPRA Publications**

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt  
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

[chairman@epra.org.eg](mailto:chairman@epra.org.eg) Email: - [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg)

Web: [www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

### **Address:**

Egyptian Public Relations Association,  
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.  
 And also to the Association email: [jpr@epra.org.eg](mailto:jpr@epra.org.eg), after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

# Journal of public relations research Middle East

**I**t is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

## **Publishing rules:**

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East  
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

**Fourth issue - July / September 2014**

### Founder & Chairman

**Dr. Hatem Saad**

Chair of EPRA

### Editor in Chief

**Prof. Dr. Aly Agwa**

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty  
of Mass Communication - Cairo University  
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

### Editorial Manager

**Prof. Dr. Samy Taya**

Professor of Public Relations  
Faculty of Mass Communication - Cairo University

### Editorial Assistants

**Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty**

Professor of Public Relations  
Misr International University

**Dr. Sadek Rabeh (Algeria)**

Associate Professor of mass communication - Emirati  
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean  
of Faculty of information and Public Relations - Ajman  
University

**El-Sayed Abdel-Rahman Ali**

Senior editor - Academy of The Arabic Language  
Ph.D. candidate - Faculty of mass communication - Cairo University

### Address

**Egyptian Public Relations Association**

Arab Republic of Egypt  
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

## Scientific Board \*\*

JPRR.ME

**Prof. Dr. Aly Agwa** (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Thomas A. Bauer**

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

**Prof. Dr. Mona Al-Hadedy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Yas Elbaiaty** (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information  
and Humanities, Ajman University of Science

**Prof. Dr. Enshirah el SHAL** (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and  
Humanities from France)

**Prof. Dr. Hassan Mekawy** (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Nesma Younes** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Adly Reda** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Mohamed Moawad** (Egypt)

Media professor at Ain Shams University and dean of the Institute of High Aljazeera Media Sheroq Academy

**Prof. Dr. Samy Abd Elaziz** (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of  
Information, Cairo University

**Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned** (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

**Prof. Dr. Mahmoud Yousef** (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Samy Taya** (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

**Prof. Dr. Basyouni Hamada** (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban** (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Hassan Aly** (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of  
Arts - Mina University

**Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael** (Egypt)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams  
University

**Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen** (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Alsun and Mass Communication, Vice President of the  
International University of Egypt

**Prof. Dr. Othman Al Arabi** (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King  
Saud University

**Prof. Dr. Abden Alsharif** (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

**Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat** (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

**Prof. Dr. Tahseen Mansour** (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

**Prof. Dr. Mohamed Elbokhary** (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek  
national Ulugbek Beck

**Prof. Dr. Ali Kessaissia**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

**Prof. Dr. Redouane BoudJema**, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

\*\* Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



# Journal



# of P R research

## Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Fourth Issue – July / September 2014

### Researches in French:

- *Professeur Said LOUCIF - Université d'Alger3*  
La Confiance Comme Instrument d'analyse et de Compréhension des Relations Publiques 7

### Researches in English:

- *Dr. Osman B. Gazzaz - Umm al-Qura University*  
Pilgrim Problems and their Communication Patterns in the Hajj 1434 (H): A Study of the Communicative Ecology of the Pilgrim Community from Egypt 24

### Abstracts Researches in Arabic:

- *Dr. Mohamed Zen Abd Elrahman - Minia University*  
Social Networks and their Role in the Activation of the Political Movement: A Field Study on A Sample of Public Upper Egypt 62
- *Dr. Shaban Hasan Hamada - Ajman University*  
Effective Electronic Public Relations at Fujairah Charity Foundation in United Arab Emirates 64
- *Dr. Magda Abd El- Monem Makhlouf - Higher Institute for Media and Communication Arts*  
The Role of the Public Relations Department of Internal Crises Management in Egyptian Ministries: A field study 66
- *El-Sayed Abdel-Rahman Ali - Academy of the Arabic Language in Cairo*  
The Relationship between Media Ownership and their Manipulation of Democratic Transformation Issues 68
- *Ismail Bin Debeli - University of Algiers 3*  
Sociology uses frames its Approach in Information and Communication Sciences Read the Representations and Use and Ownership 69

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical  
Information Network  
(ENSTINET)

Copyright ©2014 EPRA  
[www.epra.org.eg](http://www.epra.org.eg)