



المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة دورية محكمة تصدر عن قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج

رئيس مجلس إدارة المجلة:

أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:

أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:

د / أحمد خيرى عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير

أ.د / عبد الباسط أحمد هاشم

أ.د / فوزي عبدالغني خلاف

أ.د / عزة عبدالعزيز عبدالله

أ.م. د / سحر محمد وهبي

أ.م.د / صابر حارص

أ.م.د / أحمد حسين

أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير

د / نها السيد عبدالمعطي

د / إسراء صابر عبدالرحمن

د / هاني إبراهيم السمان

أ / أحمد جعفر أحمد

أ / محمد خلف محمد

المحرر اللغوي

أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

المجلد 5 العدد 5

Issn: 3009-7134

<https://ejrcds.journals.ekb.eg>

يناير - 2025

الفهرست:

تأثير استخدام تقنيات التحقق في المنصات الرقمية على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال - دراسة ميدانية
الأمن السيبراني في غرف الأخبار الصحفية: استراتيجيات وتحديات
اتجاهات النخبة نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بحرية تداول المعلومات
مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية الرقمية " دراسة استشرافية من 2022م - 2032م
المزاج العام نحو تناول المواقع الإخبارية للحوار الوطني – دراسة ميدانية
التماس الشباب للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية من اليوتيوب
صورة العرب في الغرب كما تعكسها مواقع التواصل الاجتماعي
دور الاعلام الجديد في تعزيز المواطنة الرقمية لدى الشباب "دراسة ميدانية على طلاب جامعة سوهاج"
الدلالات البصرية في تصميم شعارات العلامات التجارية: دراسة سيميولوجية
الخطاب الصحفي العربي تجاه الحرب "الأوكرانية – الروسية" وآثارها السياسية والاقتصادية على الدول العربية "دراسة تحليلية"

التماس الشباب للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية من اليوتيوب

Doi: <https://doi.org/10.21608/ejcrds.2024.329074.1030>

المؤلف: رحمة عادل كامل

المخلص:

تهدف الدراسة إلى فهم آليات استخدام الشباب لموقع يوتيوب كمصدر للمعلومات السياسية والاجتماعية، وتحديد مدى تأثيره على رؤيتهم وتفاعلهم مع القضايا المجتمعية والسياسية، وفي إطار ذلك اعتمدت الدراسة على نظريتي التماس المعلومات، والاعتماد على وسائل الإعلام، وطُبقت على عينة حصرية من شباب الصعيد واختارت فئة شباب الجامعات من خلال ثلاث جامعات هم (جامعة أسوان، جامعة سوهاج، جامعة بني سويف) وذلك لتكون ممثلة لعينة طلاب الجامعات بصعيد مصر حيث تمثل جامعة أسوان إقليم جنوب الصعيد، وجامعة سوهاج لإقليم وسط الصعيد، وجامعة بني سويف لإقليم شمال الصعيد.

وتم سحب عينة قدرها 450 مفردة من طلاب الجامعات الثلاثة بواقع 150 مفردة من كل جامعة بطريقة عشوائية، واستخدمت أداة الاستبيان الالكتروني لجمع البيانات، واستهدفت التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على اليوتيوب في التماسهم للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية في المجتمع، وافترضت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الجمهور لليوتيوب وبين معدل التماسهم للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من الشباب يعتمدون على اليوتيوب كمصدر للمعلومات السياسية والاجتماعية، وجاءت نتائج الدراسة لتؤكد على أن أسباب اعتماد أفراد العينة على اليوتيوب في التماس المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية، وجاءت على الترتيب "الهروب من الأعباء والمشاكل، للمشاركة في المناقشات حول القضايا السياسية والاجتماعية، تبادل الفيديوهات المتعلقة بتلك القضايا مع الآخرين، إتاحة الاختيار بين العديد من البدائل".

الكلمات المفتاحية: التماس المعلومات، اليوتيوب، القضايا السياسية، القضايا الاجتماعية

مقدمة

أصبحت وسائل الإعلام الرقمية جزءًا لا يتجزأ من حياة الأفراد في العصر الحديث، حيث ساهمت في إعادة تشكيل المفاهيم التقليدية حول كيفية الحصول على المعلومات وتفاعل الجمهور معها. ومع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا والإنترنت، ظهرت منصات جديدة تلعب دورًا مركزيًا في نشر الأخبار والمعلومات، ومن أبرز هذه المنصات موقع "يوتيوب" الذي حقق شهرة عالمية واسعة بفضل قدرته على دمج الصوت والصورة، وتقديم المحتوى بطريقة مرئية وجذابة.

ويعد يوتيوب من أكبر منصات مشاركة الفيديو في العالم، حيث يشهد مليارات المشاهدات اليومية ويحتوي على محتوى متنوع يشمل جوانب حياتية مختلفة، من بينها الأخبار والتحليلات السياسية والاجتماعية، كما أن تزايد الاعتماد على يوتيوب كوسيلة للحصول على المعلومات يعكس التحولات العميقة في سلوكيات استهلاك الوسائط الإعلامية، خاصة بين فئة الشباب، الذين يمثلون نسبة كبيرة من مستخدمي هذه المنصة، وهم الأكثر تفاعلًا مع محتويات اليوتيوب مقارنةً بغيرهم من الفئات العمرية، وفي ظل هذا الانتشار الواسع للمنصة، أصبحت اليوتيوب ليس فقط وسيلة للترفيه، بل مصدرًا رئيسيًا للتماس المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية، إذ يسهم اليوتيوب في تقديم منظور مختلف للقضايا، حيث يتاح للشباب الوصول إلى محتوى متنوع، يشمل التحليلات المستقلة، النقاشات المفتوحة، والمحتويات التي تقدمها قنوات غير رسمية، وهذا التنوع يعزز من قدرة الشباب على اكتساب وجهات نظر متعددة حول نفس الموضوع، مما يجعل يوتيوب منصة فعالة لتشكيل الوعي السياسي والاجتماعي لديهم.

وبذلك، يشكل اليوتيوب وسيلة رئيسية لفهم تطلعات الشباب واهتماماتهم حول القضايا المختلفة، كما يُعتبر وسيلة فعالة للتأثير على آرائهم ومواقفهم من القضايا السياسية والاجتماعية. وفي هذا السياق، تأتي هذه الدراسة لتحليل كيفية استخدام الشباب لموقع اليوتيوب كمصدر للحصول على المعلومات حول هذه القضايا، وماهية التأثيرات التي يتركها هذا الاستخدام على وعيهم وتوجهاتهم السياسية والاجتماعية.

الدراسات السابقة

المحور الأول: الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في الامداد بالمعلومات عن القضايا السياسية والاجتماعية

(1) دراسة سهير عثمان عبد الحليم (٢٠٢١) تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا مهما في نشر المعلومات والأخبار للجمهور، ومن خلال المؤثرين يمكن مشاركة المعلومات بشكل أسرع وفي نطاق أوسع، حيث يؤثر هؤلاء بشكل كبير على اتخاذ قرارات الآخرين ومواقفهم وسلوكياتهم، وينظر إليهم على أنهم نماذج للآخرين. ويمكن النظر إلى مشكلة الدراسة من بعد آخر يتمثل في خطورة الدور الذي يلعبه المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال قدرتهم على ترتيب أولويات الجمهور المصري بقضايا المجتمع ودورهم في تشكيل وعيهم بهذه القضايا، وإلى أي مدى يتوافق ذلك مع الواقع الحقيقي، والذي ظهر للباحثة في الأدبيات السابقة والتي ركزت على دوافع المؤثرين المتعلقة بجلب الإعلانات والسعي وراء الشهرة وزيادة عدد المتابعين، دون الاهتمام بشكل واضح بالدوافع المهنية والوظيفية.

2- دراسة مروى السعيد (٢٠٢١) سعت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات حول أزمة سد النهضة، ومعرفة مستوى معرفة الجمهور بالأزمة نتيجة التعرض للمحتوى المنشور على هذه المواقع ومدى اهتمام الجمهور المصري بالأزمة، ومستوى ثقتهم في تناول الاعلامي لأزمة سد النهضة على مواقع التواصل الاجتماعي. وأكدت النتائج على ارتفاع أعداد

المبوحثين الذين يهتمون بمتابعة أزمة سد النهضة على مواقع التواصل الاجتماعي ، كما يتضح من اجابات المبوحثين ارتفاع اتجاهاتهم الايجابية وثقتهم في التناول الاعلامي لأزمة سد النهضة على مواقع التواصل الاجتماعي ومصداقية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لهم، حيث أكدوا على أنها تمتاز بالشمولية في تناول الأزمة ، وأنها تعتمد على أدلة وصور وفيديوهات وتستعين بالخبراء.

3- دراسة إسلام محمد عبد الرؤوف (٢٠٢٠) سعت الدراسة إلى رصد وتوصيف رؤية الطلاب الوافدين في جامعة الأزهر الناطقين بغير العربية لمضامين التسامح وقبول الآخر على منصات الأزهر الإعلامية الرقمية الرسمية، ومدى تفاعلهم مع تلك المضامين، ومدى استفادتهم منها في نشر التسامح وقبول الآخر في محيطهم الاجتماعي. وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التفسيرية الكيفية، كما تعتمد على المنهج الكيفي لإجراء مقابلات متعمقة شبه مقننة مع المبوحثين الذين تم تقسيمهم جغرافياً إلى أقاليم تشمل مجموعة من الدول الأكثر عدداً بين مجتمع الطلاب الوافدين بجامعة الأزهر. وبلغ عدد المبوحثين الذين تم تطبيق المقابلة عليهم بعد استيفاء المعايير (٣٠ طالباً)، بواقع 15 طالباً من دول جنوب شرق آسيا، و١٥ طالباً من دول غرب أفريقيا، في الفترة بدأت من ٢١ سبتمبر ٢٠١٩ م ، حتى يوم 5 نوفمبر ٢٠١٩ م. ووفقاً لما توصلت إليه الدراسة، حظيت المضامين المتعلقة بالتسامح وقبول الآخر على منصات الأزهر الرقمية الرسمية على اهتمام المبوحثين باختلاف انتماءاتهم الإقليمية

4- دراسة سلوى محمد فهيم أبو راضي، تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على التفاعل الاجتماعي لديهم، 2019.

استهدفت الدراسة رصد معدلات تعرض الشباب ذوي الاحتياجات الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على دوافع تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منه، وتقع الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى لوصف الظاهرة واعتمدت على منهج المسح الاعلامي بشقية الوصفي والتحليلي، واعتمدت على أدوات استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء.

تم اجراء الدراسة الميدانية على عينة من الشباب ذوي الاحتياجات الخاصة (الحركية – الصم والبكم – البصرية) من مستخدمي موقع الفيس بوك قوامها 311 مفردة اجراء تحليل مضمون لعينة من الصفحات الشخصية لذوي الاحتياجات الخاصة (الحركية – الصم والبكم – البصرية) على موقع الفيس بوك، وأوضحت النتائج أن القضايا (الاجتماعية – السياسية- الاقتصادية) تصدرت قائمة اهتمام الشباب ذوي الاحتياجات الخاصة عقب التصديق على قانون الاعاقة الجديد فبراير 2018 حيث زاد الاهتمام بفئات ذوي الاحتياجات الخاصة في عام الاعاقة 2018 وضرورة الوصول لحلول واقعية للمشكلات الاجتماعية التي يعانيها ذوي الاعاقة، أيضاً المشكلات الاقتصادية نظراً لضرورة تقديم المساعدات المادية لذوي الاحتياجات الخاصة من قبل وزارة التضامن الاجتماعي لحين انخراطهم في سوق العمل.

5- دراسة آيات أحمد رمضان (٢٠١٨) هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري الأخبار الشأن على المواقع الإخبارية على الاستبانة كأداة للدراسة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى اعتماد الجمهور المصري المصرية في المرتبة الأولى، يليها المواقع الإخبارية الموجهة ثم الفضائيات الموجهة، ثم الفضائيات المصرية، ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التماس الجمهور المصري لأخبار الشأن المصري من المواقع الإخبارية الموجهة بالعربية وبين المشاركة السياسية، ووجود علاقة ارتباطية ذات المصري داخليا وخارجيا من هذه المواقع الإخبارية الموجهة بالعربية وانعكاس استراتيجيات التماس على مشاركتهم السياسية ، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي ، وتكونت عينة الدراسة من (٣٨٠) (مفردة من الجمهور المصري، واعتمدت الباحثة دلالة إحصائية بين استراتيجيات التماس الجمهور المصري لأخبار الشأن المصري من المواقع الإخبارية الموجهة بالعربية وبين حجم المشاركة السياسية للجمهور المصري).

6-دراسة سمية فتحي آدم (2017) تُحَصِّرُ مُشكلة الدراسة في محاولة التعرف علي الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة حقوق الإنسان وذلك من خلال دراسة ميدانية علي عينه من الشباب المستخدمين لموقع فيس بوك والمشاركين في مجموعات تتناول موضوعات تخص انتهاكات حقوق الإنسان بما يخدم التطور الهادف للعمل الحقوقي، والكشف عن مستوى الاختلاف في تغطية هذه المواقع لقضايا حقوق الإنسان تبعاً لمتغير النوع من (ذكور, إناث) . ومتغير مكان الإقامة سواء ريف او حضر

وسعت الدراسة لذلك عن طريق طرح عدة أسئلة للوصول الى هذه الاهداف والتحقق منها من خلال (ادوات جمع البيانات متمثلة في) استمارتي الميداني والتحليلي وقد تم استخدام عينة عمدية من 400 فرد من سن 20 الى 50 سنة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح بالعينة، الذي يعد من أنسب المناهج العلمية الملائمة لهذه الدراسة،

وأكدت الدراسة أنها توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدمي الفيس بوك في الحضر والريف في استخدام الفيس بوك أو في الاهتمام بالقضايا الحقوقية

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المترددين على صفحات عينة الدراسة وفقا لمحل الإقامة (ريف – حضر) في ما تقديم هذه المواقع من إرشادات و خدمات لقضايا ذات صلة بحقوق الإنسان تخص المترددين

7- دراسة هياء زيد بن جدوع : (٢٠١٧) هدفت الدراسة الي التعرف على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المبتعثين السعوديين اتجاه القضايا المحلية وذلك من خلال الوقوف على أنماط استخدامهم لهذه الشبكات ودوافع تعرضهم لها ، والهدف من خلال التعرض والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنه بالإضافة الى الوقوف على فهمها ومستوى ثقتهم فيها ، بالإضافة الى رصد أهم القضايا المحلية التي تحظى بأكبر قدر من الاهتمام من عينه الدراسة ولتحقيق اهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي والاستبانة الالكترونية كأداة لجمع البيانات وقد تمثلت عينه الدراسة في عينه عشوائية قوامها ٦٠٠ من المبتعثين السعوديين التابعين لبرنامج خدام الحرمين الشريفين للابتعاث أو من الدارسين على نفقتهم الشخصية او من قبل المبتعثين من قبل جهات حكومية او عامه ، وقد استندت الدراسة الى نظريه الاعتماد على وسائل الاعلام ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أن %١٠٠ من افراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي مما يشير إلى تعاظم دور هذه الشبكات بشكل عام باختلاف العمر أو النوع أو الهدف من استخدامها.

8- عماد عبد البديع بخيت حسن: (2016) يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في معرفة مدى اتاحة شبكات التواصل الاجتماعي امكانية تكوين مجال عام ينشأ من خلاله خطاب عام حول القضايا السياسية ومدى تأثير هذا الخطاب العام على اتجاهات شباب جامعة سوهاج ازاء تلك القضايا السياسية و العوامل التي تؤثر على ذلك وتقع الدراسة تحت نوع الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي و الميداني واعتمدت على استمارة الاستقصاء واستمارة تحليل المضمون ، وقد تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في عينة من طلاب جامعة سوهاج من مستخدمي موقع التواصل الفيس بوك بلغ قوامها 200 مفردة اما الدراسة التحليلية فكانت لعينة من الصفحات و المجموعات السياسية التي يشترك بها شباب الجامعة وتوصلت نتائج الدراسة الى أن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت تشكيل خطاب عام حول القضايا السياسية من خلال اتاحتها لعدة مميزات اهمها: التفاعلية و الاتاحة و الوسائط المتعددة و السمات اللغوية نجحت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات شباب جامعة سوهاج معرفيا ووجدانيا و سلوكيا نحو القضايا السياسية.

9- دراسة اليسون نيكول Ellison, Nicole (2014) حول الحفاظ على السلوكيات والعلاقات الاجتماعية الرئيسية، سعت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية التي يقيمها الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي استخدمت الدراسة منهج المسح عن طريق مسح لعينة عشوائية بسيطة قوامها 614 مفردة

من طلاب جامعة بالولايات المتحدة الأمريكية باستخدام الاستبيان الإلكتروني. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ، من أهمها:

1. تمثلت طبيعة العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي في أشراك الأصدقاء في تبادل الأخبار السارة بمتوسط حسابي 3.70 ، أقوم بالرد على الزملاء الذين يطلبون نصيحة بمتوسط حسابي 3.27 ، أحاول نشر الأخبار السارة للزملاء مثل أعياد الميلاد بمتوسط حسابي 3.71 ، عندما يسأل أحد الأصدقاء أقوم بالرد عليهم بمتوسط 3.64
2. وجدت الدراسة أن البحوثات يتميزن بارتفاع احترام الذات بالمقارنة بالذكور.
3. كشفت الدراسة أن موقع الفيس بوك يوفر مصادر مهمة للتعرف بين الأصدقاء الذين تتوافر لديهم خصائص مشتركة مثل السن والتخصص ، وهذه الخصائص تحافظ على استمرار العلاقات عبر موقع الفيس بوك.

10- دراسة Marina Vastly : 2012

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى ثراء هذه الوسائل في إمداد الشباب بالمعلومات ، و سعت إلي التعرف علي استخدام الشباب الجامعي الروسي لمواقع التواصل الاجتماعي ، والتعرف على مدى ثراء هذه الوسائل في إمداد هؤلاء الشباب بالمعلومات ، ومدى اعتماد الشباب في روسيا على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر المعلومات، ودرجة ثقتهم في معالجة الشبكات الاجتماعية للقضايا والاحداث في روسيا وتقع الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف الى وصف الظاهرة للحصول على علامات مرتبطة بموضوع الدراسة وتسعي الى تحقيق تلك الاهداف حيث استخدمت الباحثة منهج المسح، أما أداة الدراسة فكانت المقابلة الشخصية للحصول على المعلومات، وتمثلت عينة الدراسة في عينة مكونة من 14 مفردة ن9 من الاناث و 5 من الذكور (من الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم من 22-28 سنة في مدينة سان بطرسبرج الروسية .وكانت النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أ- توفر مواقع التواصل الاجتماعي العديد من مزايا الاتصال الشخصي مما يجعلها ثرية بالمعلومات وتحقيق سهولة التواصل بين الافراد ، والبحث عن معلومات معينة بسهولة، بالإضافة الى مكانية التعبير الذاتي عن الذات ويسر وبشكل مجاني بالإضافة إلى الخصوصية في الاتصال
- ب- المبحوثين على دراية تامة بموضوعات الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي ، ولكن لا يهتمون بهذه الموضوعات .
- ج- استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في الحصول على المعلومات والاتصال الشخصي مع الاصدقاء والاستجابة من تجارب الآخرين.
- د- يثق الشباب بدرجة كبيرة في المعلومات الواردة بالشبكات الاجتماعية ويستفيدون من خلال المناقشات الموجودة بمواقع تلك الشبكات في تكوين اتجاهاتهم حول تلك القضايا.

11- دراسة Matthew, Chiu, Christy (2011) تهدف الدراسة إلي التعرف علي العوامل التي تدفع الطلاب إلي استخدام الشبكات الاجتماعية علي الانترنت ، واستخدام الباحثين منهج مسحي واستخدام الباحثين استمارة استبيان علي 182 مفردة من مستخدمي الفيس بوك وتتراوح أعمارهم بين 19-23سنة.وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها:

أثبتت النتائج إن معظم الطلاب يستخدمون الفيس بوك وذلك للحصول علي الاتصالات الفورية والاتصال مع أصدقائهم .

أثبتت الدراسة أن من أهداف الاستخدام الفيس بوك هو مساعدة المستخدمين لمعرفة المزيد عن الأحداث، والاحزاب، والسياسية. ومن أكثر الدوافع أهمية عندهم هو دافع الترفيه.

12- دراسة سينغوبتا Anirban Sengupta و شودري Anoshua Chaudhuri (2011) بعنوان "هل شبكات التواصل الاجتماعي هي مصدر ازعاج المراهقين علي الانترنت؟"

تهدف الدراسة إلي التعرف علي اجابة سؤال رئيسي هو "هل مواقع الشبكات الاجتماعية مصدرا للمضايقة علي الانترنت للشباب؟ تستخدم الدراسة اقتطاع تحليل Logit الذي يدرس العوامل التي تزيد من احتمال التعرض للإيذاء المشروط علي المواقع الاجتماعية .

وقد توصلت الدراسة الي عدة نتائج من أهمها:

- أثبتت أن 53% فقط من المراهقين يستخدم المواقع الاجتماعية .
- أثبتت الدراسة أن مواقع الشبكات الاجتماعية بمثابة مركز لمرتكبي الجرائم الجنسية .
- تشير النتائج إلي أن المراهقين الذين يستخدمون أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم عن أعين إبانهم علي الأرجح أن يكون يعرضهم للمخاطر .
- تؤكد الدراسة على أهمية تفاعل الأهل مع أولادهم في سن المراهقة .
- تؤكد الدراسة علي توجيه الوالدين والرقابة الأبوية تساعده المراهقين في تعليمهم الاستخدام المناسب لشبكة الانترنت وحماية أنفسهم من الاتصال بالغرباء وتجنب اي الأثار السلبية

13- دراسة تشانغ، Chang و تشو Zhu (2011) بعنوان "فهم لاعتماد علي شبكات التواصل الاجتماعي في الصين " مقارنة بين ما قبل وما بعد الاعتماد"

تهدف الدراسة إلي التعرف علي مدي اعتماد المستخدمين علي المواقع الاجتماعية قبل وبعد الاعتماد علي اساس نظرية السلوك المخطط لها ، واستخدام الباحثين منهج المقارنة باستخدام استمارة استبان علي مستخدمي الانترنت في الصين .وقد توصلت الدراسة الي عدة نتائج من أهمها:

- التواصل مع الاصدقاء القدامى لديها اختلافات واضحة بين ما قبل وما بعد ، موضحا أنه ليس لديها تأثير كبير في السابق ولكن لها تأثير كبير فيما بعد .
- أثبتت النتائج إن دوافع الحصول للحصول علي المعلومات المفيدة ، قبل وبعد الاعتماد لا توجد اختلافات كبيرة بين المجموعتين .
- اما دافع التسلية نجد ان هناك اختلاف كبير حيث تستخدم المواقع الاجتماعية الألعاب الاجتماعية باعتبارها نقطة تحول في استقصاء مشاركة المستخدم.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة باستخدام اليوتيوب وتأثيراته على الشباب

1- دراسة حنان أحمد آشي (2020) بعنوان "دور البرامج التلفزيونية على اليوتيوب في تعزيز ونشر الأفكار التطوعية بالتطبيق على برنامج "صناع الأمل " دراسة تحليلية" وهدفت للتعرف على أبرز الجوانب التطوعية التي يبذلها الأفراد من مختلف أرجاء الوطن العربي لخدمة مجتمعاتهم عبر رصدها للمحتوى الخاص برنامج تلفزيوني على قناة اليوتيوب بعنوان "صناع الأمل" و قد اعتمدت الباحثة في الدراسة على أداة تحليل المضمون وشملت عينة قوامها "59" حلقة فيديو منشورة على المنصة الرقمية الخاصة بالبرنامج على اليوتيوب. وأظهرت النتائج أن الإعلام المرئي تمكن في إبراز مجالات مختلفة للتطوع شملت مجالات التطوع في المهارات المهنية بالإضافة إلي الشكل المتعارف عليه والمتمثل في الاعمال الخيرية . كذلك أظهرت نتائج الدراسة أهمية تحفيز الفئات المختلفة على التطوع خاصة تلك التي تشعر بالتهميش في المجتمع مثل فئة المرأة

وكبار السن والشباب صغير السن لما لهم من أدوار خلاقية في بناء المجتمع عبر بذل المزيد من الجهود التطوعية.

2-دراسة **إيمان عز الدين (2020)** هدفت لمعرفة ما دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب؟، وينتمي البحث إلى البحوث الوصفية، وتم الاعتماد على منهج المسح، وتمثلت أدوات البحث في صحيفة الاستقصاء ومقاييس المعرفة العميقة والدافع المعرفي، حيث طبق على عينة من الطلاب قوامها (400) مفردة؛ لرصد مدى تعرضهم للقنوات الثقافية باليوتيوب ودورها في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لديهم، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين مستوى المعرفة العميقة لديهم، ووجود علاقة طردية قوية بين تعرض الطلاب للقنوات الثقافية باليوتيوب وبين الدافع المعرفي لديهم، إضافة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب.

3-دراسة **سكرة على حسن (2020)** استهدفت معرفة مدى اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم، والتعرف على دوافع وأنماط التعرض لقنوات اليوتيوب، وطبقت الدراسة الوصفية على 300 من شباب الجامعة باستخدام صحيفة الاستقصاء، وجاءت أهم نتائج الدراسة في ارتفاع مستوى متابعة الشباب لقنوات اليوتيوب بنسبة 65٪، وارتفاع نسبة ثقة الشباب في قنوات اليوتيوب، وجاء الحصول على معلومات عن جوانب الموضوع المختلفة كأهم أهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة للاتجاه العام، وكان للتوجهات السياسية للشباب تأثير كبير في المحتوى الذي يتعرضون له؛ فهم يتعرضون للمضمون الذي يدعم آراءهم وتوجهاتهم، وتبين وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي (ومستوى الثقة بالقنوات، وأهداف الاعتماد، والتأثيرات الناتجة عن الاعتماد على قنوات اليوتيوب، والأمن الفكري للشباب

4-دراسة **Zhang, Leticia-Tian; Zhao, Sumin (2020)** عن تأثير محتوى اليوتيوب على التنقيف تجاه فيروس كورونا، وهدف البحث إلى التركيز على دور مدونات الفيديو باليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي في بث المعلومات والثقافة حول حدث عالمي غير مسبق - جائحة COVID 19-، حيث اعتمد البحث على نظريات السرد واتخاذ المواقف، وتكونت العينة من 26 مقطع فيديو من ستة مؤثرين صينيين على اليوتيوب، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة بين محتوى اليوتيوب والتنقيف الصحي حول فيروس كورونا، كما أشارت النتائج إلى أهمية تسليط الضوء على هوية الناشرين لما لها من تأثير على صحة ومصداقية المعلومات الثقافية لدى الجمهور.

5- دراسة **(Mongkhonvanit, Kritphong, Kanopka, Klint, (2019)** التعلّم عبر دورات الإنترنت باليوتيوب والمعرفة العميقة، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية الدورات التدريبية التي يتم بثها عبر الإنترنت من خلال موقع نشر الفيديوهات(اليوتيوب) في نشر المعلومات وتكوين المعرفة العميقة، والتحقق من مدى العلاقة بين فشل الطلاب ونقص المعرفة العميقة لديهم، وتم تطبيق الدراسة التطبيقية على عينة من الطلاب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين الطلاب ذوي المستوى التحصيلي المرتفع والمنخفض في مستوى المعرفة العميقة لديهم لصالح الطلاب ذوي المستوى التحصيلي المرتفع، وبيان وجود علاقة ارتباطية بين مستوى المعرفة العميقة ومستويات الفشل والنجاح لدى الطلاب.

6- دراسة **Waterman Ben, Laramee Alisha (2018)** عن إنتاج الفيديوهات الثقافية عبر اليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث هدف البحث إلى دراسة كيفية تقديم المعلومات للجمهور في كافة أنحاء العالم من خلال اليوتيوب وتويتر والفيسبوك، كما اهتم بتقديم المعلومات باللغات المتعددة إلى غير الناطقين باللغة الإنجليزية، أو اللاجئين أو المهاجرين المُفتقدين للخدمات، وتكونت العينة من أكثر من عشرة مقاطع فيديو مدبلجة بلغات مختلفة، وانتهت النتائج إلى أن الفيديوهات الثقافية تعمل على تمكين الأدوات التعليمية لإشراك الجماهير في المعرفة والثقافة، كما أوضحت النتائج أهمية دور التقنية التكنولوجية في عرض المادة الثقافية.

7- دراسة **Piotrowski, Marcelina (2015)** عن أفلام اليوتيوب وتنقيف المُشاهدين، حيث هدفت الدراسة إلى بحث اليوتيوب كموقع للتنقيف، وبصفة خاصة اتجهت الدراسة إلى التركيز على التنقيف السياسي والجغرافي حاول، وكيف يمكن للمشاهد التعلم والتنقيف من خلاله حول الأمكنة والمجتمعات، وتكونت العينة من مجموعة من الأفلام الوثائقية الثقافية مثل "to Battle The: Eden in Oil" و "Protect Canada's Pacific Coast" ورصد مدى التفاعل الثقافي حول المحتوى المُقدم من خلالها، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مشاهدين اليوتيوب اعتمدوا على التعليقات لمُحاولة التواصل الاجتماعي وتنقيف بعضهم البعض من خلال مناقشة محتوى الأفلام المعروضة على اليوتيوب.

التعليق على الدراسات السابقة :

وباستعراض الباحثة للتراث العلمي في مجال دراستها وجدت الباحثة أن:-

- الدراسات التي تناولت الشبكات الاجتماعية تقدم للباحثة تراثاً معرفياً ضخماً يمكن الاعتماد عليه كأرض صلبة يتم بناء الدراسة الحالية عليه
- إن الانترنت والشبكات الاجتماعية مثلت مصدر مهم لالتماس المعلومات باعتبارها قناة اتصالية مفتوحة وشاملة تتناول الموضوعات والقضايا في جميع المجالات أبرزها المجال السياسي والاجتماعي والصحي والتعليمي والثقافي لجميع الفئات المختلفة وخاصة الشباب .
- رغم إن الدراسات العربية لم تتابع موقع يوتيوب منذ بدايته المبكرة إلا أنها لم تتأخر في الاهتمام به منذ ظهوره في نطاق المجتمعات العربية لرصد مدى إقبال الشباب على استخدامه، وأثر الاعتماد على محتواه المرئي كمصدر للمعرفة ومدى تأثير العلاقات والقيم الاجتماعية بالمشاركة عبر الموقع.
- تنوع المنهج المستخدم في الدراسات السابقة ما بين المنهج المسحي والمنهج التجريبي بالإضافة إلي المنهج المقارن بينما استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي بشقه الميداني في الحصول على معلومات الدراسة وتحقيق أهدافها.
- غالبية الدراسات السابقة لم تعتمد على نظرية علمية في مجال الإعلام تهتدى به في إجراءاتها المنهجية برغم اعتماد الدراسة على نظريتي التماس المعلومات والاعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها والتحقق من فروضها.
- تنوع العينات المستخدمة في الدراسات السابقة حيث اعتمدت بعض الدراسات علي الشباب علي الشباب الجامعي وأعضاء هيئة التدريس والمراهقين والشباب، وسوف تعتمد هذه الدراسة على الشباب في تطبيقها لأن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً للإعلام الجديد ووسائله.
- تنوع الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة من أداة الاستبيان وصحيفة تحليل المضمون والملاحظة والمقابلة والاختبارات والمقاييس ، وسوف تستخدم الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات.

وقد تم الاستفادة من الرجوع للدراسات السابقة في:

- ❖ تحديد الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة في مجال الإعلام الجديد بصفة عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة من أجل البحث فيها حتى يُمكن لهذه الدراسة أن تُضيف شيئاً.
- ❖ المساعدة في تحديد أبعاد الدراسة وصياغة الفروض وبلورة المشكلة البحثية بما يتناسب مع التتابع البحثي للدراسات السابقة، والمساعدة في ضبط الإجراءات المنهجية للبحث واختيار العينة والأدوات بشكل صحيح يضمن تحقيق أهداف الدراسة والتحقق من فروضها.
- ❖ المساعدة في تحديد وتكوين الإطار النظري للدراسة وتقسيم الفصول والمباحث والحصول على المعلومات والبيانات النظرية التي تحتاجها الدراسة للإسهام في تكوين أرضية معرفية نظرية عن متغيرات الدراسة تكون بمثابة إضافة للمكتبة الإعلامية

- ❖ تعميق مشكلة الدراسة، وبلورتها بشكل يُمكن من خلاله التعرف على طبيعة التماس الشباب للمعلومات السياسية والاجتماعية من خلال منصة إعلامية جماهيرية عبر موقع اليوتيوب
- ❖ أفادت نتائج الدراسات السابقة الباحثة بشكل كبير في بداية الدراسة لوضع الفكرة البحثية بحيث تبدأ من حيث انتهت الدراسات السابقة، وأفادت أيضاً بشكل كبير بعد استخراج النتائج في عملية المقارنة بين ما توصلت إليه تلك الدراسة وما توصلت إليه الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة وأهميتها

أصبحت الشبكات الاجتماعية بتفاعلاتها جزء من الحياة اليومية لانتشارها الواسع وتأثيرها الكبير مما فرض زيادة الاهتمام الأكاديمي بدراسة تلك الشبكات وعلاقتها بالقضايا السياسية والاجتماعية ووصولها إلي الملايين بصورة ملفته للانتباه، ولعل أشهر تلك الشبكات هو موقع اليوتيوب الذي أتاح قاعدة معرفية سياسية ضخمة لتصبح أحد أهم محركات التفاعل مع الأحداث الجارية والقضايا العامة وإنتاج محتوى إعلامي بديل يعبر عن خطاب الجماهير إلى جانب خطاب المؤسسات المختلفة، مستغلاً السرعة الفائقة في صناعة المادة الإعلامية، تلك السرعة الناتجة عن مجال تكنولوجيا الإعلام والمعلومات الإلكترونية، مستخدماً في ذلك حجج لها قناعاتها للوصول إلى شريحة ضخمة من الشباب الذي يسعى دائماً للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية المختلفة من منصة اليوتيوب ويسعى للتماس المعرفة والدعم المعلوماتي الذي يمكنه من تكوين اتجاهاته واتخاذ قراراته فيما يتعلق بالقضايا السياسية والاجتماعية لوطنه، من هنا تكمن مشكلة الدراسة في دراسة التماس الشباب للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية من اليوتيوب.

أهمية المشكلة البحثية

- تتبع أهمية الدراسة من خلال الاعتبارات التالية:

- ❖ شيوع وتنوع واختلاف وسائل التواصل الاجتماعي واتساع وكثافة استخدامها خصوصاً من الشباب ، وثبوت ثقلها كوسيلة لتبادل المعلومات السياسية فضلاً عن كونها مصدر للحصول على المعلومات، الاختلاف في طريقة عرض المحتوى بين الشبكات الاجتماعية.
- ❖ تسلط الدراسة الضوء على أهمية الإنترنت مع تنوع استعمالاته ، وازدياد عدد المستخدمين له، وخاصة الشبكات الاجتماعية مثل اليوتيوب فهي تؤدي اليوم أدواراً سياسية ، واجتماعية ، واقتصادية ، وعلمية ، وثقافية مهمة في المجتمع.
- ❖ تتزايد أهمية الدراسة من خلال تركيزها على فئة الشباب وهي فئة هامة ، نظراً لأن هذه المرحلة العمرية تتمتع بقدر كبير من الحيوية والتفاعلية مع المتغيرات والأحداث والرغبة في التغيير لأنها مؤهلة بدرجة كبيرة للعلم والمعرفة ، فهي الفئة الأكثر رصداً الحركة المجتمع عبر متابعة تطورات الأوضاع على الساحة ومناقشتها وإبداء الرأي
- ❖ يمكن من خلال هذه الدراسة التعرف علي الدور الحقيقي لليوتيوب في إمداد الشباب الجامعي خصوصاً والجمهور المصري عموماً بالمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية ودوره في تشكيل اتجاهاتهم وآرائهم نحو تلك القضايا.
- ❖ توجه الدراسة الحالية نظر الباحثين إلي أهمية إجراء المزيد من البحوث والدراسات الإعلامية التي تهتم بدراسة الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالتماس الجمهور للمعلومات من خلالها.

المفاهيم والمصطلحات**المفهوم الاصطلاحي لالتماس المعلومات**

التماس المعلومات عملية تعرف بأنها العملية التي يقوم من خلالها الفرد ببذل جهد متعمد للتغيير من حالته المعرفية من خلال بذل المزيد من الجهد والوقت لتطوير معرفته بموضوع ما، وقد تتم عملية التماس المعلومات من خلال الانضمام لمجموعة، وفي هذه الحالة يساعد أفراد المجموعة على الإفادة من خبرات بعضهم البعض والتعاون فيما يتعلق باكتساب المعلومات وتتأثر عملية التماس المعلومات بالعديد من العوامل على المستويين الفردي والجمعي، ويشتمل المستوى الفردي على الاتجاهات والمركز الاجتماعي والعوامل الديموغرافية، بينما يشتمل المستوى الجمعي على نمط الاتصال والانفتاح على المجموعة وتأثير السياق على سلوك الفرد في عملية الالتماس". (Meng et al, 2015:p124)

المفهوم الاجرائي لالتماس المعلومات

هي عبارة عن الطريقة التي يحاول بها الشخص البحث عن معلومات يرغب في الحصول عليها من وسائل الإعلام عن موضوع او قضية معينة يسعى لإشباع احتياجاته المعرفية حولها.

المفهوم الاصطلاحي للشباب

الشباب شريحة عمرية لها بنيتها البيولوجية و السيكولوجية الخاصة التي تجعلها تتسم بالتجانس بغض النظر عن انتمائها الاجتماعي وهي فئة تتسم بالحركة الديناميكية والرغبة في التغيير ، وأكثر فئه تتقبل المستجدات وتسعى للتجدد ولديها قدرة على التعلم واكتساب خبرات جديدة ، وقد اعتمدت هيئة الامم المتحدة معيار العمر كمحدد لفترة الشباب ورأت انه شريحة الشباب تمتد بين 15: 24 عاماً والبعض الآخر يرى أنها تمتد الي 30 عام (علياء عبد الفتاح، 2007:ص55).

المفهوم الإجرائي للشباب :

هم طلاب الجامعات وتتراوح اعمارهم ما بين 18 الى 25 سنة وهناك اختلاف ف هذا المتوسط وهم شريحة اجتماعية تستطيع ان تلعب دور هام في القضايا السياسية والاجتماعية الموجودة في المجتمع لما يملكون من نشاط وحيوية وطاقة.

المفهوم الاصطلاحي للشبكات الاجتماعية

وهي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم (ويب) تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفق مجموعات اهتمام مشتركة، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم الذي يتيحونها للنشر، عبر جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، ثم نشر هذه البيانات علناً على الشبكة؛ حتى يتجمع الأعضاء ذوو المصالح المشتركة، الذين يبحثون عن ملفات أو صور (Hitwise,2007)

المفهوم الإجرائي للشبكات الاجتماعية

هي عبارة عن مواقع على شبكة الأنترنت تتسم بالجماهيرية وتعمل على تواصل الأفراد اجتماعيا حول موضوعات أو قضايا مختلفة يتم مناقشتها والتفاعل معها عبر تلك المواقع وذلك باستخدام النصوص والصور ومقاطع الفيديو التي يتم نشرها بتلك الشبكات.

المفهوم الاصطلاحي لليوتيوب

هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، يقوم بعرض فيديوهات متنوعة ويسمح لمستخدميه مشاهدتها مباشرة ومنحهم القدرة على التعبير عن رأيهم بهذه الفيديوهات عن طريق التعليق بالإضافة الى تقديمه خدمات أخرى مجانية مثل رفع فيديوهات أو انشاء قناة على اليوتيوب. (سمية فتحي، 2017:ص5)

المفهوم الإجرائي لليوتيوب

هو عبارة عن موقع على شبكة الإنترنت يقدم خدمة عرض ملفات الفيديو مجاناً كما يتيح إمكانية انشاء ونشر مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

فروض الدراسة

1. كلما زاد معدل اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية كلما زاد معدل التماسهم للمعلومات السياسية والاجتماعية من خلالها
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو اليوتيوب كمصدر للمعلومات وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين درجة ثقة الجمهور فيها.
4. توجد فروق ذات دلالة احصائية في التأثيرات الناتجة عن استخدام اليوتيوب لالتماس المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية تعزى للمتغيرات الديموغرافية

أهداف الدراسة:

1. التعرف على كثافة استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية بشكل عام واليوتيوب بشكل خاص، والكشف عن دوافعهم لهذا الاستخدام.
2. التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على اليوتيوب في التماسهم للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية في المجتمع.
3. رصد تأثير المتغيرات الديموغرافية على عملية التماس المعلومات السياسية والاجتماعية من خلال موقع اليوتيوب.
4. رصد مدى كفاية المضامين السياسية والاجتماعية حول القضايا المثارة في المجتمع بموقع اليوتيوب من وجهة نظر الشباب.
5. التعرف على درجة تفضيل الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب كمصدر لإشباع الحاجة للمعلومات السياسية والاجتماعية بالمجتمع.
6. التعرف على درجة ثقة الشباب الجامعي في المعلومات السياسية والاجتماعية حول القضايا المثارة بالمجتمع بموقع اليوتيوب.

تساؤلات الدراسة

1. ما مدى كثافة استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية بشكل عام واليوتيوب بشكل خاص، وما دوافعهم لهذا الاستخدام؟
2. ما مدى اعتماد الشباب الجامعي على اليوتيوب في التماسهم للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية في المجتمع؟

3. ما مدى كفاية المضامين السياسية والاجتماعية حول القضايا المثارة في المجتمع بموقع اليوتيوب من وجهة نظر الشباب؟
4. ما درجة تفضيل الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب كمصدر لإشباع الحاجة للمعلومات السياسية والاجتماعية بالمجتمع؟
5. ما درجة ثقة الشباب الجامعي في المعلومات السياسية والاجتماعية حول القضايا المثارة بالمجتمع بموقع اليوتيوب؟
6. ما تقييم الشباب الجامعي لأسلوب معالجة موقع اليوتيوب للقضايا السياسية والاجتماعية بالمجتمع؟
7. مع طبيعة تفاعل الشباب الجامعي مع المضامين المنشورة عبر موقع اليوتيوب حول القضايا السياسية والاجتماعية الموجودة في المجتمع وما علاقته باتجاهاتهم القائمة نحو تلك القضايا؟

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية *Descriptive Research* والتي تستهدف تستهدف دراسة الاحداث والظواهر ووصفها كما هي عليّة في الواقع, خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها للوصول الي نتائج فهم هذا الواقع وتطويره، وبالإضافة الي تحليل البيانات والمعلومات وتفسيرها بشكل دقيق من اجل استنتاج حقائق وتعميمات جديدة تسهم في فهم الظاهرة. (محمد منير حجاب، 2006:ص78)

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة علي استخدام المنهج المسحي (survey) (المسح الميداني) الذي يعد من المناهج المفضل استخدامها في دراسات الجمهور حيث انه يوفر الكثير من البيانات والمعلومات عن موضوع الدراسة وذلك بالتطبيق علي عينة من شباب الجامعات بصعيد مصر, حيث اننا بواسطته نجتمع وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة أو حادثة مخصصة أو جماعة من الجماعات أو ناحية من النواحي. (سامي طابع، 2001:ص167)

أدوات جمع البيانات

1- صحيفة الاستقصاء

وقد اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان الالكترونية كأداة لجمع البيانات من عينة المبحوثين الشباب الذين أجريت عليهم الدراسة وتضمنت الاستمارة مجموعة من الأسئلة التي طُلب من المبحوثين الإجابة عنها، إلى جانب بعض العبارات التي تقيس درجة موافقتهم عليها، بحيث تقيس كل مجموعة من الأسئلة والعبارات كل متغير على حدا.

- مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري من مستخدمة شبكات التواصل الاجتماعي عينة الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة على عينة متاحة مكونة من 400 مفردة من الشباب المصري مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعي.

إجراءات الثبات والصدق:

لكي تطمئن الباحثة الي عدم تسرب الخطأ في أي مرحلة من مراحل الدراسة، أخذت في الاعتبار مدي توافر الصدق و الثبات في جميع مراحل الدراسة، وفيما يلي توضيح ذلك :

• أولاً: الصدق **Validity**:

يتسم صدق المقياس أو الأداة بالصدق متى كان صالحاً لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله، وهذا هو تعريف الصدق الذي اتفق عليه الخبراء، فارتباط صدق المقياس أو الأداة بالهدف الذي أعد من أجله يجعله نسبياً فالمقياس أو الأداة يتسم بالصدق بالنسبة لهدف محدد بذاته، وبالتالي فإن صدق المقياس أو الأداة لا يعني صلاحيته للاستخدام في كل الظروف والمستويات المنهجية للتطبيق والتجريب، ومتى كان المقياس صادقاً وصالحاً لتحقيق الهدف الذي أعد من أجله، فإنه يعني أيضاً أنه ثابت **reliable** ويتسم بالدقة أيضاً؛ (محمد عبد الحميد، 2015:ص267)

وتحقق ذلك وفق ملاحظات الخبراء الذين قاموا بتقييم الاستمارة، حيث عدلت بعض الاسئلة غير الواضحة، مع التنوع في الاسئلة وهذا ما تم عمله من خلال عرض الاستمارة المقترحة علي هيئة الاشراف، ثم علي عدد من الأساتذة في مجال الاعلام، اعتمدت نسبة الاتفاق (80%) فما فوق لتقدير مدي صلاحية الفقرة او رفضها. وبعد مراجعته الخبراء لصحيفة الاستبيان ادخلت بعض التعديلات عليها، واصبحت جاهزة للتطبيق.

• **ثانياً : اختبار الثبات:** يشترط في الأداة البحثية لجمع المعلومات أن يكون فيها قدر من الثبات، فالثبات هو الذي يجعل المعلومات التي تُجمع جديرة بالثقة و الثبات.

• أيضاً لجأت الباحثة لتكرار بعض الأسئلة بصيغ مختلفة بحيث لا يكتشفها المبحوث وذلك لقياس مدى درجة صدقه ودقته في الإجابة عن تساؤلات الدراسة

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS "Statistical Package for the Social Science، وذلك لأنه أنسب وأفضل البرامج الإحصائية للعلوم الإنسانية و الاجتماعية.

الإطار المعرفي للبحث

أولاً نظرية التماس المعلومات:

يعتبر مفهوم التماس المعلومات من المفاهيم المعقدة فهو يعنى العديد من الأشياء التي تختلف من بيئة الى أخرى، ويتضمن المصطلح عملية البحث والاسترجاع والتعرف والإستخدام للمضامين ذات المعاني، وربما يكون البحث ظاهراً أو كامناً، كما أن الاسترجاع قد يكون في إطار استخدام إستراتيجية محددة أو ربما يتم بشكل عشوائي، والمعلومات التي يتم الوصول إليها قد تكون مقبولة او مرفوضة، كما أن الخبرات التي يكتسبها الشخص ربما تكون مبنية على استنتاجات منطقية أو غير منطقية وضعيفة.

ويعرف التماس المعلومات بأنه عملية يشارك فيها الفرد عن طريق البحث و الحصول على وتقييم المعلومات والاستفادة منها، كما انها عملية تفاعلية تعتمد على استخدام القدرات المعرفية و المهارات الخاصة والتكنيكيات لحل المشكلات. (منال المزاهرة، 2012:ص401) أو هي تكتيك يستخدم لالتماس المعلومات أو للتحرك خلال مرحلة من مراحل عملية البحث.

فعندما يرغب الفرد بالحاجة إلى المعلومات من أجل قضية ما، فإنه يبدأ بالبحث عن المعلومات حول هذه القضية من مصادر المعلومات الخارجية إذا لم توجد في مصادره العقلية، فعملية البحث من أجل الحصول على المعلومات أو الإجابة عن التساؤلات.

فهي عملية طبيعية ديناميكية للتعلّم وضرورية للوجود البشري، فعملية التعلّم والبحث هي من صفات الإنسان المميزة عن باقي المخلوقات، هذه النظرية تسعى الى اختبار فرضية أنّ تعرض الأفراد الانتقائي يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد أفكارهم واتجاهاتهم الراهنة، حيث يهدف الجمهور من تعرضه لرسائل وسائل الاتصال الجماهيري تحقيق عدد من الأمور تُعد أهدافاً نفعية كحصوله على المعلومات أو للهروب من الواقع والتسلية، ومن خلال هذا التعرض يقوم الفرد بالمفاضلة بين المضامين والوسائل التي يتعرض لها.

وقد قام تبتون ودونيهو بإجراء دراسات مكنتهم من الوصول إلى أنه يوجد منبهات وعوامل وحوافز تجعل الفرد يسعى للحصول على المعلومات لمواجهة مشكلة ما، حيث أنّ عملية البحث التي يقوم بها الأفراد يمكن أنّ تعتمد على مصدر أو عدة مصادر معينة، أو باتباع الفرد وسائل عديدة يستطيع من خلالها جمع المعلومات، وهذه العملية أطلق عليها دونيهو باستراتيجية البحث المجازف (L. Donohew, & L. Tipton, 2003:243)

مراحل عملية التماس المعلومات

وقال هايلد جارد إن عملية التماس المعلومات تشمل ستة مراحل وهي كما يأتي

البدء أو الشروع: وتتمثل هذه المرحلة بتحديد الهدف من التماس المعلومات.

الاختيار: وهي المرحلة التي يقوم فيها المشاركون الأفراد المشاركون بعملية التماس المعلومات وكيفية تقسيمهم، قبل البدء بالبحث والالتماس.

الاستكشاف: وهي وضع الأسئلة التي سيستخدمها فريق ما في البحث.

الصياغة: وهي طريقة بلورة البحث عن المعلومات.

الجمع: وهي المرحلة التي يتم فيها تجميع المعلومات من خلال عملية البحث.

العرض أو التقديم: وهي استجابة الأفراد بعد عملية تعرضهم للمعلومات التي يتم جمعها.

فروض النظرية:

ويفترض نموذج (التماس المعلومات) وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديها من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة، وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع.

وفيما يتعلق بنوع المعلومات التي يبحث عنها الفرد فقد يستخدم ما أطلق عليه (دونيهو) (استراتيجية البحث المجازف) التي تعتمد على مصادر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو باتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد. ويشتمل النموذج كذلك على تحديد أنواع مصادر المعلومات الرسمية مثل: الكتب والخبراء، والمصادر غير الرسمية مثل الأقران والجماعات المرجعية.

ثانياً: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في أمداد الشباب بالمعلومات حول القضايا الاجتماعية والسياسية.

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعية الأكثر انتشاراً اليوم على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى على الشبكة العنكبوتية، وهو أمر شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم

على الإقبال المتزايد عليها، في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية الأخرى، في ظل ميزة خاصة التفاعلية المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي، و السرعة في وصول المعلومة وتلقيها وسهول التعامل معها، وقد تعددت استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بين التواصل والتفاعل الاجتماعي والتسليّة والترفيه وقضاء أوقات الفراغ والبحث عن وظائف بالإضافة إلى الاستخدامات الإعلامية المتعددة لهذه الشبكات الاجتماعية التي أصبحت تنافس وسائل الإعلام الأخرى في عدد المستخدمين والمتابعين لها (صلاح محمد صلاح، 2014:ص70)

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمّة التي تقوم بدور مهم في إكساب الجمهور المعلومات التي يبحثون عنها من خلال تعرضهم لوسائل الإعلام وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي وقد اهتمت المؤسسات الاجتماعية والتربوية بدراسة الشبكات الاجتماعية وبيان مدى تأثيرها على الجماهير ومحاولة منها لفهم العلاقة بين تلك المواقع وبين الجمهور، محاولة إيجاد التوازن المتكامل في هذه العلاقة.(حسني عوض، 2010:ص64)

موقع اليوتيوب (YouTube):

هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، يقوم بعرض فيديوهات متنوّعة ويسمح لمستخدميه مشاهدتها مباشرة ومنحهم القدرة على التعبير عن رأيهم بهذه الفيديوهات عن طريق التعليق بالإضافة إلى تقديمه خدمات أخرى مجانية، مثل رفع فيديوهات أو إنشاء قناة على اليوتيوب.

وقد اختارت مجلة تايم Time الأمريكية في نهاية عام 2006م، موقع يوتيوب ليفوز بلقب، (شخصية العام) على خلاف المعتاد، واحتل غلاف هذا العدد الذي صدر في نهاية شهر ديسمبر صورة جهاز كمبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة على شاشة الكمبيوتر تجعل الناظر إليها يرى انعكاس صورته عليها، وأرقت المجلة تلك الصورة بعنوان فرعي يقول (نعم أنت ..أنت تتحكم في عصر المعلومات، فمرحباً بك في عالمك)، لتعبر عن نمو أعداد مستخدمي الشبكة العالمية وتأثيرهم المتعاظم في تشكيل الرأي العام في عصر المعلومات.

في أكتوبر 2007 أعلن يوتيوب خدمة جديدة لمكافحة المحتويات التي تخالف حقوق الملكية الفكرية هي خدمة يوتيوب لتعريف الفيديو (Identification Video YouTube) والتي تمكن أصحاب المحتويات من حفظ حقوقهم الفكرية عن طريق تحميل نسخة كاملة من أعمالهم نحو هذه الخدمة. لكشف الفيديوهات المحملة والمشباهة للنسخة الأصلية لصاحبها. عندها يمكن لصاحب المحتوى إما أن يحذف الفيديو المخالف أو يسمح ليوتيوب بالإبقاء عليه وإضافة إعلانات عليه ليتقاسم العائدات مع الموقع.

تأسس يوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة pal pay المتخصصة في التجارة الإلكترونية بيد أن جادو كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة عملية من كلية ستانفورد. ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور يوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكون أحد أكبر الكيانات في العالم.

ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً: (فيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت والشبكة العربية عربيز)".

الدور السياسي والاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم المواقع الجديدة والمبتكرة في العصر الحالي، حيث إنه استطاع أن ينتشر بسرعة البرق في مختلف أنحاء العالم، كما أنه استطاع أن يكتسب ثقة العديد من الشعوب خاصة الشباب، الذين لم يكن من المتوقع أن يكون لهم دور مؤثر علي الجانب السياسي. (دعاء مختار، 2013:ص153) فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل الحرية، وخاصة لدي الشعوب التي تستخدمه لهذا الغرض، فهو " مثل أي وسيلة من وسائل الإنترنت والتكنولوجيا الأخرى ويمكن تحديد مدي أهميته وتأثيره وفائدته عن طريق الغرض والطريقة التي يستخدم بها

ولقد ازداد الاهتمام الأكاديمي بالقضايا السياسية والاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمع الافتراضي منذ أن شكل الإنترنت فضاءه المعلوماتي ونجاحه في تأسيس جماعاته الافتراضية، وعبوره إلي الملايين بصورة ملفته للانتباه، فلقد أصبح الإنترنت بتفاعلاته جزء من الحياة اليومية للعديد من البشر ولم يعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المفاهيم التي تستوقف الانتباه عند سماعه إذ أصبح ذو عمومية وانتشار ليس علي المستوي والتحليلات العلمية ولكن أصبح مفهوم متداول عن العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت. ويرجع المفهوم إلي هاوارد رينجولد (Rhngold, 1993) الذي كتب الكتاب الأول والرائد في هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضي virtual community والذي عرف المجتمع الافتراضي علي أنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن ليس عن قرب، وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الإنترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية. (HawardRhngold, 1993:p235)

ويشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو مواقع التواصل الاجتماعي، ويشكل الفضاء المعلوماتي cyber space الحيز والإطار الذي تتم في سياقاته جميع خيوط مواقع التواصل الاجتماعي فقد عرفه نبيل علي أنه " فضاء جديد تقطنه الجماعات تمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف والمعارف ومنافذ البيع تعقد فيه التحالفات وتحاك فيه المؤتمرات تنقل فيه المعلومات بسرعة فائقة ورغم محاكاته لفضاء الواقع إلا أنه يختلف في طوبوغرافية وطبيعته وقوانينه وأعرافه عن فضاء الواقع فليس هناك سلطة مركزية تحكمه أو جهة رقابية تراجعها بل مجرد لجان أو مجموعات غير حكومية" (نبيل علي، 2003:ص254). كما عرفه أحمد زايد بأنه العالم الفضائي غير المرئي وغير المرتبط بمكان وزمان والذي تتداول داخله المعلومات الإلكترونية. (أحمد زايد، 2002:ص16)

وفي ظل الهيمنة على المشهد الإعلامي، الذي تحوّلت معظم وسائله إلى أدوات لخدمة أجندة ملاكها، وتعمل في إطار سياساتهم الإعلامية، ظهرت أهمية المواقع الاجتماعية، التي باتت وسيلة تواصل أساسية، تتيح التعبير عن الآراء وتبادل المعلومات والمشاركة في توجيه الأحداث، ولم يقتصر استخدامها وتوظيفها على فئات الجماهير المختلفة؛ بل امتد إلى مختلف القوى والمؤسسات السياسية والفكرية، الرسمية والأهلية، لتصبح أحد أهم محركات التفاعل مع الأحداث الجارية والقضايا العامة وإنتاج محتوى إعلامي بديل يعبر عن خطاب الجماهير إلى جانب خطاب المؤسسات المختلفة وقد شهد العالم العربيّ قفزة كبيرة في دور وسائل التواصل الاجتماعي في حركية المجتمع، فقد لعبت رسائل فيس بوك وتغريدات تويتر دورًا كبيرًا في التمهيد للثورة، والتحريرض عليها والتحفيز على مواصلتها، وجاءت تسمية الثورة المصرية باسم (ثورة الفيس بوك) كي تعكس قناعة قويّة بالدور المحوريّ لوسائل التواصل الاجتماعيّ في إشعالها.

نتائج الدراسة

المحور الأول: المتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة

جدول رقم (1)

وصف عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

النسبة المئوية	التكرار	وصف عينة الدراسة حسب النوع	
58.5	234	ذكر	النوع
41.5	166	أنثي	
100%	400	المجموع	
2.5	10	أقل من 18 سنة	السن
9.0	36	من 21 : 81 سنة	
23.8	95	من 25 : 21 سنة	
24.8	99	من 30 : 25 سنة	
40.0	160	من 30 سنة فأكثر	
100%	400	المجموع	
20.8	83	متوسط	المستوى التعليمي
62.0	248	جامعي	
17.3	69	فوق الجامعي	
100%	400	المجموع	
29.5	118	ريف	محل الإقامة
70.5	282	حضر	
100%	400	المجموع	
17.8	71	أقل من 3 آلاف جنية	مستوى الدخل
54.0	216	من 3 آلاف حتى 6 آلاف	
28.2	113	من 6000 فأكثر	
100%	400	المجموع	

المحور الثاني: نتائج كثافة تعرض الجمهور للشبكات الاجتماعية

جدول رقم (2)

الشبكات التي يمتلك أفراد العينة حساب عليها (اختيار أكثر من بديل)

النسبة المئوية	التكرار	الشبكات التي يمتلك أفراد العينة حساب عليها
96.0%	384	فيسبوك
54.0%	216	انستجرام
50.0%	200	يوتيوب
37.8%	151	تويتر
17.3%	69	لينكد ان
13.3%	53	جوجل بلس
0.8%	3	فليكر

من خلال البيانات التي يعرضها الجدول السابق يتضح أن موقع الفيس بوك جاء في الترتيب الأول بنسبة 96% من جملة أفراد العينة الكلية للدراسة يمتلك حساب على موقع الفيس بوك، وفي الترتيب الثاني موقع انستجرام بواقع 54%، وفي الترتيب الثالث موقع اليوتيوب بواقع 50% من جملة العينة الكلية للدراسة، وفي الترتيب الرابع موقع تويتر حيث جاء بنسبة 37.8%، ثم في الترتيب الخامس موقع لينكد ان بنسبة 17.3%، ثم موقع جوجل بلس بنسبة 13.3%، ثم موقع فليكر بنسبة 0.8%.

وترى الباحثة أنها نسبة طبيعية فيما يخص تصدر الفيس بوك نظراً لاتساع انتشاره دون غيره من المنصات لتعدد ادواته، كما إن نسبة 50% من المستخدمين ممكن يمتلكون حساباً على اليوتيوب تعد مرتفعة حيث مطالعة الفيديوهات عليه لا يتطلب انشاء حساب على الموقع.

وتؤكد هذه النتيجة دراسة **سكرة علي حسن البريدي (2020)** (سكرة علي حسن البريدي، 2020:ص287) التي **كشفت عن ارتفاع مستوى متابعة الشباب لقنوات اليوتيوب بنسبة 65%**، كما أوضحت ارتفاع نسبة ثقة الشباب في قنوات اليوتيوب، وجاء الحصول على معلومات عن جوانب الموضوع المختلفة كأهم أهداف تعرض الشباب للآراء المعارضة للاتجاه العام، وكان للتوجهات السياسية للشباب تأثير كبير في المحتوى الذي يتعرضون له، ومن أهم نتائجها أيضاً وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي ومستوى الثقة بالقنوات

جدول رقم (3)

معدل متابعة أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	معدل متابعة أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي
36.3	145	أقل من 3 ساعات
36.5	146	من 3 إلى 5 ساعات
27.3	109	من 5 ساعات فأكثر
100%	400	المجموع

من خلال البيانات التي يعرضها الجدول السابق يتضح أن نسبة أفراد العينة الذين يقع معدل متابعتهم لشبكات التواصل الاجتماعي أقل من 3 ساعات يومياً 35.3%، وبالنسبة للأفراد الذين يقع معدل عرضهم ما بين 3 ساعات إلى خمس ساعات يومياً 36.5%، أما الأفراد الذين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من خمس ساعات فتبلغ نسبتهم 27.3% ،

وهذا يوضح ارتفاع معدلات المتابعة بين الاستخدام المتوسط والكثيف حيث تبلغ النسبة مجتمعة 63.8 % ، ما يعني تفوق اتجاه المتابعة على نسبة المتابعة الضعيفة .

جدول رقم (4)

يوضح معدل التماس أفراد العينة للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	معدل التماس أفراد العينة للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية
39.8	159	بشكل كبير
35.5	142	بشكل متوسط
24.8	99	بشكل ضعيف
100%	400	المجموع

تشير البيانات المعروضة بالجدول السابق إلى أن 39.8% من جملة تكرارات أفراد عينة الدراسة يلتصقون بالمعلومات من اليوتيوب بشكل كبير حول القضايا السياسية والاجتماعية، بينما 35.5% يلتصقون بالمعلومات بشكل متوسط من اليوتيوب حول القضايا السياسية والاجتماعية، في حين أن 24.8% يلتصقون بالمعلومات بشكل ضعيف من اليوتيوب حول القضايا السياسية والاجتماعية.

وتتفق تلك الدراسة مع دراسة زياد بن محمد بن صالح الحديثي (2020) حيث أوضحت أن أكثر من نصف عينة الدراسة تستخدم اليوتيوب أكثر من مرة في اليوم الواحد بنسبة 53%، وكانوا في الغالب يستخدمونه من ساعة فأقل إلى ثلاث ساعات بنسبة 90.7%. (زياد بن محمد بن صالح الحديثي، 2020:ص30)

في حين أن دراسة حنان احمد سليم، بعنوان (2011) أكدت أن كثافة استخدام الطالبات لعينه الدراسة لموقع يوتيوب وتباينت الآراء حول عدد الساعات التي تقضيها المبحوثات في التعرض وان اتفقن على كثافة الاستخدام للموقع حيث تراوحت مده التعرض للموقع من قبل الطالبات عينة الدراسة ما بين 30 دقيقة إلى 7 ساعات يومياً، كما أنهن يدخلن على الموقع بمعدل 3 مرات يومياً خلال أوقات الصباح أو فترتي المساء والسهرة، كما أوضحت أهمية موقع اليوتيوب لدى الطالبات عينة الدراسة حيث أوضحت الطالبات أن موقع يوتيوب من أكثر المواقع جاذبيه لديهن ولأصدقائهن لأنه يصنع إعلاماً واقعياً يتميز بالفورية في نقل الأحداث (حنان أحمد سليم، 2011:ص230)

جدول رقم (5)

يوضح درجة اهتمام أفراد العينة بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية في الوسائل الاعلامية المختلفة.

ترتيب العبارات	الاتجاه السائد	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير مهتم		مهتم الى حد ما		مهتم		العبارات التي تقيس درجة الاهتمام.
				%	ك	%	ك	%	ك	
5	مهتم الى حد ما	.560	1.79	7.2	29	64.3	257	28.5	114	الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية المحلية
4	مهتم الى حد ما	.616	1.90	14.5	58	61.3	245	24.3	97	الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية والانترنت
3	مهتم الى حد ما	.617	1.94	16.3	65	61.8	247	22.0	88	الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية الاقليمية
2	مهتم الى حد ما	.609	1.98	17.5	70	63.0	252	19.5	78	الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية العالمية
1	مهتم الى حد ما	.699	2.24	39.3	157	45.5	182	15.3	61	الاهتمام بمتابعة البرامج الحوارية التي تطرح قضايا سياسية واجتماعية
3	مهتم الى حد ما	.654	1.94	18.5	74	57.0	228	24.5	98	الاهتمام بمتابعة القضايا الاجتماعية والسياسية في الصحف الورقية
بلغ المتوسط الحسابي للمحور 1.956 عند انحراف معياري 0.6258 والاتجاه العام للمقياس اتجاه متوسط " مهتم الى حد ما "										

من خلال البيانات التي يعرضها الجدول السابق فيما يتعلق بدرجة اهتمام أفراد العينة بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية في الوسائل الإعلامية المختلفة يتضح أن درجة الاهتمام بمتابعة البرامج الحوارية التي تطرح قضايا سياسية واجتماعية جاءت في المرتبة الأولى حيث من يتابعونها دائماً بلغت نسبتهم 15.3% من جملة تكرارات أفراد العينة ومن يتابعونها أحياناً بلغت نسبتهم 45.5% ومن لا يتابعونها بلغت نسبتهم 39.3% وذلك بمتوسط حسابي 2.24 وانحراف معياري 699.6.. وبالتالي يكون من الواقعي أن تنصدر القضايا السياسية والاجتماعية المحلية اهتمام الشباب مقارنة بغيرها من القضايا الواردة في الجدول أعلاه حيث يطغى الاهتمام المحلي على الاقليمي ، والعالمي نظراً لاتصاله بحياتهم بصورة مباشرة .

وتُظهر بيانات الجدول السابق أن درجة الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية العالمية جاءت في المرتبة الثانية حيث من يتابعونها دائماً بلغت نسبتهم 19.5% من جملة تكرارات أفراد العينة ومن يتابعونها أحياناً بلغت نسبتهم 63.0% ومن لا يتابعونها بلغت نسبتهم 17.5% وذلك بمتوسط حسابي 1.98 وانحراف معياري 609.6،

ويتضح من الجدول السابق أن درجة الاهتمام بمتابعة القضايا الاجتماعية والسياسية في الصحف الورقية جاءت في المرتبة الرابعة حيث من يتابعونها دائماً بلغت نسبتهم 24.5% من جملة تكرارات أفراد العينة ومن يتابعونها أحياناً بلغت نسبتهم 57.0% ومن لا يتابعونها بلغت نسبتهم 18.5% وذلك بمتوسط درجة الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية الاقليمية جاءت في المرتبة الثالثة أيضاً حيث من يتابعونها دائماً بلغت نسبتهم 22% من جملة تكرارات أفراد العينة ومن يتابعونها أحياناً بلغت نسبتهم 61.8% ومن لا يتابعونها بلغت نسبتهم 16.3% وذلك بمتوسط حسابي 1.94. وانحراف معياري 617.6، ط حسابي 1.94 وانحراف معياري 654.6،

كما تبين البيانات المعروضة بالجدول السابق أن درجة الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية والانترنت جاءت في المرتبة الرابعة حيث من يتابعونها دائماً بلغت نسبتهم 24.3% من جملة تكرارات أفراد العينة ومن يتابعونها أحياناً بلغت نسبتهم 61.3% ومن لا يتابعونها بلغت نسبتهم 14.5% وذلك بمتوسط حسابي 1.90 وانحراف معياري 616.6، وجاءت درجة الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية والاجتماعية المحلية جاءت في المرتبة الخامسة حيث من يتابعونها دائماً بلغت نسبتهم 28.5% من جملة تكرارات أفراد العينة ومن يتابعونها أحياناً بلغت نسبتهم 64.3% ومن لا يتابعونها بلغت نسبتهم 7.2% وذلك بمتوسط حسابي 1.79 وانحراف معياري 560.5،

وتتفق تلك النتيجة نسبياً مع دراسة **ندية عبد النبي محمد الفاضي** (2011) حيث جاءت القضايا السياسية في مقدمة أولويات قضايا التغيير المجتمعي التي تهتم بها الشبكات الاجتماعية يليها القضايا الاقتصادية ثم القضايا الاجتماعية، كما أوضحت أنه من أهم دوافع التعرض لمعرفة أحدث الأخبار المحلية والدولية (3.40%) ثم لرؤية الأحداث بمنظور ثقافي مختلف (3.18%) ثم للحصول على معلومات حول الأحداث المختلفة (2.40%) ثم لمتابعة تطور الأحداث المحلية والدولية ثم لتكوين الآراء حول الحادثة الراهنة. (نادية عبد النبي محمد الجندي:2011:ص168)

جدول رقم (6)

اهم القضايا السياسية التي تحرص أفراد العينة على التماس المعلومات حولها عبر اليوتيوب

ترتيب العبارات	الاتجاه السائد	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير مهتم		مهتم الى حد ما		مهتم		التأثيرات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	مهتم	.689	2.37	14.8	59	38.0	152	47.3	189	سد النهضة
2	مهتم	.706	2.33	15.0	60	38.0	152	47.0	188	القصف الاسرائيلي على فلسطين
3	متوسط	.749	2.26	21.3	85	44.5	178	34.3	137	التطرف والارهاب
4	متوسط	.731	2.01	18.5	74	51.2	205	30.3	121	المشاكل الاقتصادية
5	متوسط	.689	1.88	27.0	108	46.8	187	26.3	105	الازمة السورية
6	متوسط	.734	1.87	44.0	176	37.5	150	18.5	74	الاسلاموفوبيا
7	غير مهتم	.720	1.63	47.0	188	39.3	157	13.8	55	سيطرة طالبان على افغانستان
8	غير مهتم	.718	1.62	49.3	197	38.8	155	12.0	48	البرنامج النووي الإيراني
وقد بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 2.01 عند انحراف معياري 0.717 والاتجاه العام للمقياس اتجاه متوسط "محايد"										

يوضح جدول رقم (11) أهم القضايا السياسية التي يحرص أفراد العينة على التماس المعلومات حولها عبر اليوتيوب. ويظهر التحليل أن "سد النهضة" جاء في مقدمة القضايا التي يهتم بها أفراد العينة، حيث عبر 47.3% من العينة عن اهتمامهم الكبير بهذه القضية، بينما كان 38% مهتمين إلى حد ما، و14.8% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.37، مما يشير إلى أن الاتجاه السائد هو "مهتم"، مع انحراف معياري قدره 0.689، مما يدل على تباين طفيف في الآراء. احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى من حيث الاهتمام.

القضية الثانية تتعلق بـ "القصف الإسرائيلي على فلسطين"، حيث أبدى 47% من العينة اهتماماً كبيراً بهذه القضية، بينما 38% كانوا مهتمين إلى حد ما، و15% غير مهتمين. المتوسط الحسابي بلغ 2.33، مما يعكس اهتماماً ملحوظاً من قبل العينة، مع انحراف معياري قدره 0.706، ما يدل على تفاوت نسبي في الآراء. احتلت هذه العبارة المرتبة الثانية.

بالنسبة للقضية الثالثة، "التطرف والإرهاب"، أبدى 34.3% من العينة اهتماماً كبيراً، بينما كان 44.5% منهم مهتمين إلى حد ما، و21.3% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.26، مما يشير إلى اتجاه "متوسط" في الاهتمام، مع انحراف معياري قدره 0.749، مما يدل على وجود تفاوت في الآراء. احتلت هذه العبارة المرتبة الثالثة.

أما بالنسبة للقضية الرابعة، "المشاكل الاقتصادية"، فقد أبدى 30.3% اهتماماً كبيراً، بينما كان 51.2% مهتمين إلى حد ما، و18.5% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي 2.01، مما يشير إلى أن الاتجاه العام هو "متوسط" في الاهتمام بالقضايا الاقتصادية، مع انحراف معياري قدره 0.731. احتلت هذه العبارة المرتبة الرابعة.

فيما يخص القضية الخامسة، "الأزمة السورية"، كان 26.3% من العينة مهتمين بشكل كبير، بينما 46.8% مهتمين إلى حد ما، و27% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.88، مما يشير إلى اهتمام "متوسط" من العينة، مع انحراف معياري قدره 0.689. جاءت هذه العبارة في المرتبة الخامسة.

بالنسبة للقضية السادسة، "الإسلاموفوبيا"، أظهرت النتائج أن 18.5% من العينة مهتمين بشكل كبير، بينما 37.5% مهتمين إلى حد ما، و44% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي 1.87، مما يعكس اهتماماً "متوسطاً"، مع انحراف معياري قدره 0.734. احتلت هذه العبارة المرتبة السادسة.

فيما يتعلق بالقضية السابعة، "سيطرة طالبان على أفغانستان"، أظهرت النتائج أن 13.8% فقط من العينة مهتمين بشكل كبير، بينما 39.3% مهتمين إلى حد ما، و47% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.63، مما يشير إلى أن الاتجاه العام هو عدم اهتمام، مع انحراف معياري قدره 0.720. جاءت هذه العبارة في المرتبة السابعة.

وأخيراً، القضية المتعلقة بـ "البرنامج النووي الإيراني" أظهرت أن 12% فقط من العينة مهتمون بشكل كبير، بينما 38.8% مهتمون إلى حد ما، و49.3% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي 1.62، مما يشير إلى عدم اهتمام واضح من العينة، مع انحراف معياري قدره 0.718. احتلت هذه العبارة المرتبة الأخيرة.

بشكل عام، بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 2.01، مع انحراف معياري 0.717، مما يشير إلى أن الاتجاه العام للعينة كان محايداً أو متوسط الاهتمام بهذه القضايا السياسية.

جدول رقم (7)

أهم القضايا الاجتماعية التي تحرص أفراد العينة على التماس المعلومات حولها عبر اليوتيوب

ترتيب العبارات	الاتجاه السائد	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير مهتم		مهتم الى حد ما		مهتم		التأثيرات
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	متوسط	.791	2.13	153	38.3	144	36.0	103	25.8	الاغاثي المحرزة على اعمال العنف
2	متوسط	.773	2.03	125	31.3	161	40.3	114	28.5	الحيانات الزوجية الالكترونية
3	متوسط	.751	1.98	108	27.0	175	43.8	117	29.3	نهم الشباب للشهرة
4	متوسط	.753	1.88	92	23.0	168	42.0	140	35.0	الباطجة
5	متوسط	.739	1.87	86	21.5	175	43.8	139	34.8	حرمان المرأة من الميراث
5	متوسط	.754	1.87	90	22.5	166	41.5	144	36.0	الزواج المبكر
6	متوسط	.741	1.81	78	19.5	166	41.5	156	39.0	التامين الصحي

7	متوسط	.742	1.79	19.3	77	40.8	163	40.0	160	التنمر
7	متوسط	.737	1.79	18.3	73	40.5	162	41.3	165	دعم الخبز
8	متوسط	.749	1.78	19.5	78	39.3	157	41.3	165	تطوير الريف المصري
8	متوسط	.739	1.78	18.3	73	40.0	160	41.8	167	التحرش
9	متوسط	.694	1.77	15.3	61	46.8	187	38.0	152	اختلاف الذوق العام
10	متوسط	.701	1.66	13.3	53	39.3	157	47.5	190	العنف ضد الاطفال
11	مهتم	.710	1.63	13.5	54	36.3	145	50.2	201	البطالة
وقد بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 1.83 عند انحراف معياري 0.741 والاتجاه العام للمقياس اتجاه متوسط "محايد"										

يوضح جدول رقم (12) أهم القضايا الاجتماعية التي يحرص أفراد العينة على التماس المعلومات حولها عبر اليوتيوب. وتشير البيانات إلى أن "الأغاني المحرّضة على أعمال العنف" هي من بين القضايا التي تحظى باهتمام متوسط من العينة، حيث أبدى 25.8% اهتمامًا كبيرًا، و36% مهتمين إلى حد ما، بينما 38.3% كانوا غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.13، مما يشير إلى اهتمام "متوسط"، مع انحراف معياري قدره 0.791، مما يعكس تباينًا نسبيًا في الآراء. جاءت هذه العبارة في المرتبة الأولى من حيث الاهتمام.

أما بالنسبة لقضية "الخيانة الزوجية الإلكترونية"، أبدى 28.5% من العينة اهتمامًا كبيرًا، و40.3% كانوا مهتمين إلى حد ما، بينما 31.3% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2.03، مما يعكس اهتمامًا "متوسطًا"، مع انحراف معياري قدره 0.773. جاءت هذه القضية في المرتبة الثانية.

وفيما يتعلق بقضية "نهم الشباب للشهرة"، أبدى 29.3% اهتمامًا كبيرًا، و43.8% كانوا مهتمين إلى حد ما، و27% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي 1.98، مما يعكس اهتمامًا "متوسطًا"، مع انحراف معياري قدره 0.751. احتلت هذه العبارة المرتبة الثالثة.

قضية "البطالة" جاءت في المرتبة الرابعة، حيث أبدى 35% من العينة اهتمامًا كبيرًا، و42% كانوا مهتمين إلى حد ما، بينما 23% كانوا غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1.88، مما يشير إلى اهتمام "متوسط"، مع انحراف معياري قدره 0.753.

أما بالنسبة لقضيتي "حرمان المرأة من الميراث" و"الزواج المبكر"، فقد جاءت كل منهما في المرتبة الخامسة. أبدى 34.8% اهتمامًا كبيرًا بحرمان المرأة من الميراث، و43.8% كانوا مهتمين إلى حد ما، و21.5% غير مهتمين. أما "الزواج المبكر" فقد أبدى 36% اهتمامًا كبيرًا، و41.5% مهتمين إلى حد ما، و22.5% غير مهتمين. بلغ المتوسط الحسابي لكلا العبارتين 1.87، مما يعكس اهتمامًا "متوسطًا".

بالنسبة لقضية "التأمين الصحي"، أبدى 39% اهتمامًا كبيرًا، و41.5% مهتمين إلى حد ما، و19.5% غير مهتمين، مما يعطيها متوسطًا حسابيًا قدره 1.81، مع اتجاه "متوسط".

وفيما يتعلق بقضايا "التنمر" و"دعم الخبز"، فقد أبدى 40% و41.3% على التوالي اهتمامًا كبيرًا، مع اهتمام متوسط من نسبة كبيرة من العينة. بلغ المتوسط الحسابي لكلتا القضيتين 1.79، مع اتجاه "متوسط".

وفي المرتبة التالية، جاءت قضيتنا "تطوير الريف المصري" و"التحرش"، حيث أبدى 41.3% و41.8% من العينة اهتمامًا كبيرًا، مع متوسط حسابي 1.78 لكل منهما. أما قضية "اختلاف الذوق العام"، فقد أبدى 38% اهتمامًا كبيرًا، و46.8% كانوا مهتمين إلى حد ما، مما يجعل المتوسط الحسابي 1.77، مع اتجاه "متوسط". وبالنسبة لقضية "العنف ضد الأطفال"، أبدى 47.5% اهتمامًا كبيرًا، و39.3% كانوا مهتمين إلى حد ما، و13.3% غير مهتمين، مع متوسط حسابي 1.66، مما يعكس اهتمامًا "متوسطًا".

وأخيرًا، جاءت قضية "البطالة" في المرتبة الأخيرة من حيث ترتيب القضايا الأكثر اهتمامًا، حيث أبدى 50.2% اهتمامًا كبيرًا، و36.3% كانوا مهتمين إلى حد ما، مما يجعل المتوسط الحسابي 1.63، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا من العينة.

بشكل عام، بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 1.83، مع انحراف معياري 0.741، مما يشير إلى أن الاتجاه العام للعينة هو "متوسط" أو محايد فيما يتعلق بالاهتمام بالقضايا الاجتماعية.

جدول رقم (8)

يوضح مدى مساهمة القنوات باليوتيوب في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية والاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	مدى مساهمة القنوات باليوتيوب في زيادة المعرفة
63.7	255	ساهمت الي حد ما
27.0	108	ساهمت الي حد كبير
9.3	37	لم تساهم
100%	400	المجموع

تشير البيانات التي يعرضها الجدول السابق فيما يتعلق بمدى مساهمة القنوات باليوتيوب في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية والاجتماعية إلى أن 63.7% يرون أنها ساهمت الي حد ما، في حين ان 27% يرون انها ساهمت الي حد كبير، و9.3% يرون أنها لم تساهم في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية والاجتماعية.

ثانياً: اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول

كلما زاد معدل اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية كلما زاد معدل التماسهم للمعلومات السياسية والاجتماعية من خلالها

جدول رقم (9)

يبين معامل ارتباط بيرسون بين معدل اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية والاجتماعية من خلالها

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	معدل الاعتماد
دال	.000	.227**	معدل التماس المعلومات السياسية والاجتماعية
دال عند مستوي معنوية 0.01			

من خلال الجدول السابق يتضح وجود علاقة إيجابية بين معدل اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية والاجتماعية من خلالها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.227^{**} ، وذلك عند مستوي دلالة 0.00 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية 0.01

وبذلك ثبت صحة الفرض القائل كلما زاد معدل اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية كلما زاد معدل التماسهم للمعلومات السياسية والاجتماعية من خلالها

وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة سكرة علي حسن البريدي (2020) والتي أوضحت وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على قنوات اليوتيوب للحصول على معلومات عن قضايا الرأي ومستوى الثقة بالقنوات

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو اليوتيوب كمصدر للمعلومات وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها.

جدول رقم (10)

يبين معامل ارتباط بيرسون اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	الاتجاهات
دال	.006	-.136**	معدل التماس المعلومات السياسية والاجتماعية
دال عند مستوي معنوية 0.01			

من خلال الجدول السابق يتضح وجود علاقة سلبية بين اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط -0.136**، وذلك عند مستوي دلالة 0.006 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية 0.01

وبذلك ثبت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو اليوتيوب كمصدر للمعلومات وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين درجة ثقة الجمهور فيها.

جدول رقم (11)

يبين مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين درجة ثقة الجمهور فيها

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	معدل الاعتماد
دال	.028	0.762**	درجة الثقة
دال عند مستوي معنوية 0.05			

من خلال البيانات التي يعرضها الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين درجة ثقة الجمهور فيها حيث بلغ معامل الارتباط 0.762**، عند مستوى دلالة 0.028

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية قوية بين درجة الحاجة لالتماس المعلومات من اليوتيوب حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين معدل التماس الشباب لها

جدول رقم (12)

يبين مدى وجود علاقة ارتباطية قوية بين رؤية الباحثين لقدرة اليوتيوب على تلبية الحاجة في التماس المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين معدل التماس المعلومات حول تلك القضايا

مستوى الدلالة		معامل الارتباط	درجة الحاجة لالتماس المعلومات من اليوتيوب حول القضايا السياسية والاجتماعية
دال	.000	.223**	معدل التماس المعلومات السياسية والاجتماعية
دال عند مستوي معنوية 0.01			

من خلال الجدول السابق يتضح وجود علاقة إيجابية بين درجة الحاجة لالتماس المعلومات من اليوتيوب حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين معدل التماس المعلومات حول تلك القضايا، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط **223**** وذلك عند مستوي دلالة 0.00 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية 0.01

وبذلك ثبت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة الحاجة لالتماس المعلومات من اليوتيوب حول القضايا السياسية والاجتماعية وبين معدل التماس المعلومات حول تلك القضايا

خاتمة الدراسة ومقترحاتها:

- أكدت الدراسة أن أهم القضايا السياسية التي يحرص أفراد العينة على التماس المعلومات حولها عبر اليوتيوب. هي قضية "سد النهضة" ثم قضية "القصف الإسرائيلي على فلسطين"، ثم قضية "التطرف والإرهاب"، ثم قضية "المشاكل الاقتصادية".
- كشفت نتائج الدراسة أن أهم القضايا الاجتماعية التي يحرص أفراد العينة على التماس المعلومات حولها عبر اليوتيوب كانت "الأغاني المحرّضة على أعمال العنف" ثم قضية "الخيانة الزوجية الإلكترونية"، ثم قضية "نهم الشباب للشهرة"، ثم قضية "البلطجة" ثم قضية "حرمان المرأة من الميراث" و"الزواج المبكر".
- جاءت نتائج الدراسة لتؤكد على أن أسباب اعتماد أفراد العينة على اليوتيوب في التماس المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية جاءت على الترتيب "الهروب من الأعباء والمشاكل"، للمشاركة في المناقشات حول القضايا السياسية والاجتماعية، تبادل الفيديوهات المتعلقة بتلك القضايا مع الآخرين، "إتاحة الاختيار بين العديد من البدائل".
- أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض أفراد العينة لموقع اليوتيوب تعزى لمتغير النوع، ومتغير السن، ومتغير الدخل، بينما لا توجد فروق تعزى لمتغير محل الإقامة ومتغير المستوى التعليمي
- أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل "كلما زاد معدل اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على موقع اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية كلما زاد معدل التماسهم للمعلومات السياسية والاجتماعية من خلالها"
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات الشباب الجامعي عينة الدراسة نحو الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات وبين معدل التماسهم للمعلومات السياسية من خلالها
- أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل "يقدم اليوتيوب المضمون الكافي للشباب حول القضايا الاجتماعية والسياسية بالمجتمع التي تمكنهم من تكوين اتجاهاتهم نحو تلك القضايا

التوصيات والمقترحات والآفاق المستقبلية

- ضرورة دعم معالجات اليوتيوب للقضايا السياسية والاجتماعية بالوثائق والأدلة واستخدام الأرقام والاحصائيات لزيادة ثقة الجمهور في معالجته لتلك القضايا
- ضرورة تقديم معالجات أكثر عمقاً للقضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها اليوتيوب
- ضرورة تفاعل منشئ المحتوى بشكل أكبر مع الجمهور فيما يتعلق بردود أفعالهم تجاه الفيديوهات المنشورة حول القضايا السياسية والاجتماعية
- ضرورة التحقق من صحة المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية المنشورة باليوتيوب من خلال مقارنتها بمصادر اخري
- توصي الدراسة بإجراء دراسة مقارنة بين التماس الشباب للمعلومات حول القضايا السياسية من اليوتيوب ومن الصحف الورقية
- إجراء دراسة حول اتجاهات الشباب نحو معالجة البرامج الحوارية للقضايا السياسية والاجتماعية
- توصي الدراسة بإجراء مزيد من الدراسات حول
- إجراء دراسة حول المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة اليوتيوب للقضايا السياسية والاجتماعية

مراجع الدراسة

1. إسلام محمد عبد الرؤوف ، رؤية الطلاب الوافدين الناطقين بغير العربية لمحتوى التسامح وقبول الآخر على منصات الأزهر الرقمية الرسمية ، مجلة البحوث الإعلامية كلية الاعلام ، جامعة الأزهر ، المقالة ٥ ، المجلد ٥٣ ، يناير ٢٠٢٠ الصفحة 183- ٢٠٤
2. رجاء نور محمد " المعالجة الصحفية لقضايا الشباب في إحدى الصحف المصرية " دراسة تحليلية مقارنة لصحيفة الاهرام والوفد من 1986/1/1 حتى 1990/12/31
3. -سكرة على حسن البريدي اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 54، 54- ج 6، الصيف 2020، الصفحة 3787-3826
4. عصام سليمان مدخل الى علم السياسة ، دار النضال ، بيروت، 2009، ص134
5. أحمد زايد . "عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر" ، مجلد 32، (الكويت ، يوليو، سبتمبر، 2002) ، ص16.
6. ايمان عز الدين محمد دوابة ، دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 55، ج5، 2020، ص.ص2731-2796
7. حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجاً، جامعة القدس ، 2010، ص64
8. دراسة سمية فتحي آدم : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة حقوق الانسان، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017
9. سامي طابع. بحوث الإعلام، ط1 . (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001م)، ص.
10. سلوى محمد فهيم ابو راضي، تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على التفاعل الاجتماعي لديهم، دراسة ماجستير ، غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019
11. سمية فتحي آدم، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العنف لدى الشباب الجامعي، دراسة تجريبية كمقترح لإنشاء قناة يوتيوب لمواجهة العنف لدى الشباب، 2017، ص5
12. سهير عثمان عبد الحليم اتجاهات الجمهور المصري نحو الفيديوهات الساخرة للمؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في معالجة قضايا المجتمع المصري: دراسة ميدانية المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، كلية الاعلام، جامعة الأهرام الكندية المقالة المجلد ٢٠٢١ ، العدد ٣٤ ، سبتمبر ٢٠٢١
13. صلاح محمد صلاح، استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير ، غير منشورة، الجامعة الإسلامية ، غزة، 2014، ص70
14. علياء عبد الفتاح ، دور وسائل الاتصال الحديثة في تشكيل العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، قسم العلاقات العامة ، ٢٠٠٧ ، ص
15. مجموعة من المشاركين معجم الوسيط مكتبة الشروق الدولية الطبعة الرابعة 2004، ص470.
16. محمد منير حجاب . أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية ، ط3 (القاهرة : دار الفجر، 2006) ص78
17. مروى السعيد السيد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو أزمة العلمية لبحوث العالقات العامة والعلان - العدد الواحد والعشرون - يناير / يونية ٢٠٢١ ، ص.ص: ١٢٧-١٨٦

18. منال المزاهرة، نظريات الاتصال (الطبعة الأولى)، عمان: دار المسيرة، (2012) صفحة 411.
19. نادية عبد النبي محمد الجندي، اتجاهات الإعلاميين نحو دور الشبكات الاجتماعية في التغيير المجتمعي، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المقالة، 4، المجلد 36، الجزء الثاني، أكتوبر، 2011، ص. 175-131.
20. نبيل علي . " تحديات عصر المعلومات " ، مكتبة الأسرة , الأعمال العلمية , (القاهرة, 2003) , ص254.
21. نوره عبد الله محمود أحمد: أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم الإعلام 2014.
22. هباء زيد بن جدوع، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المبتعثين السعوديين تجاه القضايا المحلية، رسالة ماجستير ، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2017

المراجع الأجنبية

- 1- Mongkhonvanit, Kritphong, Kanopka, Klint. (2019). Deep Knowledge Tracing and Engagement with MOOCs, Paper presented at the Learning Analytics and Knowledge Conference (LAK) (9th, Tempe, AZ, Mar 4-8
- 2- Chang, Y & Zhu, D " Understanding social networking sites adoption in China: A comparison of pre-adoption and post-adoption", In **Computers in Human Behavior**. Vol 27,2011, p.p 1840–1848
- 3- Cheung, C., Chiu ,P & Lee ,M " Online social networks: Why do students use facebook?" **In Computers in Human Behavior**, Vol. 27, 2011,p.p1337–1343
- 4- Ellison, Nicole B.; Vitte, Jessica; Gray, Rebecca; Lampe, Cliff. ,2014, Cultivating Social Resources on Social Network Sites: Facebook Relationship Maintenance Behaviors and Their Role in Social Capital Processes. **Journal of Computer-Mediated Communication**. Jul2014, Vol. 19,
- 5- Hit wise and Experian. (**Social Networking**), 2007, [Online]. Available at: <[http://www.Bergenmediaby.no/admin/ressurser/QCetFnO\\$_11_Social_Networking_Report_2008.pdf](http://www.Bergenmediaby.no/admin/ressurser/QCetFnO$_11_Social_Networking_Report_2008.pdf)>. access to the website on 17-09-2011.
- 6- L. Donohew, & L. Tipton, A conceptual Model of information Seeking, Avoiding & Processing in peter Clarke, (ed) New Models for Mass Communication Research, Beverly Hills: SAGE Publication,2003, p243
- 7- Marina Vastly: "Use of Social Networks Sites by Young Adults in Russia " unpublished master's Thesis, University of Tampere "School of social Sciences and Humanities"may.2012
- 8- Sengupta, A., Chaudhuri, A .," Are social networking sites a source of online harassment for teens? Evidence from survey data", **In Children and Youth Services Review** , Vol .33, 2011, p.p 284- 290

- 9- Waterman Ben, Laramée Alisha. (2018). Producing Dubbed-Language Videos to Reach Audiences across Cultures, *Journal of Extension*, v56, n5, Article 5IAW4 Sep.
- 10- Zhang, Leticia-Tian; Zhao, Sumin (2020) "The impact of YouTube content on Coronavirus education". *Journal of Youth Studies*, Volume 32, 2017 - Pages 417- 431,
- 11- Piotrowski, Marcelina. (2015). Speaking "Out of Place": YouTube Documentaries and Viewers' Comment Culture as Political Education, *Journal of Curriculum and Pedagogy*, v12, n1, p53-72.
- 12- Meng et al. (2015). The roles and interplay of intragroup conflict and team emotion management on information seeking behaviors in team contexts, *Communication Research*,

- النشر الدوري: تصدر المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي بصفة دورية (ثلاث مرات سنوياً)، وتنشر أبحاثاً باللغتين العربية والإنجليزية، مما يضمن استمرارية النشر وتوفير أحدث الأبحاث والدراسات للقراء والباحثين من مختلف أنحاء العالم.
- تنوع المحتوى: تقبل المجلة سبع تخصصات للنشر فيها وهي:

1. الإذاعة الرقمية

2. الإعلام

3. التسويق الرقمي

4. العلاقات العامة الرقمية

5. الصحافة الرقمية

6. تلفزيون الإنترنت

7. راديو الإنترنت

- النشر الإلكتروني والمفتوح: تُتاح المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي للنشر الإلكتروني بنظام الوصول المفتوح (open access online) ، مما يضمن سهولة الوصول إليها وقراءتها وتحميلها مجاناً من قبل الباحثين والمهتمين في جميع أنحاء العالم.
- التنوع في أنواع المقالات: تنشر المجلة مجموعة متنوعة من أنواع المقالات، بما في ذلك:
- الأبحاث الأصلية (Original Articles): وهي أبحاث تقدم نتائج جديدة ومبتكرة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقالات المرجعية (Review Articles): وهي مقالات تستعرض وتلخص مجموعة من الأبحاث السابقة حول موضوع معين.
- تقارير الحالة (Case Studies): وهي دراسات معمقة لحالات فردية أو أحداث معينة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقابلات مع خبراء وباحثين بارزين: في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، لتقديم رؤيتهم حول أحدث التطورات والاتجاهات في هذا المجال.
- الأعداد الخاصة: تصدر المجلة أعداداً خاصة حول موضوعات معينة ذات أهمية خاصة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وذلك لجذب انتباه الباحثين والمهتمين إلى هذه الموضوعات وتشجيع البحث فيها.

بيانات الاتصال:

الموقع الإلكتروني: <https://ejrcds.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني لهيئة التحرير: fatmaelzahrasaleh@art.sohag.edu.eg

البريد الإلكتروني للقسم: media.dep@art.sohag.edu.eg

العنوان: جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر.