مجلة
كلية الآداب

مجلة علمية محكمة فصلية

العدد (٧٦) الجزء (١) شتاء ٢٠١٦

مجلة الكلية مجلة عملية محكمة ربع سنوية تقوم بنشر الأبحاث العلمية في مجالات الدراسة اللغوية والأدبية والإنسانية. والدعوة مفتوحة أمام الباحثين من سائر أنحاء العالم العربي للمساهمة ببحوثهم الأكاديمية والتنموية.

قواعد النشر :

١- يقر الباحث كتابة أن بحثه لم يسبق نشره ولم يرسل لجهة أخرى للنشر.

٢- يتراوح طول البحث المقدم للنشر بين عشرين صفحة وستين صفحة ومازاد عن ذلك يعامل بسعر الصفحة.

٣- يقدم الباحث بحثه باللغة العربية أو الإنجليزية أو بالعكس وأن يقدم ملخصاً لبحثه في حدود خمسة عشر سطراً باللغة الإنجليزية أو العربية.

٤- تقدم الأعمال إلى المجلة مكتوبة على الكمبيوتر ومصحوبة بأسطوانة مرنة تمهيداً لعرض البحث على أحد المحكمين المرموقين في التخصص الدقيق وأن يكون رأيه ملزماً، وفي حالة اختلاف الرأي يعرض الباحث علي محكم آخر.

٥- تعد الخرائط والرسوم البيانية وغيرها من الإيضاحات بالحبر الصيني على ورق ورسن قابل للإستنساخ المباشر.

٦- يعتبر البحث المنشور في المجلة معبراً عن رأي كاتبه فقط.

٧- لاترد أصول الأعمال المقدمة للمجلة سواء أقبلت للنشر أو لم تقبل.

٨- هذه الأبحاث العلمية بما فيها من آراء تعبر عن أصحابها.

٩- توجه جميع المكاتبات أو الاستفسارات الخاصة بتكاليف النشر إلى الأستاذ الدكتور وكيل الكلية للدراسات العليا ونائب رئيس التحرير على العنوان التالي:

كلية الآداب – جامعة الزقازيق

تليفون : ٠٥٥/٢٣٤٣٨٢١

http://www.Arts@Zu.edu.eg

مجلة كلية

مجلة كلية الآداب – جامعة الزقازيق

صدر العدد الأول ٨٦ — ١٩٨٧م

هيئة التحرير

الأستاذ الدكتور

عبد الله عسكر

أستاذ علم النفس

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

عميد الكلية

الأستاذ الدكتور

عماد مخيمر

أستاذ ورئيس قسم علم النفس

سكرتير التحرير

مستشارو التحرير

أ.د . عبد الرحمن بشير	أ.د . إبراهيم المسلمي
أ.د . حسن حماد	أ.د . طارق زكريا
أ.د . عثمان محمد عثمان	أ.د . إبراهيم عودة
أ.د . عواطف حسين صالح	أ.د. هناء زكريا

أسماء السادة الأساتذة محكمي هذا العدد وفقا للترتيب الأبجدي

أ.د/ اسماعيل عبد الباري

أ.د/ راوية حسين

أ.د/ شريف درويش مصطفي اللبان

أ.د/ عبد اللّه عسكر

أ.د/ علي السيد إبراهيم عجوة

أ.د/ محمد السيد سليمان العبد

أ.د/ محمد سعيد محمد عطية عرام

أ.د/ محمد عبد الحميد السيد غنيم

أ.د/ محمد عبد الحميد سالم

أ.د/ نادية كامل صليب

تقديم

يسعدنا أن نقدم للباحثين والقراء العدد (76) من مجلة كلية الآداب – جامعة الزقازيق التى تصدر فى ثوبها الجديد، وتتناول موضوعات فى تخصصات الاجتماع اللغة العربية وآدابها ، والاعلام وعلم النفس لباحثين متميزين من الجامعات المصرية والعربية.

ونرحب بآراء الباحثين والقراء – كل حسب اهتمامه – في موضوعات المجلة ، من حيث الشكل ، نظرا لكون الموضوعات المعروضة تعبر عن اتجاهات وآراء الكتاب المساهمين.

للمراسلة عبر البريد الالكتروني arts@zu.edu.eg

مع وافر تحياتنا

هيئة التحرير

المحتويات

الجزء الأول

اعتماد الشباب المصري الجامعي على المضامين الخبريـــة بمواقـــع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية واتجاهاتـــه نحـــو مصداقيتها

د. فوزي عبد الرحمن الزعبلاوي..... ١

تفسير الأربع آيات الأولى من سورة البقرة للعلامة عبد الـــرحمن بن يحيى المعلمي اليماني رحمه الله تعالى ١٣١٢هـــ-١٣٨٦هـــ

د. غزيل بنت محمد بن دحيم الدوسري ٩٩

السّياب في أقانيمه الثلاثة

د. نوال عبدالرحمن أحمد المجاهد..... ١٢٣

العنف العاطفى وعلاقته بالتوافق النفسى والاجتماعى لدى عينة من أطفال المؤسسات الإيوائية

د. أيمن محمد السيد محمد شحاتة ١٤٥

حجاجية خطاب التحكيم الشعري عينية الصلتان العبدي نموذجًا

د. إبراهيم عبد العزيز زيد..... ١٩٥

اعتماد الشباب المصري الجامعي على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية واتجاهاته نحو مصداقيتها

دكتور
فوزي عبد الرحمن الزعبلاوي
مدرس الصحافة بكلية الإعلام
جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب (MSA)

مقدمة:

لاشك أن مواقع التواصل الاجتماعي فرضت واقعاً إعلامياً جديداً وأصبحت تمثل تحدياً واضحاً لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة بعد أن انتشرت وتزايد عدد مستخدميها على شبكة الإنترنت.

وشبكات التواصل الاجتماعي كإحدى وسائل الإعلام الجديد تقوم بمختلف وظائف الإعلام، إلاّ أنها تتميز عن وسائل الإعلام التقليدية بالفورية من خلال سرعة نقل الأخبار والمعلومات إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور فور حدوثها وفي ذات اللحظة، والتفاعلية إذ أنها أتاحت لمستخدميها التواصل اللحظي والتفاعلي بين الناس المرتبطين بشبكة الإنترنت من خلال جماعات مصنفة ذات اهتمامات مشتركة ودون وسيط كما كان الحال قبلها في وسائل الإعلام التقليدية.

وبالرغم من تميز مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار بالفورية والتفاعلية إلاّ أن هناك صعوبة في معرفة مدى مصداقية مضامينها الخبرية نظراً لصعوبة الوصول إلى مصادر المعلومات في كثير من الأحيان.

فالمصداقية تعد أحد المعايير الأساسية التي تميز وسيلة إعلامية عن أخرى، حيث تعد مصداقية الإعلام أحد العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلامي لمختلف وسائل الإعلام بالنسبة لكافة الأحداث والقضايا التي تتصدى هذه الوسائل لمعالجتها ولاشك أن هذه المصداقية لها أبعاد مختلفة منها ما يتعلق بالوسيلة الإعلامية والنظام الإعلامي الذي تمارس عملها من خلاله، ومنها ما يتعلق بالقائمين بالعملية الإعلامية من إعلاميين وصحفيين، وأخيراً المعلومات أو المضمون الذي تبثه هذه الوسائل.

والمصداقية مسألة مهمة للغاية لأن عدم قدرة الجمهور على تصديق وسائل الإعلام يعوق بقوة إحاطة الأمة بمجريات الأمور، ومن ثم يعوق قدرتها على مراقبة القادة وعلى ممارسة الحكم، علاوة على أن انخفاض ثقة الجمهور في وسيلة ما يمكن أن تهدد بقاء هذه الوسيلة.

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة في ضوء العوامل الآتية:

١- ندرة الدراسات الإعلامية العربية التي تهتم بدراسة ورصد تقييمات المستخدمين لمدى مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي.

٢- انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد عدد مستخدميها نظراً لسهولة الاشتراك من جهة، وعدم وجود القيود والمحاذير السياسية العديدة التي تضعها الحكومات على وسائل الإعلام التقليدية من جهة أخرى.

٣- سهولة تداول المعلومات والأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي بحرية دون قيد أو شرط.

٤- قيام مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والقادة والحكومات والشخصيات العامة بإنشاء صفحات لهم على شبكات التواصل الاجتماعي، لسهولة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من مستخدمي شبكة الإنترنت.

٥- تركز الدراسة على فئة الشباب، وهي الفئة العمرية الأكثر استخداماً لشبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أكدته العديد من الدراسات الإعلامية والتقارير، فقد ذكر تقرير بحثي لشركة "يوز آند كومباني" بالتعاون مع شركة "جوجل" بعنوان: "نظرة على جيل الرقمية العربية"، أن ٨٣% من الشباب العربي عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، وأن ٦١% أكدوا أنهم يقضون أكثر من ساعتين يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي[١]، وقد يرجع ذلك إلى العديد من الأسباب منها أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر للشباب حرية إبداء الرأي والتفاعل مع الأحداث بشكل مختلف.

مشكلة الدراسة:

مع تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات، ونتيجة لما شهدته مصر في الآونة الأخيرة من أحداث متلاحقة- سياسية واقتصادية واجتماعية- شكّلت تحدياً كبيراً لوسائل الإعلام ومنها مواقع التواصل الاجتماعي في تناول هذه الأحداث بما يتفق مع قواعد النزاهة والموضوعية والدقة وغيرها من القواعد المهنية، أصبحت هناك ضرورة لدراسة مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي من حيث قابلية الرسالة للتصديق بالنسبة للجمهور، وذلك من خلال التعرف على اتجاهات وتقييمات الشباب

المصري الجامعي نحو مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير وخصائص المصداقية بمختلف أبعادها وأطرافها عند تناولها للأحداث الجارية في مصر.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو التعرف على رأي الشباب الجامعي المصري واتجاهاته نحو مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند اعتمادهم عليها في متابعة الأحداث الجارية، وفي إطار هذا الهدف الرئيسي تسعى الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف فرعية على النحو التالي:

١- رصد معدل اعتماد الشباب الجامعي على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعته للأحداث الجارية.

٢- التعرف على أسباب ودوافع والتأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعته للأحداث الجارية.

٣- تحديد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعة الأحداث الجارية.

٤- رصد أبرز الموضوعات والقضايا التي يحرص الشباب الجامعي على متابعتها بمواقع التواصل الاجتماعي.

٥- الوقوف على مدى رضا الشباب عن ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين خبرية تتناول الأحداث الجارية.

٦- التعرف على مدى ثقة الشباب الجامعي فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين خبرية عن الأحداث الجارية.

٧- رصد وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الشباب الجامعي وتستحوذ على ثقته عند متابعته للأحداث الجارية، في حالة انخفاض درجة ثقة الشباب الجامعي فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين خبرية تتناول الأحداث الجارية.

٨- التعرف على وجهة نظر الشباب الجامعي في مدى حيادية المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية.

٩- التعرف على رأي الشباب الجامعي واتجاهاته نحو مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير وعناصر المصداقية عند تناولها للأحداث الجارية من حيث:

أ- الموضوعية ب- الصدق ج- الوضوح

د- الدقة هـ- الالتزام بأخلاقيات المهنة.

تساؤلات الدراسة:

١- ما مدى اعتماد الشباب الجامعي على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعته للأحداث الجارية؟

٢- ما أسباب ودوافع والتأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب الجامعي للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعته للأحداث الجارية؟

٣- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الجامعي عند متابعته للأحداث الجارية؟

٤- ما أبرز الموضوعات والقضايا التي يحرص الشباب الجامعي على متابعتها بمواقع التواصل الاجتماعي؟

٥- ما مدى رضا الشباب الجامعي عن ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين خبرية تتناول الأحداث الجارية؟

٦- ما مدى ثقة الشباب الجامعي فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين خبرية عن الأحداث الجارية؟

٧- في حالة انخفاض درجة ثقة الشباب الجامعي في ما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من مضامين خبرية عن الأحداث الجارية، ما هي وسائل الإعلام الأخرى التي يعتمد عليها وتستحوذ على ثقته في متابعته للأحداث الجارية؟

٨- ما مدى حيادية المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية، من وجهة نظر الشباب الجامعي؟

٩- ما مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير وعناصر المصداقية عند تناولها للأحداث الجارية من حيث:

أ- الموضوعية:

- الإسناد للمصدر.
- فصل الرأي عن الخبر.
- التوازن في عرض الرأي والرأي الآخر.
- شمولية واكتمال التغطية الصحفية.

ب- الصدق:

- معالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها.
- نشر الحقائق.
- نشر عناوين ذات علاقة بالموضوع.
- عدم التلاعب بالصوت والصورة بشكل يخدع القارئ.

جـ- الوضوح:

- وضوح اللغة والبعد عن الغموض والمبالغة.
- وضوح الأهداف والأفكار.
- الترابط بين الأسباب والنتائج.

د- الدقة:

- الالتزام بالقواعد اللغوية التي تضمن سلامة النص الخبري.
- نشر الأرقام والإحصائيات الصادقة.
- دقة الأسماء والعناوين والتواريخ.
- اختيار مصادر الإدلاء بالمعلومات ذات الصلة بالموضوع.
- دقة الأحكام والألفاظ.

هـ- الالتزام بأخلاقيات المهنة:

- مراعاة الذوق والآداب العامة للمجتمع.
- الالتزام بالقوانين ومواثيق الشرف الإعلامي.
- كفالة حق الرد والتصحيح.
- عدم انتهاك الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة.

فروض الدراسة:

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وأهداف هذا الاعتماد.

٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية ومدى أهمية القضايا التي يتابعونها.

٤- تختلف كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحدث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٥- تختلف أهداف اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٦- تختلف التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٧- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم.

٨- تختلف درجة مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

الإطار النظري للدراسة: (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

يُقصد بالاعتماد على وسائل الإعلام درجة أهمية وسيلة معينة للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة على الساحة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها، فقد يقضي الفرد فترة

طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر لمعلوماته، فالاستخدام يعني معدل المتابعة أما الاعتماد فيعني درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله(٢).

وتهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية ومباشرة (نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام) وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما (نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام)(٣).

فالفكرة الرئيسية لهذه النظرية تكمن في أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام رغبة منهم في إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم، ومن هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم(٤).

وفي هذا الإطار تتمثل الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام للأفراد الذين يعتمدون عليها في: إزالة الغموض Ambiguity أو عدم التيقن Uncertainly، وتشكيل الاتجاهات، ووضع أجندة الجماهير Agenda setting، وشرح نظام المعتقدات الخاص بالجمهور، وأخيراً توضيح القيم السائدة في المجتمع(٥).

وقد أكد الباحثان "ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش" أن اعتماد الجمهور على نظام وسائل الإعلام يكون بهدف تحقيق ثلاثة دوافع رئيسية تتمثل في: الفهم (الذاتي/الاجتماعي)، والتوجيه (الفعل/التفاعل)، والتسلية (الانفرادية/الاجتماعية)، ويمكن إدراك الاعتماد من خلال ثلاثة أبعاد عامة (الفهم، التوجيه، التسلية)(٦).

فروض النظرية:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الفرض الأساسي التالي: تزداد قدرة رسائل الوسائل الاتصالية في تحقيق مدى واسع من التأثيرات المعرفية، والعاطفية، والسلوكية عندما توفر أنظمة الوسائل الجماهيرية معلومات متميزة وأساسية، وستزداد هذه القدرة عندما يكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، كما تفترض النظرية أن التأثير الخاص بتغيير ظروف المتلقين المعرفية والعاطفية والسلوكية يمكن أن يرتد بدوره لإحداث تغيير في كل من المجتمع والوسائل الجماهيرية(٧).

الاعتماد على وسائل الاتصال الحديثة في نظرية الاعتماد:

يعتبر تفسير "ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش" لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي، حيث إنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعامتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبي حاجاته وتحقق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف(٨).

وفي ظل ثورة المعلومات وتوافر المعلومة بسهولة ويسر عن طريق وسائل الاتصال بشكل عام، وشبكة المعلومات الدولية بشكل خاص، أصبحت النظرة إلى الاعتماد بين كل من الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع مختلفة إلى حد ما نتيجة لتوافر المعلومات، وسقوط بعض الحواجز التي كانت أمام المتلقي، وتعقد المجتمعات، وحاجتها إلى النقدية الرقمية لتحقيق أهداف المجتمع في جميع المجالات، حيث أتاحت شبكة الإنترنت علاقات اعتماد جديدة سمحت للمستخدمين المستهلكين لمحتواها بحرية التفاعل مع الآخرين، وكذلك خلق ونشر المعلومات من خلالها، وبذلك أصبح مستخدمو الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية هم منتجي المحتوى الإعلامي في نفس الوقت(٩).

بالإضافة إلى أن مستخدمي الإنترنت بإمكانهم التأثير على الحوار والنقاش من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال محاولة الترويج لقضية ما، أو إثارة نقاش حولها، بالإضافة إلى وجود عدد لا نهاية له من مصادر المعلومات الموجودة على الإنترنت، مما يؤكد على تغير مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من اعتماد إلى اعتماد ومشاركة(١٠).

لذلك يرى البعض أن الانفجار المعرفي أدى إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام، ومن ثم زيادة الآثار المترتبة على ذلك، حيث يرى "محمد عبد الحميد" أن الأهداف المعرفية التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، ويعتمد فيها على وسائل الإعلام تعتبر كلها وظائف للاتصال الرقمي، ويحققها نظام المعلومات الذي يتميز به هذا النظام، كما تختلف التأثيرات التي يحدثها الاعتماد باختلاف الأهداف والحاجات، وتتصدر التأثيرات المعرفية المجالات الأخرى، خاصة أن وفرة المعلومات تجعل المستخدم يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفاية المعلومات، والغموض الناتج عن ذلك، وتسهم هذه الوفرة في الإدراك الكامل للأحداث، وتفسيراتها والمعاني الكامنة وراءها، وكذلك التأثيرات الوجدانية يمكن أن تتبلور خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في الفئة الواحدة على مواقع الشبكة أو الاتصال بغيرهم، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر الخوف والقلق والمقاومة، خصوصاً بين الفئات الواحدة التي تجمعها خصائص وحاجات مشتركة مثل الجماعات ذات المصلحة المشتركة والأقليات(١١).

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة معينة، أو موقف يغلب عليه صفة التحديد(١٢)، ولا تقف عند مجرد جمع البيانات والحقائق بل وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها وتحديدها بالصورة التي هي عليها كماً وكيفاً بهدف الوصول إلى نتائج نهائية يمكن تعميمها(١٣).

منهج الدراسة:

استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وخاصة البحوث الوصفية(١٤)، كما أنه يعد أكثر المناهج العلمية ملائمة لرصد وتوصيف وتفسير موضوع الدراسة وتحقيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها والتحقق من مدى ثبوت فروضها من عدمه.

ويعتمد منهج المسح في جمع البيانات وتحليلها على المقابلات أو الاستبيانات المقننة من أجل الحصول على معلومات من أعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق جماعة ممثلة لهم(١٥)، ومن ثم قام الباحث بإجراء مسح عينة من الشباب الجامعي المصري من خلال استمارة استبيان للوقوف على

رأي الشباب الجامعي واتجاهاته نحو مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند اعتمادهم عليها في متابعة الأحداث الجارية.

تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تم تحديد مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، على اعتبار أن الشباب وخاصة الشباب الجامعي هم الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي حسب ما أكدته نتائج العديد من البحوث والدراسات الإعلامية.

وتم تطبيق أسلوب العينة الحصصية في اختيار مفردات عينة الدراسة التي بلغ حجمها ٤٥٠ طالباً جامعياً، موزعة بالتساوي بين الجامعات المصرية الحكومية والخاصة وجامعة الأزهر بمقدار ١٥٠ طالباً من كل جامعة، ومن خلال الاختيار العشوائي تم اختيار كليتان من كل جامعة إحداهما نظرية والأخرى عملية، بالتطبيق على ٧٥ طالب من كل كلية، وبالتساوي بين الذكور والإناث داخل كل كلية، وهذه الجامعات والكليات كما يلي:

١- الجامعات الحكومية: جامعة القاهرة، كلية التجارة وكلية الهندسة.

٢- الجامعات الخاصة: جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب، كلية الإعلام وكلية الصيدلة.

٣- جامعة الأزهر بالقاهرة: كلية الشريعة والقانون وكلية الزراعة.

ويعرض الجدول التالي خصائص وتوزيع عينة الدراسة.

جدول رقم (١) يوضح خصائص عينة الدراسة

الخصائص				إجمالي	
				ك	%
النوع			ذكور	٢٢٥	٥٠
			إناث	٢٢٥	٥٠
			جملة	٤٥٠	١٠٠
الجامعة والكلية	الأزهر	شريعة وقانون	٧٥	١٥٠	٣٣,٣
		الزراعة	٧٥		
	القاهرة	التجارة	٧٥	١٥٠	٣٣,٣

		الهندسة	٧٥		
	أكتوبر MSA	الإعلام	٧٥	١٥٠	٣٣,٣
		الصيدلة	٧٥		
	جملة		٤٥٠		١٠٠
نوع الدراسة	عملية		٢٢٥		٥٠
	نظرية		٢٢٥		٥٠
	جملة		٤٥٠		١٠٠
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض		٧٨		١٧,٣
	متوسط		٢١٦		٤٨
	مرتفع		١٥٦		٣٤,٧
	جملة		٤٥٠		١٠٠

أداة جمع البيانات:

قام الباحث بتصميم صحيفة استقصاء كأداة لجمع بيانات الدراسة من خلال تطبيقها على المبحوثين عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي، لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار صحة فروضها.

تتضمن صحيفة الاستقصاء عدداً من المقاييس لمتغيرات الدراسة مثل: مقياس أبعاد الاعتماد على المضامين الخبرية لمواقع التواصل الاجتماعي (كثافة الاعتماد- أهداف الاعتماد- تأثيرات الاعتماد)، ومقياس الاهتمام بمتابعة الأحداث الجارية، ومقياس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية، ومقياس المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين من الشباب الجامعي.

اختبار الصدق والثبات:

أ- اختبار الصدق:

تم تطبيق اختبار الصدق على استمارة الاستبيان عن طريق مراجعة أسئلة الاستبيان مراجعة دقيقة للتأكد من تضمينها بالاستجابات التي سعت الدراسة إلى تحقيقها وصياغتها على نحو مفهوم من المبحوثين، كما تم مراعاة الترتيب المنطقي لتلك الأسئلة.

بالإضافة إلى أنه تم الاستفادة من آراء وملاحظات أساتذة الإعلام ومناهج البحث العلمي الذين عرضت عليهم الاستمارة لتحكيمها(*)، وقام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظات وتوجيهات السادة المحكمين، بحيث أصبح هناك اتفاق على أن الاستمارة صالحة لقياس ما صممت لقياسه.

ب- اختبار الثبات:

للتأكد من ثبات استمارة الاستبيان، قام الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة فرعية من عينة الدراسة الميدانية قوامها ١٠% من العينة (٤٥ مفردة)، تم اختيار باحث آخر(*) لتطبيق نفس استمارة الاستبيان على عينة فرعية أخرى من عينة الدراسة مساوية للعينة السابقة، ثم تفريغ البيانات وحساب درجة معامل الثبات بين نتائج الاختبارين.

وقد تم تطبيق معادلة هولستي Holsti لحساب معامل الثبات.

$$\text{معامل الثبات} = \frac{٢ \text{ ت}}{\text{ن١} + \text{ن٢}}$$ حيث أن:

(*) السادة المحكمين (الترتيب هجائي):

١- أ.د/ أسما حسين حافظ: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام الأسبق-كلية الآداب – جامعة الزقازيق.

٢- أ.د/ شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام لشئون البيئة وخدمة المجتمع – جامعة القاهرة.

٣- أ.د/ محمد محمد البادي: أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون البيئة وخدمة المجتمع – جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب.

٤- أ.د/ محمود سليمان علم الدين: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام لشئون الدراسات العليا والبحوث السابق- جامعة القاهرة.

٥- أ.د/ مها كامل الطرابيشي: أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب – جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب.

٦- أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري: أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام -كلية البنات – جامعة عين شمس.

ت = عدد الحالات التي يتفق عليها المرمزان (الباحثان).

ن١ = عدد الحالات التي رمزها المرمز (١). ن٢ = عدد الحالات التي رمزها المرمز (٢).

إذاً معامل الثبات = $\frac{٢ \times ٤٣}{٤٥ + ٤٥} = \frac{٨٦}{٩٠} =$ ٠,٩٥٥

بلغت قيمة معامل الثبات في التحليل ٠,٩٥٥ أي أن نسبة الاتفاق بين الترميز الأول والترميز الثاني ٩٥,٥% وهي قيمة عالية تدل على ثبات المقياس وصلاحيته للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

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

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا^{٢} (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث إلى محورين هما:

المحور الأول: الدراسات التي تدور حول الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تداول ونشر المعلومات والأخبار.

المحور الثاني: يتعلق بالدراسات التي تدور حول مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الأول: الدراسات التي تدور حول الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تداول ونشر المعلومات والأخبار:

١- دراسة: منى أحمد مصطفى (٢٠١٤) بعنوان: دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي(١٦):

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي.

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعات الزقازيق وسوهاج وعين شمس وأكاديمية أخبار اليوم بواقع ١٠٠ مفردة لكل جامعة، كما قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية لصفحتي (كلنا خالد سعيد والصفحة الرسمية لفضايح الحرامية) في الفترة من مايو ٢٠١٣- يوليو ٢٠١٣.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- جاءت قضايا الفساد السياسي في مقدمة قضايا الفساد التي تناولتها صفحتي الدراسة بنسبة ٣٣,٦%، وكان البحث والتحقيق في مقدمة أهداف نشر قضايا الفساد بنسبة ٢٨,١%.
- جاء الخبر في مقدمة القوالب الإعلامية التي نشرت بها القضايا بنسبة ٢٤,٨%.
- جاء موقع الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في الحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية بمتوسط ٣,٨١.

٢- دراسة: أحمد عادل عبد الفتاح (٢٠١٣) بعنوان: التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي(١٧):

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل العلاقة بين استخدامات الشباب المصري لأدوات التفاعلية المقدمة بالمواقع الصحفية الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية لمعرفة كيف يغير استخدام الشباب لتلك الأدوات في مستويات تفاعلهم الاجتماعي والسياسي.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وارتكزت على منهج المسح الإعلامي حيث اعتمد الباحث على أسلوب المسح بالعينة والأسلوب المقارن وكذا أسلوب دراسة العلاقات المتبادلة.

قام الباحث بتطبيق استمارة تحليل الشكل لتحليل ورصد جميع عناصر وآليات وأدوات التفاعلية المقدمة بالمواقع الإلكترونية الصحفية والمتمثلة في صحيفة اليوم السابع والمصري اليوم، وكذا المواقع الاجتماعية والمتمثلة في الفيس بوك واليوتيوب وذلك لمدة شهر كامل في الفترة من ٢٠١٢/٦/١ حتى ٢٠١٢/٦/٣١ بالارتكاز على واجهات المواقع وبعض الصفحات الداخلية.

كما قام الباحث بتطبيق استمارة استبيان على عينة حصصية من الشباب المصري (١٨- ٣٥ عام) ممن يستخدمون الإنترنت قوامها ٤٠٠ مفردة في محافظات القاهرة والدقهلية والمنيا وبورسعيد باعتبارها ممثلة لقطاعات ومحافظات جمهورية مصر العربية بما يساعد على استخلاص نتائج يمكن تعميمها.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تفوق مواقع الشبكات الاجتماعية على المواقع الصحفية الإلكترونية من حيث استخدامها للغات البرمجة، واعتمادها على محركات البحث وأنواعها ومواقعها المختلفة، واستخدام اللغات الحية واعتمادها على الوسائط المتعددة بأنواعها المختلفة، وطرق وآليات الوصول للموقع، ودعم سهولة الحصول على المعلومات المتنوعة، ومتوسط التفاعلية، ومتوسط أبعاد ثراء الوسيلة.
- تفوق المواقع الصحفية الإلكترونية على مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث الاعتماد على خريطة الموقع وأبوابها وأماكن وضعها على الصفحة والاعتماد على أنواعها مختلفة

من القوائم بما يشجع المستخدم على توسيع نطاق اختياراته في قراءة الموضوعات المتنوعة، واعتمادها على تقديم معلوماتها عبر الطرق اللاسلكية المختلفة.

- أشار ٨٦,٨% من إجمالي أفراد العينة إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية من أبرز المواقع التي يتصفحونها، بينما جاءت المواقع الصحفية في المرتبة الثانية بنسبة ٧٧,٣%.
- جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات والأحداث السياسية التي يفضل الشباب المصري عينة الدراسة قراءاتها بالمواقع الصحفية الإلكترونية بنسبة ٨٨,٨%، وكذا مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة ٨٣%.
- إن من أهم أشكال وآليات التفاعلية التي توظفها المواقع الصحفية الإلكترونية لتحفيز المستخدمين على التفاعل والمشاركة هي استقبال وإرسال نشرات عبر البريد الإلكتروني من وإلى الموقع بمتوسط ٢,٣٥، أما بالنسبة لمواقع الشبكات الاجتماعية فقد جاءت دعوة الجمهور للمشاركة والنقاش والحوار بمتوسط ٢,٧٤.
- تفوقت مواقع الشبكات الاجتماعية على المواقع الصحفية الإلكترونية من حيث ما تتمتع به من قدرات وإمكانات وأدوات تحدد مدى ثراء تلك المواقع وتحقيق الحضور الاجتماعي.

٣- دراسة: أسامة محمد مكية (٢٠١٣) بعنوان: دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري- دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي[١٨]:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي السوري.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل مضمون عينة من الصفحات الإخبارية على موقع الفيس بوك (شبكة منقول الإخبارية- سوريا الآن- الإخبارية السورية- أخبار الشام- الأخبار العاجلة لجميع المناطق السورية) طوال شهر يونيو ٢٠١٣، وأجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي السوري عن طريق البريد الإلكتروني.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- جاء الخبر في مقدمة القوالب المستخدمة في الصفحات الإخبارية على موقع الفيس بوك بنسبة ٣٨,٦%، واحتلت المعارك العسكرية النسبيءؤر٦٦فقة الأكبر بين المواضيع السياسية المنشورة حيث كانت نسبتها ٤٤%.
- جاء هدف الحصول على معلومات متنوعة عن القضايا السياسية والاجتماعية في مقدمة أهداف الاشتراك في موقع الفيس بوك بنسبة ١٥%، وحظيت قضية الأزمة السورية بالنسبة الأكبر من اهتمام المبحوثين بنسبة ٧٣%، وجاءت الأخبار السياسية التي تدور حول سوريا أكثر القضايا متابعة من قبل المبحوثين على موقع الفيس بوك بنسبة ٢٦% من إجمالي إجابات المبحوثين.

٤- دراسة: عبد الكريم صالح باحاج (٢٠١٣) بعنوان: استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي[١٩]:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بواسطة استمارة استقصاء لمسح عينة من الشباب العربي قوامها ٢٣٠ مفردة في عدد عشر دول عربية هي: السعودية ومصر واليمن والكويت وفلسطين وعمان والعراق وسوريا وليبيا والصومال.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- تفاوت أسباب استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ما بين أسباب شخصية أو مجتمعية إلى أسباب تتصل بالحريات وأخرى تتصل بالمعلومات أو أسباب ترفيهية.
- جاء دافع معرفة الأخبار حول القضايا العامة في مقدمة الدوافع التي تكمن وراء استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- جاء دافع "ملء وقت الفراغ" في مقدمة الإشباعات التي تحققت للمبحوثين من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

٥- دراسة: علي محمد مثنى (٢٠١٣) بعنوان: دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني[٢٠]:

تهدف الدراسة إلى معرفة حدود الدور الذي تقوم به مواقع الشبكات الاجتماعية في عملية تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب اليمني الجامعي.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الاستكشافية ويعتمد البحث على منهج المسح بالعينة، من خلال استخدام صحيفة الاستقصاء على عينة متعددة المراحل قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي اليمني.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- جاء الفيس بوك في مقدمة مواقع الشبكات الاجتماعية (٨٥,٣%) التي يعتمد عليها عينة الدراسة في استقاء الأخبار والمعلومات حول الأوضاع والأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية (دوافع نفعية) (٥٩,٣%).
- جاءت القضايا السياسية في مقدمة القضايا المختلفة التي يحرص مستخدمي موقع الشبكات الاجتماعية على متابعتها والتفاعل معها بنسبة ٥٨,٧%.
- جاءت التأثيرات السلوكية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على فيس بوك ومنها المشاركة في الاعتصامات والمظاهرات والتصويت في الانتخابات الرئاسية المبكرة بوزن نسبي ٧١,٣% و٦٣,٧%.

٦- دراسة: سماح محمد محمدي (٢٠١٢) بعنوان: اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية: دراسة ميدانية بالتطبيق على الجولة الأولى من الانتخابات[٢١]:

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب الجامعي- عينة الدراسة- على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أثناء الجولة الأولى من الانتخابات الرئاسية المصرية مايو/يونيه ٢٠١٢.

استخدمت الباحثة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية لعينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعي بجامعتي القاهرة و٦ أكتوبر.

وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع كثافة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية لكنه لم يكن مصدرهم الأساسي للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية المصرية، وأرجع المبحوثون ذلك إلى ثبوت عدم صحة الكثير من الأخبار المنشورة على الفيسبوك ووجود ذاتية

عالية والانخفاض للموضوعية فيما ينشره الغير على الموقع فالجميع يكتب بدون مهنية أو مراعاة للمصداقية، وجاء هدف متابعة الأحداث الجارية في المجتمع في مقدمة أهداف اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية.

٧- دراسة: نها نبيل محمود (٢٠١٢) بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١- دراسة تحليلية ميدانية(٢٢):

تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي بالإنترنت في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استمارة تحليل المضمون في تحليل عينة الدراسة التحليلية التي بلغت ٦٢٣ مقطع فيديو من المقاطع السياسية التي يشاهدها الشباب المصري في موقع يوتيوب، وقامت بتحليل صفحة كلنا خالد سعيد في الفترة ٢٠١٠/١٢/١ إلى ٢٠١١/٢/٢٨، وأيضاً قامت بتحليل الصفحات الشخصية للشباب المصري في موقع الفيس بوك (عينة الدراسة الاستطلاعية)، كما اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان في دراستها الميدانية، والتي طبقتها على عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الكليات النظرية والعملية بجامعات القاهرة والمنصورة والأزهر و٦ أكتوبر.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن نسبة ٦٥,٨% من أفراد العينة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائماً.
- جاءت مقاطع الفيديو ذات الطابع السياسي في مقدمة المقاطع الشخصية.
- أن نسبة ٥١% من أفراد العينة يروا أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور إلى حد ما في مساعدتهم في اتخاذ قرار بالمشاركة في أحداث الثورة.
- أن نسبة ٥٠,٥% من أفراد العينة اعتمد بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات أثناء الثورة.

٨- دراسة: أحمد فاروق رضوان (٢٠١٢) بعنوان: اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١(٢٣):

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتوصيف طبيعة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن الاعتماد على هذه الوسائل كمصدر للمعلومات والأخبار الخاصة بالثورة.

وخلصت نتائج الدراسة إلى تحقق العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام أثناء الثورة فعلى مستوى التأثيرات المعرفية استطاعت وسائل الإعلام أن تقدم معلومات وتفسيرات للعديد من أحداث الثورة والأحداث التي سبقتها وأدت إلى حدوثها، كما استطاعت أن تعرض وجهات نظر وآراء متنوعة، وعلى مستوى التأثيرات الوجدانية استطاعت وسائل الإعلام أن تشعر أفراد العينة أنهم يساهمون في الحوارات والنقاشات الخاصة بمستقبل الدولة، وعلى مستوى التأثيرات السلوكية ذكر أفراد العينة أن وسائل الإعلام دفعتهم للمشاركة في نقاشات وحوارات حول الثورة واتخاذهم لقرار المشاركة في التصويت سواء في الاستفتاء على التعديلات الدستورية أو الاقتناع بالمشاركة في الانتخابات التشريعية والرئاسية.

ومن النتائج الأخرى أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة مواقع الإنترنت التي تابع الجمهور من خلالها أحداث الثورة، وجاءت الفورية والتفاعلية في مقدمة أسباب استخدامهم هذه المواقع أثناء الثورة.

٩- دراسة: ماجدة مراد (٢٠١٢) بعنوان: تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم الوعي السياسي لدى الشباب المصري الجامعي[٢٤]:

استهدفت الدراسة دراسة ورصد علاقة تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدعم الوعي السياسي لدى الشباب المصري الجامعي.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث استخدمت الباحثة منهج المسح واعتمدت على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من عينة حصصية مكونة من ٣٦٠ مفردة من الشباب الجامعي في ٦ جامعات مصرية (القاهرة، عين شمس، طنطا، الإسكندرية، أسيوط، جنوب الوادي).

وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت للشباب أن يتعرض لمصادر غير تقليدية للأفكار والمعلومات، وأن يتبادل الآراء في إطار مشترك يجمع بين أصدقاء العالم الافتراضي مما ساهم في دعم الوعي السياسي لديهم.

١٠- دراسة: أحمد حسين محمدين (٢٠١٢) بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الأحداث السياسية في مصر- دراسة حالة على الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢[٢٥]:

تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٢ ودورها في تعميق الوعي السياسي لدى الرأي العام.

استخدم الباحث في هذه الدراسة منهجي المسح ودراسة الحالة، وقام بتطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعة.

وخلصت الدراسة إلى أن غالبية عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي (٧١,١%)، وخاصة موقع الفيس بوك (٨٧,٣%)، لأنها تناقش قضاياهم ومشكلاتهم بصورة قوية (٥٠,٩%)، وتنقل الأخبار لحظة بلحظة (٤٦,٨%)، بالإضافة إلى ثقة المبحوثين في المعلومات والأخبار التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي عن الانتخابات الرئاسية (٧١,٧%).

١١- دراسة: Chang V. & Zhu. D (٢٠١١) بعنوان: فهم الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الصين- مقارنة بين ما قبل وما بعد الاعتماد[٢٦]:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي قبل وبعد الاعتماد على أساس نظرية السلوك المخطط لها، واستخدام الباحثان منهج المقارنة باستخدام استمارة استبيان على مستخدمي الإنترنت في الصين.

أوضحت نتائج الدراسة أنه بعد الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي يحدث تأثير كبير على دوافع التواصل مع الأصدقاء والحصول على المعلومات المفيدة والتسلية.

١٢- دراسة: Julie Wiest & Nahed Eltantawy (٢٠١١) بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي والثورة المصرية من خلال إعادة النظر في نظرية الحشد[٢٧]:

استهدفت الدراسة دراسة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لحشد وتجميع الجماهير أثناء الثورة المصرية من خلال إعادة النظر في نظرية الحشد.

وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت الناشطين سياسياً إلى التمهيد للثورة، وإمداد الجماهير بالمعلومات ونشرها، وأسهمت بنجاح في التنظيم والتخطيط لأحداث الثورة

وفي دعم الهوية الجمعية للمصريين عبر العالم مما أعطى مثالاً للحركات المجتمعية في كيفية تحقيق أهدافها.

١٣- دراسة: أسماء مسعد عبد المجيد (٢٠١١) بعنوان: اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية- دراسة مسحية[٢٨]:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على ملفات الفيديو على شبكة الإنترنت في متابعة الأحداث والأخبار المحلية داخل مصر وتأثيرات هذه المتابعة عليهم، ومعرفة طبيعة المضمون المعروض في هذه الملفات الخاصة بأحداث الفتنة الطائفية في أقسام الشرطة المصرية وإضراب ٦ أبريل والتحرش الجنسي.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح الإعلامي، كما استخدمت الباحثة أسلوب البحث في دراسة ملفات الفيديو على مواقع يوتيوب وياهو وجوجل التي تناولت أحداث الشغب في المحلة والفتنة الطائفية والتحرش الجنسي والتعذيب داخل أقسام الشرطة خلال عام ٢٠٠٦، كما استخدمت استمارة استبيان على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب ما بين عامي (٢٠- ٤٠) على أن تكون من بين مستخدمي الإنترنت بمحافظة القاهرة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- جاءت الدروس الدينية والعظات أكثر المضامين تفضيلاً من جانب الجمهور.
- لم يظهر التوازن في عرض وجهتي النظر، حيث غلبت وجهة النظر المعارضة، وذلك لعدم قدرة الجمهور عرض وجهة نظرهم في الإعلام الرسمي أو الخاص بكامل الحرية.
- كانت قيمة العنف الأكثر ظهوراً في ملفات الدراسة التي تتعرض للأحداث المختلفة.

المحور الثاني: الدراسات التي تدور حول مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي:

١) دراسة: داليا إبراهيم الدسوقي (٢٠١٤) بعنوان: التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية[٢٩]:

تهدف الدراسة إلى معرفة إجراءات التماس المعلومات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة تلك الإجراءات بمستوى مصداقية المضامين لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الباحثة على منهج المسح من خلال تطبيق استمارة استبيان على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مفردة من دارسي الإعلام التربوي بجامعتي القاهرة ودمياط بواقع ١٠٠ مفردة لكل منهما.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- تعتمد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بمستوى مرتفع بنسبة ٨١,٥%، وأهمها موقع الفيس بوك بمتوسط ٣,٧٢، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح تبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين في المرتبة الأولى بمتوسط ٢,٩١.
- يثق المبحوثون في مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأخبار السياسية بدرجة متوسطة وبنسبة ٧٠,٥%، وذلك لأنها تقدم أدلة كافية خاصة بالخبر أو الحدث في المرتبة الأولى بنسبة ٦٢,٦%.

٢) دراسة: **Axel Westerwick** (٢٠١٣) بعنوان: تأثير المصدر وتصميم مواقع الإنترنت وتطور محركات البحث على مصداقية معلومات الإنترنت(٣٠):

تهدف الدراسة إلى دراسة تأثير كلاً من مصداقية المصدر ودرجة الثقة فيه وجاذبية تصميم مواقع الإنترنت، وتطور محركات البحث على مصداقية معلومات الإنترنت.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن مصداقية المصدر ودرجة الثقة فيه تؤثر على تقييم معلومات الإنترنت، في حين أن المواقع الأكثر جاذبية في التصميم لا يمكن أن تعوض عن انخفاض مصداقية المصدر، بالإضافة إلى أن تطور محركات البحث تزيد من مصداقية المصدر وبالتالي تؤثر على مصداقية المعلومات بشكل غير مباشر.

٣) دراسة: **Austin Lucinda, et al.,** (٢٠١٢) بعنوان: كيف تسعى الجماهير إلى استخدام وسائل الإعلام خلال الأزمات باستخدام نموذج التواصل الاجتماعي(٣١):

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح كيفية بحث الجماهير عن المعلومات في وسائل الإعلام الاجتماعية والتقليدية، وما العوامل المؤثرة على استخدام وسائل الإعلام أثناء الأزمات، باستخدام نموذج التواصل الاجتماعي خلال الأزمات.

وخلصت الدراسة إلى أن الجماهير تستخدم وسائل الإعلام التقليدية خلال الأزمات لأغراض تعليمية، والتجربة تثبت مصداقية وسائل الإعلام التقليدية، وتستخدم وسائل الإعلام الاجتماعية

لمشاركة الأسرة والأصدقاء ومتابعة الأحداث الجارية بالمجتمع، كما تؤكد النتائج الحاجة إلى استخدام وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية وقت الأزمات.

٤) دراسة: نرمين نبيل الأزرق (٢٠١٢) بعنوان: الاستعانة بصحافة المواطن في مواقع الصحف المصرية بين تحقيق الحق في الاتصال وتطبيق أخلاقيات المهنة- دراسة لإشكاليات وضوابط اتخاذ القرار لدى القائم بالاتصال(٣٢):

تهدف الدراسة إلى رصد وتوصيف أهم الإشكاليات المهنية الأخلاقية التي تواجه القائم بالاتصال في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي واعتماده على المضامين التي ينتجها المواطنون وكذلك الآليات والضوابط التي يعتمد عليها بما يؤدي إلى تحقيق حق الجماهير في المعرفة والاتصال وبما يضمن في الوقت ذاته الالتزام بتطبيق القواعد الأخلاقية للمهنة ليتحقق الاستخدام الأمثل.

وأوضحت نتائج الدراسة أن أهم الإشكاليات الأخلاقية التي تقابل الصحفيين والتي ترتبط بالاستعانة بصحافة المواطن وما ينتجه المستخدمون من مضامين خبرية هي التوثيق الكاذب أو المتحيز أو المبني على الوصلات والروابط التي تتبع صفحات أو جهات مجهولة أو غامضة وبث الشائعات وحقوق الملكية الفكرية، وأوضح المبحوثون أن أهم ضوابط تنظيم الاستفادة من صحافة المواطن هو الابتعاد عن أي إساءة للمقدسات وللعقائد الدينية وعدم الاعتماد على المضامين غير القانونية التي تتضمن اتهامات مرسلة خاصة في حق الأفراد، ويتم ذلك من خلال الاعتماد على فريق عمل من الصحيفة لمراقبة تعليقات المواطنين والتأكد من رواياتهم حول حدث ما، والتأكد من الصور والفيديوهات التي ترسل إلى القائم بالاتصال.

٥) ورقة بحثية باسم جمعية الاتصال الدولي مقدمة في مؤتمرها السنوي (٢٠١١) بعنوان: وسائل الإعلام الاجتماعي كمصادر للأخبار: سرعة التحديثات ومصداقية المعلومات(٣٣):

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة وتحليل مدى مصداقية وسائل الإعلام الاجتماعي وخاصة (Twitter) كمصادر للأخبار.

ووجدت الدراسة أن هناك علاقة قوية ومباشرة بين سرعة تحديثات المعلومات والأخبار على صفحات وسائل الإعلام الاجتماعي ومدى مصداقية مصدر هذه الأخبار.

٦) دراسة: **Peter L. Pirolli et al.,** (٢٠١١) بعنوان: العثور على مصادر موثوق بها في الشبكات الاجتماعية على أساس المحتوى والبنية الاجتماعية(٣٤):

تهدف الدراسة إلى تحديد مختلف العوامل الظاهرة والضمنية التي تؤثر على مصداقية الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى تحديد مصادر المعلومات الموثوق بها في الشبكات الاجتماعية، وذلك من خلال دراسة محتوى الشبكات الاجتماعية وإجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية من مستخدمي الشبكات الاجتماعية (Twitter).

وخلصت الدراسة إلى أن كلاً من مصادر المعلومات وبنية الشبكات الاجتماعية تؤثر على مصداقية الشبكات الاجتماعية.

٧) دراسة: **Melita P. Kovacic et al.,** (٢٠١٠) بعنوان: مصداقية وسائل الإعلام التقليدية مقابل وسائل الإعلام الإلكترونية: تغير تاريخي في تصورات الصحفيين(٣٥):

تهدف هذه الدراسة إلى المقارنة بين مصداقية المعلومات المنشورة بالمواقع الإخبارية الإلكترونية والمعلومات المنشورة بوسائل الإعلام التقليدية.

وأجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة قوامها ١٠٦ مفردة من الصحفيين السلوفانيين لتقييم مصداقية كلاً من وسائل الإعلام التقليدية والمواقع الإلكترونية.

وأوضحت نتائج الدراسة أن معظم الصحفيين يروا أن وسائل الإعلام التقليدية أكثر مصداقية من المواقع الإلكترونية، وربما يرجع ذلك إلى عدم توافر إمكانات التطور التقني المستمر للمواقع الإلكترونية في سلوفينيا، بالإضافة إلى عدم وجود الكوادر المهنية من الصحفيين والفنيين القادرون على التعامل مع تكنولوجيا العصر.

بالإضافة إلى توافر رغبة لدى الصحفيين في الحفاظ على مهنتهم بشكلها التقليدي الذي اعتادوا عليه دون وجود رغبة لديهم في تطوير قدراتهم ومهاراتهم.

٨) دراسة: **Minjeong Kang** (٢٠١٠) بعنوان: قياس مصداقية وسائل الإعلام الاجتماعية: دراسة في قياس مصداقية المدونات(٣٦):

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة مصداقية المدونات لدى الجمهور من خلال التوصل إلى معايير محددة لقياس مصداقيتها.

وتوصلت الدراسة إلى أن المصداقية من أهم العوامل التي تزيد من مشاركة الجمهور وفعالية الاتصال في وسائل الإعلام الاجتماعية والرقمية، وصعوبة قياس مصداقية المدونات دون التوصل إلى

معايير موثوق بها لقياس المصداقية، بالإضافة إلى قيام الباحث بتحديد ١٤ معيار لقياس مصداقية المدونات.

٩) دراسة: **Thorson Kjerstin et al.,** (٢٠١٠) بعنوان: مصداقية المحتوى: كيف يؤثر مجتمع الإنترنت الافتراضي على مصداقية الأخبار(٣٧):

تهدف هذه الدراسة إلى التحقق من مصداقية الأخبار الإلكترونية من خلال دراسة مضمون النص الذي وردت فيه (المحتوى).

وخلصت الدراسة إلى أن مصداقية المقالات الصحفية المدونة إلكترونياً وخاصة التي تحقق مبدأ التفاعلية من خلال تعليقات القراء، بالإضافة إلى وجود علاقة قوية بين تصنيفات الخبر ومصداقيته، وأخيراً أكد الباحث على أن مصداقية محتوى الأخبار يمكن أن تحقق فوائد كثيرة لوكالات الأنباء أهمها متابعة الجمهور لها.

١٠)دراسة: **Jan Leach** (٢٠٠٩) بعنوان: تعظيم جسور الثقة بين الأخبار المطبوعة والرقمية(٣٨):

تركز الدراسة على ضرورة النظر في القضايا الخلافية والأخلاقية عند استخدام وسائل الإعلام الرقمية في الصحافة المطبوعة.

واستعرضت الدراسة وجهة نظر الصحفيين ووكالات الأنباء في النشر الصحفي عبر المواقع أو المدونات الشخصية، وعما إذا كانت ثقافة المواقع تشجع على العداء أم لا.

وخلصت الدراسة إلى ضرورة التركيز على الشفافية والمصداقية الصحفية ونشر الأخبار والمعلومات الموثوق في صحتها عبر وسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية.

١١)دراسة: **Cheung Ming** (٢٠٠٨) بعنوان: تأثير الإعلام الجديد على صياغة الرسائل المقنعة في التسويق المباشر(٣٩):

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير مصداقية وسائل الإعلام الجديدة على ترويج مبيعات التسويق المباشر.

أجرى الباحث دراسة تحليلية لعينة عشوائية من رسائل المبيعات عبر البريد الإلكتروني (١٦٠ رسالة) للمستفيدين من هونج كونج، بالإضافة إلى إجراء مقابلات متعمقة مع ١٦ خبير ومتخصص في مجال الاتصالات وترويج المبيعات.

وخلصت الدراسة إلى قيام الباحث بوضع نموذج مقترح يتناول دور وتأثير مضمون وشكل رسائل البريد الإلكتروني من ناحية، والمصداقية والإقناع من ناحية أخرى على ترويج المبيعات عبر التسويق الإلكتروني.

١٢) دراسة: **Wang Zuoming et al.,** (٢٠٠٨) بعنوان: تأثير مصداقية وتجانس المعلومات الصحية عبر الإنترنت- دراسة مقارنة بين المواقع الإلكترونية ومجموعات النقاش(٤٠):

تهدف الدراسة إلى توضيح الجهود المبذولة لتحسين مصداقية المعلومات الصحية على الإنترنت، وكيفية تقييم المستخدمين للاستفادة من المعلومات الصحية عبر المواقع الإلكترونية ومجموعات النقاش.

وخلصت الدراسة إلى أهمية توافر معياري التجانس والمصداقية في المعلومات المنشورة عبر المواقع الإلكترونية ومجموعات النقاش، مما يؤدي إلى إقتناع الجمهور بدرجة كبيرة.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

بعد استعراض الدراسات السابقة، نجد أن دراسات المحور الأول تناولت الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى فى تداول ونشر المعلومات والأخبار، والتعرف على دوافع المستخدمين لها وخاصة من فئة الشباب والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

ركزت بعض دراسات هذا المحور على دور مواقع التواصل الاجتماعى فى دعم الوعى السياسي لدى الشباب الجامعى وتوجيه الرأى العام نحو الأحداث السياسية، إلا أن هذه الدراسات لم تسلط الضوء بشكل كافٍ على الموضوعات الأخرى التى تتناولها مواقع التواصل الاجتماعى وتستحوذ على اهتمام المستخدمين مثل الموضوعات المتنوعة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والفنية..... الخ، كذلك ركزت بعض الدراسات الأخرى على التأثيرات السلبية الناتجة عن اعتماد الشباب المصرى على مواقع التواصل الاجتماعى، ولم تتعرض للتأثيرات الايجابية المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن هذا الاعتماد.

أما دراسات المحور الثانى التى تناولت مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى، نجد أن هناك ندرة فى الدراسات العربية تناولت مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى فى مقابل الدراسات الأجنبية، وإن كانت هذه الدراسات وقعت فى إشكالية كيفية قياس المصداقية، فهناك دراسات ركزت على

مصداقية المصدر ودرجة الثقة فيه فقط، أو مصداقية الرسالة فقط، أو العوامل المؤثرة على مصداقية هذه المواقع، أو مدى التزام هذه المواقع بأخلاقيات المهنة، وأخيراً الدراسات التى قارنت بين الوسائل التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعى.

إلا أن الباحث حاول فى هذه الدراسة بعد الرجوع إلى التراث النظرى والدراسات السابقة وضع معايير محددة لقياس درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى عند تناولها للأحداث الجارية على أن تشمل كافة جوانب العملية الاتصالية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على أوجه القصور وطرق معالجتها.

بعد استعراض الدراسات السابقة يتضح مدى الاستفادة التى أفاد بها الباحث فى دراسته الحالية من حيث صياغة المشكلة البحثية للدراسة وتحديد أهدافها وتساؤلاتها ووضع الفروض الملائمة لها فى ضوء فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، مع تحديد الاطار النظري المناسب للدراسة، وصياغة استمارة الاستبيان وتكوين مقاييس الدراسة، كما أفادت نتائج الدراسات السابقة فى تفسير نتائج الدراسة الحالية.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

١- كثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٢) يوضح كثافة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية

كثافة الاعتماد		الإجمالي		كا٢	الدلالة
		ك	%		
عدد الأيام	يوميا	٢٠٥	٤٥,٦	١٠٦,٤٠٩	د ح ٣
	من خمسة إلى ستة أيام	٧٣	١٦,٢		
	من ثلاثة إلى أربعة أيام	١٠١	٢٢,٤		٠,٠٠١
	من يوم إلى يومين	٧١	١٥,٨		
	الجملة	٤٥٠	١٠٠		

كثافة الاعتماد		الإجمالي		كا٢	الدلالة
		ك	%		
عدد الساعات	أقل من نصف ساعة	١٣٨	٣٠,٧	٤٢٣,٧٥٦	د ح ٤
	من نصف ساعة إلى أقل من ساعة	٢٤٠	٥٣,٣		
	من ساعة إلى أقل من ساعتين	٣٥	٧,٨		٠,٠٠١
	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	٢٥	٥,٦		
	أكثر من ثلاث ساعات	١٢	٢,٦		
	الجملة	٤٥٠	١٠٠		

أ- عدد الأيام التي يعتمد فيها أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية:

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٤٥,٦% من المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً في متابعة الأحداث الجارية، ويعتمد ٢٢,٤% من المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاثة إلى أربعة أيام في متابعة الأحداث الجارية، بينما يعتمد ١٦,٢% من المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعى من خمسة إلى ستة أيام في متابعة الأحداث الجارية، وأخيراً يعتمد ١٥,٨% من الشباب الجامعي عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي من يوم إلى يومين في متابعة الأحداث الجارية.

ويتضح من بيانات الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في عدد أيام الأسبوع التي يعتمدون فيها على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا٢ ١٠٦,٤٠٩ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، وهو ما يعني ارتفاع نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية يومياً.

ومن النتائج التي تؤكد ارتفاع معدل استخدام الشباب الجامعي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي عامة في مختلف المجالات أسبوعياً، ما توصل إليه "أحمد حسين محمدين" في دراسته، حيث وجد أن ٦٦,٥% من عينة الدراسة تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي يوميا(٤١)، وما توصلت إليه "داليا إبراهيم الدسوقي" في دراستها، أن ٧١% من عينة الدراسة من الشباب الجامعي

المصري يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة دائماً[٤٢]، كما تتفق مع ما توصلت إليه "منى أحمد مصطفى" في دراستها، أن نسبة ٦٠,٢% من أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك يومياً[٤٣].

ب- عدد الساعات التي يقضيها أفراد عينة الدراسة يومياً في متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي:

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٥٣,٣% من المبحوثين يقضون من نصف ساعة إلى أقل من ساعة يومياً في متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي، بينما ٣٠,٧% من المبحوثين يقضون أقل من نصف ساعة يومياً في متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي، في حين يقضي ٧,٨% من المبحوثين من ساعة إلى أقل من ساعتين يومياً في متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً يقضي ٢,٦% من المبحوثين أكثر من ثلاث ساعات في متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي.

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث المدة الزمنية التي يقضونها يومياً في متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا^2 ٤٢٣,٧٥٦ وهي دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١.

٢- الفترات التي تفضلها عينة الدراسة لمتابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣) يوضح الفترات التي تفضلها عينة الدراسة لمتابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي

الفترات	الإجمالي		كا٢	الدلالة د ح ٤
	ك	%		
الصباح	٣٦	٨	٤٧٣,٦٨٩	٠,٠٠١
الظهيرة	٢١	٤,٧		
المساء	٧٧	١٧,١		
السهرة	٤٥	١٠		

الفترات	الإجمالي		كا٢	الدلالة
	ك	%		د ح ٤
أكثر من فترة	٢٧١	٦٠,٢		
جملة	٤٥٠	١٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٦٠,٢% من أفراد العينة يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في أكثر من فترة، ونسبة ١٧,١% منهم يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في فترة المساء، ونسبة ١٠% منهم يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في فترة السهرة، ونسبة ٨% منهم يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في فترة الصباح، ونسبة ٤,٧% منهم يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في فترة الظهيرة.

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث الفترة الزمنية المفضلة لديهم لمتابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث وجد أن قيمة كا^{2} ٤٧٣,٦٨٩ وهي دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في أكثر من فترة.

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه "عائشة البوسميط" في دراستها، حيث أكد ٥٠% من عينة الدراسة أنه لا يوجد وقت محدد للتعرض للمواقع الاجتماعية(٤٤)، وقد يرجع ذلك إلى أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهاتف المحمول في الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أكدته دراسة "عائشة البوسميط" حيث يستخدم ٤٩% من أفراد عينة الدراسة الهاتف المحمول في الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي(٤٥).

٣- الأماكن التى تفضلها عينة الدراسة لمتابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤) يوضح الأماكن التى تفضلها عينة الدراسة لمتابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي

المكان	الإجمالي		كا٢	الدلالة د ح ٤
	ك	%		
المنزل	٢٣٣	٥١,٨	٣٢٠,٧٣٣	٠,٠٠١
عند الأصدقاء	٢٠	٤,٤		
الجامعة	٩٥	٢١,١		
مقاهي الانترنت	٣٦	٨		
أكثر من مكان	٦٦	١٤,٧		
جملة	٤٥٠	١٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ٥١,٨% من أفراد العينة يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في المنزل، في حين أن نسبة ٢١,١% منهم يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة، بينما يفضل ١٤,٧% منهم متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في أكثر من مكان، ويفضل ٨% منهم متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في مقاهي الإنترنت، وأخيراً يفضل ٤,٤% من أفراد العينة متابعة الأحداث الجارية عند الأصدقاء.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من حيث الأماكن التي يفضلوا فيها متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة كا^{2} ٣٢٠,٧٣٣ وهي دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يفضلوا متابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي في المنزل.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "عائشة البوسميط" في دراستها حيث جاء المنزل في مقدمة الأماكن التي تفضل عينة الدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيها بنسبة

٥١%[٤٦]، كما تتفق مع ما توصلا إليه "محمود يوسف محمد وغالب علي شطناوي" في دراستيهما، حيث يستخدم ٧٩,٥% من أفراد العينة الفيس بوك بالمنزل[٤٧].

٤- أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى تعتمد أفراد عينة الدراسة على مضامينها الخبرية في متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٥) يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى تعتمد أفراد عينة الدراسة على مضامينها الخبرية في متابعة الأحداث الجارية

مواقع التواصل الاجتماعى	الإجمالي ن=١٩٠		ترتيب	كا٢	الدلالة د ح ١
	ك	%			
موقع فيس بوك Face book	٣٢٧	٧٢,٧	١	٩٢,٤٨٠	٠,٠٠١
موقع تويتر Twitter	١٥٣	٣٤	٢	٤٦,٠٨٠	٠,٠٠١
موقع يوتيوب You tube	١٠٢	٢٢,٧	٤	١٣٤,٤٨٠	٠,٠٠١
موقع ماي سبيس My Space	٣٤	٧,٦	٦	٣٢٤,٢٧٨	٠,٠٠١
موقع مای نيوز My News	٤٠	٨,٩	٥	٣٠٤,٢٢٢	٠,٠٠١
موقع فليكر Flicker	٢٨	٦,٢	٨	٣٤٤,٩٦٩	٠,٠٠١
موقع هاى فايف Hi 5	٣٠	٦,٧	٧	٣٣٨,٠٠	٠,٠٠١
موقع انستجرام Instagram	١٢٩	٢٨,٧	٣	٨١,٩٢٠	٠,٠٠١
أخرى تذكر	٩	٢	٩	٤١٤,٧٢٠	٠,٠٠١

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن موقع فيس بوك Facebook جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة في متابعة الأحداث الجارية بنسبة ٧٢,٧%، وجاء موقع تويتر Twitter بنسبة ٣٤% وموقع انستجرام Instagram بنسبة ٢٨,٧%، وموقع يوتيوب You tube بنسبة ٢٢,٧%، يليه موقع ماي نيوز My News بنسبة ٨,٩%، وموقع هاي فايف Hi5 بنسبة ٦,٧%، وموقع فليكر Flicker بنسبة ٦,٢%، وأخيراً جاءت فئة أخرى

تذكر في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢%، حيث ذكر تسعة مبحوثون أنهم يتابعون الأحداث الجارية بموقع جوجل نيوز Google News.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من حيث مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا٢ دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

تتفق هذه النتائج مع نتائج أكثر من دراسة، منها ما توصلت إليه "داليا إبراهيم الدسوقي" حيث جاء الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات السياسية بمتوسط ٣,٧٢[٤٨]. وتتفق مع ما توصلت إليه "منى أحمد مصطفى" في دراستها، حيث جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها أفراد عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية بمتوسط ٣,٨١[٤٩]، كما تتفق مع ما توصل إليه "أحمد حسين محمدين" في دراسته حيث توصل إلى أن موقع الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى عينة الدراسة وذلك بنسبة ٨٦,٧%[٥٠]، وتتفق مع ما توصل إليه "أحمد فاروق رضوان" في دراسته أن الفيس بوك وتويتر جاءت في مقدمة مواقع الإنترنت التي تابع من خلالها أفراد العينة أحداث الثورة حيث جاء المتوسط الحسابي لقياس كثافة المتابعة ٢,٤٥[٥١]، وتتفق مع ما توصل إليه "ممدوح عبدالواحد محمد" في دراسته، حيث جاء موقع الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي بنسبة ٦٧,٥%[٥٢]، كما تتفق مع ما توصلت إليه "آمال كمال" حيث جاء الفيس بوك في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة ٦٦,٧% التي اعتمد عليها أفراد عينة الدراسة في الحصول على معلوماتهم عن الانتخابات البرلمانية المصرية[٥٣].

وقد يرجع اعتماد أفراد عينة الدراسة على موقع الفيس بوك بدرجة كبيرة في متابعة الأحداث الجارية، إلى وجود صفحات عليه للعديد من الصحف والقنوات الإذاعية والتليفزيونية والمواقع الإخبارية، وسهولة استخدام الفيس بوك، وإمكانية التواصل مع الآخرين عن طريق الرسائل النصية أو بالصوت والصورة، بالإضافة إلى سهولة التفاعل مع ما يتم نشره سواء بالتعليق أو النشر للمشاركة بحرية دون تهديد أو خوف.

٥- مدى اهتمام المبحوثون بمتابعة الموضوعات والقضايا بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٦) يوضح مدى اهتمام المبحوثون بمتابعة الموضوعات والقضايا بمواقع التواصل الاجتماعي ن=٤٥٠

درجة الاهتمام / الموضوعات والقضايا	كبيرة		متوسطة		منخفضة		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
موضوعات سياسية	١٧٧	٣٩,٣	١٤٦	٣٢,٤	١٢٧	٢٨,٢	٢,١١	متوسطة
موضوعات اقتصادية	٤٠	٨,٩	١٤١	٣١,٣	٢٦٩	٥٩,٨	١,٤٩	منخفضة
موضوعات ثقافية	٨٧	١٩,٣	١٥٦	٣٤,٧	٢٠٧	٤٦	١,٧٣	متوسطة
موضوعات اجتماعية	١٢٩	٢٨,٧	٢١٣	٤٧,٣	١٠٨	٢٤	٢,٠٥	متوسطة
موضوعات فنية	٢١٢	٤٧,١	١٥٤	٣٤,٢	٨٤	١٨,٧	٢,٢٨	متوسطة
موضوعات رياضية	١٣٥	٣٠	١٠٨	٢٤	٢٠٧	٤٦	١,٨٤	متوسطة
موضوعات متنوعة	٣٠٣	٦٧,٣	١١١	٢٤,٧	٣٦	٨	٢,٥٩	كبيرة

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الشباب المصري الجامعي يهتم بمتابعة الموضوعات المتنوعة بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة وبمتوسط ٢,٥٩، ويهتم بمتابعة الموضوعات الفنية بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة وبمتوسط ٢,٢٨، يليها الموضوعات السياسية بدرجة متوسطة وبمتوسط ٢,١١، ثم الموضوعات الاجتماعية بدرجة متوسطة وبمتوسط ٢,٠٥، والموضوعات الرياضية بدرجة متوسطة وبمتوسط ١,٨٤، ثم الموضوعات الثقافية بدرجة متوسطة وبمتوسط ١,٧٣، وأخيراً جاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة من حيث درجة اهتمام الشباب المصري الجامعي بمتابعتها بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث انخفضت درجة متابعتهم لها بمتوسط ١,٤٩.

جدير بالذكر أن هذه النتائج لم تتفق مع ما توصلت إليه "داليا إبراهيم الدسوقي" في دراستها، حيث جاءت الأخبار السياسية في مقدمة نوعية الأخبار التي تتابعها عينة الدراسة بمتوسط ٤,٢٧[٥٤].

٦- أفضل الأشكال الخبرية التى يمكن أن تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعى فى صياغة المضامين الخبرية عند تناولها للأحداث الجارية (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة):

جدول رقم (٧) يوضح أفضل الأشكال الخبرية التى يمكن أن تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعى فى صياغة المضامين الخبرية عند تناولها للأحداث الجارية (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة)

الأشكال الخبرية	الإجمالي		كا٢	الدلالة د ح ٢
	ك	%		
الخبر	٢٢٩	٥٠,٩	٦٤,١٧٣	٠,٠٠١
القصة الخبرية	١٢٢	٢٧,١		
التقارير الإخبارية	٩٩	٢٢		
جملة	٤٥٠	١٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٥٠,٩% من عينة الدراسة تفضل الخبر الصحفي في صياغة المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية، بينما يفضل نسبة ٢٧,١% من عينة الدراسة القصة الخبرية، وأخيراً يفضل نسبة ٢٢% من عينة الدراسة التقارير الإخبارية في صياغة المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية.

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأشكال الخبرية المفضلة لدى عينة الدراسة والتي يمكن أن تعتمد عليها مواقع التواصل الاجتماعي في صياغة مضامينها الخبرية عند تناولها للأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{٢} ٦٤,١٧٣ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

وقد يرجع تفضيل عينة الدراسة للخبر الصحفي في صياغة المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي، إلى قدرة الخبر الصحفي على توصيل الحقائق والمعلومات إلى الجمهور في أقل عدد من الكلمات وفي أسرع وقت ممكن، بما يحقق الفورية والسرعة والسبق الصحفي، مع ترك تفاصيل

الأحداث وتطوراتها إلى باقي الأشكال الخبرية، بالإضافة إلى عدم وجود الوقت الكافي لدى الشباب الجامعي للاطلاع على تفاصيل هذا الكم الهائل من الأخبار يومياً.

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه "منى أحمد مصطفى" في دراستها، حيث جاء الخبر في مقدمة القوالب الإعلامية التي نشرت بها قضايا الفساد الإعلامي والسياسي في الفيس بوك(٥٥).

٧- أكثر مصادر المعلومات مصداقية لدى أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (٨) يوضح أكثر مصادر المعلومات مصداقية لدى أفراد عينة الدراسة

مصادر المعلومات	الإجمالي		كا٢	الدلالة د ح ٦
	ك	%		
مصدر حكومي أو رسمي	٥١	١١,٣	١٥٧,٠٤٠	٠,٠٠١
مصدر سياسي	٤٨	١٠,٧		
مصدر شعبي	٤٥	١٠		
متخصص أو خبير	٤٨	١٠,٧		
شهود العيان	٨١	١٨		
وثائق ومحاضر اجتماعات	٢٧	٦		
أكثر من مصدر	١٥٠	٣٣,٣		
جملة	٤٥٠	١٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٣٣,٣% من أفراد عينة الدراسة يفضلوا الاطلاع على أكثر من مصدر للتحقق من صدق المعلومات والبيانات بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية، وجاء شهود العيان في المرتبة الثانية بنسبة ١٨%، ومصدر حكومي أو رسمي بنسبة ١١,٣%، يليه مصدر سياسي ومتخصص أو خبير بنسبة ١٠,٧% لكلٍ منهما، ومصدر شعبي بنسبة ١٠%، وأخيراً يرى نسبة ٦% من أفراد عينة الدراسة أن الوثائق ومحاضر الاجتماعات أكثر مصادر المعلومات مصداقية.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أكثر مصادر المعلومات مصداقية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، حيث كانت قيمة كا٢ ١٥٧,٠٤٠ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١,

٨- طبيعة مشاركة عينة الدراسة للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي التي تتناول الأحداث الجارية:

جدول رقم (٩) يوضح طبيعة مشاركة عينة الدراسة للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي التي تتناول الأحداث الجارية

طبيعة المشاركة	الإجمالي ن=٤٥٠		ترتيب	كا٢	الدلالة د ح ١
	ك	%			
مشاركة النص أو الصورة أو الفيديو مع الأصدقاء	٢١٠	٤٦,٧	٢	٢,٠٠٠	٠,١٥٧ غير دالة
التعليق على الخبر	٢٤٩	٥٥,٣	١	٥,١٢٠	٠,٠٥
المشاركة فى التصويت حول موضوع معين	١٣٢	٢٩,٣	٣	٧٦,٨٨٠	٠,٠٠١
عمل رابط بمعلومة أو خبر	٨١	١٨	٥	١٨٤,٣٢٠	٠,٠٠١
إضافة الموقع إلى قائمة المواقع المفضلة	١١٤	٢٥,٣	٤	١٠٩,٥٢٠	٠,٠٠١

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى قيام نسبة ٥٥,٣% من عينة الدراسة بمشاركة المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية بالتعليق على الخبر، يليه مشاركة النص أو الصورة أو الفيديو مع الأصدقاء بنسبة ٤٦,٧%، والمشاركة في التصويت حول موضوع معين بنسبة ٢٩,٣%، ثم إضافة الموقع إلى قائمة المواقع المفضلة بنسبة ٢٥,٣%، وأخيراً جاء عمل رابط بمعلومة أو خبر في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٨%.

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة مشاركة عينة الدراسة للمضامين الخبرية بمواقع التواصل عند تناولها للأحداث الجارية حيث كانت قيمة كا٢ دالة عند مستوى ٠,٠٠١، فيما عدا مشاركة النص أو الصورة أو الفيديو مع الأصدقاء، كانت كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

تختلف هذه النتائج جزئياً مع بعض الدراسات السابقة، ومنها ما توصل إليه "أحمد حسين محمدين" في دراسته حيث جاء إضافة أو حذف تطبيق يتناول السياسة في مقدمة أشكال مشاركة عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٨٢,١%، يليه التعليق على الخبر بنسبة ٧٨%[٥٦]، وتوصلت "منى أحمد مصطفى" في دراستها إلى أن الإعجاب بالمنشور الرئيسي (٢٠,٣%) ثم المشاركة على الصفحة الشخصية للعضو (١٩,٩%) جاء في مقدمة أشكال التعبير عن الرأي تجاه القضية المطروحة[٥٧]، وتوصل "أحمد فاروق رضوان" في دراسته إلى أن الدخول إلى روابط مرفقة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الترتيب الأول بين طبيعة مشاركة أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ٢,٢٤ [٥٨].

٩- أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (١٠) يوضح أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

أسباب الاعتماد	الإجمالي ن=٤٥٠		ترتيب	كا٢	الدلالة د ح ١
	ك	%			
السرعة والفورية فى نقل الأحداث	٢١٧	٤٨,٢	٣	٠,٥٦٩	٠,٤٥١ غير دالة
التحديث المستمر للمحتوى	٢١٩	٤٨,٧	٢	٠,٣٢٠	٠,٥٧٢ غير دالة
كمية الأخبار والمعلومات المتاحة بها أكثر مما تعرضه الوسائل الإعلامية الأخرى	١٣٨	٣٠,٧	٦	٦٧,٢٨٠	٠,٠٠١

أسباب الاعتماد	الإجمالي ن=٤٥٠		ترتيب	كا٢	الدلالة د ح ١
	ك	%			
سهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر.	١٥٠	٣٣,٣	٥	٥٠,٠٠	٠,٠٠١
وسيلة فعالة فى التغيير ومحاربة الفساد	١٩٣	٤٢,٩	٤	٩,١٠٢	٠,٠١
حرية التعبير عن الرأى دون خوف أو تهديد	٢٣٥	٥٢,٢	١	٠,٨٨٩	٠,٣٤٨ غير دالة

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن حرية التعبير عن الرأي دون خوف أو تهديد جاءت في مقدمة أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، وبنسبة ٥٢,٢%، وجاء التحديث المستمر للمحتوى في المرتبة الثانية بنسبة ٤٨,٧%، يليه السرعة والفورية في نقل الأحداث في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٨,٢%، ووسيلة فعالة في التغيير ومحاربة الفساد في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٢,٩%، ثم سهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر في المرتبة الخامسة بنسبة ٣٣,٣%، وأخيراً جاءت كمية الأخبار والمعلومات المتاحة بها أكثر مما تعرضه الوسائل الإعلامية الأخرى في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٠,٧%.

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ثلاثة من أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي وهي بالترتيب: حرية التعبير عن الرأي دون خوف أو تهديد، والتحديث المستمر للمحتوى، والسرعة والفورية في نقل الأحداث، حيث كانت قيمة كا^{2} دالة عند مستوى ٠,٠٥، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ثلاثة من أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي وهي بالترتيب: وسيلة فعالة في التغيير ومحاربة الفساد، وسهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر، وكمية الأخبار والمعلومات المتاحة بها أكثر مما تعرضه الوسائل الإعلامية الأخرى، حيث كانت قيمة كا^{2} دالة عند مستوى ٠,٠٠١، ٠,٠١.

وتؤكد هذه النتائج على أن مساحة الحرية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي أمام الشباب الجامعي لإبداء آرائه في أي قضية من قضايا المجتمع، تعد من أهم أسباب اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "داليا إبراهيم الدسوقي" في دراستها حيث يرى أفراد عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للمستخدم حرية التعبير عن رأيه حول الأخبار السياسية دون خوف أو تهديد بمتوسط ٢,٩١[٥٩].

إلا أن هذه النتائج لا تتفق مع ما توصلت إليه نتائج بعض الدراسات السابقة حيث توصلت "منى أحمد مصطفى" في دراستها أن أفراد عينة الدراسة يروا أن صفحات الفيس بوك تعرض وجهات النظر المتعددة دون تحيز في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٣[٦٠]، كما توصلت "عائشة البوسميط" في دراستها إلى أن ٩٠% من عينة الدراسة يروا أن مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بالسرعة في نقل الحدث وقت وقوعه[٦١]، وتوصل "أحمد حسين محمدين" في دراسته إلى أن نقل الأخبار لحظة بلحظة جاء في مقدمة أسباب متابعة عينة الدراسة للانتخابات الرئاسية بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٤٦,٨%[٦٢].

١٠- دوافع اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعى فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (١١) يوضح دوافع اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعى فى متابعة الأحداث الجارية

دوافع الاعتماد	الإجمالي ن=٤٥٠		ترتيب	كا٢	الدلالة د ح ١
	ك	%			
التعرف على مختلف الآراء فى القضايا والأحداث الجارية	٢٩٣	٦٥,١	١	٤١,١٠٢	٠,٠٠١
المشاركة فى إعداد المضامين الخبرية من خلال نشر الآراء والصور ومقاطع الفيديو والأخبار	٩٨	٢٢	٤	١٤١,١٢٠	٠,٠٠١
متابعة الأحداث والقضايا التى تشغل الرأى العام	٢٤٨	٥٥,١	٢	٤,٧٠٢	٠,٠٥
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	١١٩	٢٦,٤	٣	٩٩,٨٧٦	٠,٠٠١

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التعرف على مختلف الآراء في القضايا والأحداث الجارية جاء في مقدمة دوافع اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية بنسبة ٦٥,١% وجاء متابعة الأحداث والقضايا التي تشغل الرأي العام في المرتبة الثانية بنسبة ٥٥,١%، ثم جاء التسلية وقضاء أوقات الفراغ في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٦,٤%، وأخيراً جاء المشاركة في إعداد المضامين الخبرية من خلال نشر الآراء والصور ومقاطع الفيديو والأخبار في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة ٢٢%.

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية حيث كانت قيمة كا٢ دالة عند مستوى أقل من ٠,٠٥.

ونرى أن تغلب دافع التعرف على مختلف الآراء في القضايا والأحداث الجارية، إنما يعكس قدرة مواقع التواصل الاجتماعي ونجاحها في عرض أكثر من رأي أو وجهة نظر سواء كانت هذه الآراء تتفق أو تختلف حول قضية أو حدث ما.

تختلف هذه النتائج مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة حيث توصلت "عائشة البوسميط" في دراستها إلى أن نسبة ٩٢,٥% من عينة الدراسة أكدت على أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للجمهور المشاركة في إعداد المادة المنقولة عبر الموقع، كما أكدت نسبة ٦٦,٥% من عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح مشاركة الجمهور بالرأي(٦٣)، كما توصل "أحمد فاروق رضوان" في دراسته إلى أن إمكانية التفاعل مع المضمون الموجود على هذه المواقع سواء بالتعليق أو المشاركة بالنشر كان العامل الأساسي في إقبال أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الثورة بمتوسط ١,٦٠(٦٤)، وتوصلت "سماح محمد محمدي" في دراستها إلى أن المشاركة في إعداد المضامين الخبرية جاءت في مقدمة دوافع اعتماد الشباب الجامعي على الفيس بوك بنسبة ٨٩%(٦٥)، وتوصلت "عائشة البوسميط" في دراستها إلى أن ٧٥% من عينة الدراسة يروا أن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح عرض الرأي والرأي الآخر(٦٦)، كما توصل "أحمد حسين محمدين" في دراسته إلى أن دافع التسلية (مجرد تضييع الوقت) جاء في مقدمة دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بمتوسط حسابي ١,٧٢(٦٧).

١١- أهداف اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (١٢) يوضح أهداف اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

أهداف الاعتماد	الإجمالي ن=٤٥٠		ترتيب	كا٢	الدلالة د ح ١
	ك	%			
التعرف على المشكلات التى تواجهنى وكيفية التعامل معها بنجاح	١٩١	٤٢,٤	٢	١٠,٢٧٦	٠,٠٠١
الوقوف على ما يحدث فى المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور فى المستقبل	٢١٧	٤٨,٢	١	٠,٥٦٩	٠,٤٥١ غير دالة
التعبير عن الرأى فى القضايا والمشكلات التى تدور فى المجتمع	١٦٩	٣٧,٦	٣	٢٧,٨٧٦	٠,٠٠١
اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين	١٤٢	٣١,٦	٤	٦١,٢٣٦	٠,٠٠١
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	٨٧	١٩,٣	٦	١٦٩,٢٨٠	٠,٠٠١
تحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين	١٣٦	٣٠,٢	٥	٧٠,٤٠٩	٠,٠٠١

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الوقوف على ما يحدث في المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور في المستقبل جاء في مقدمة أهداف اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وبنسبة ٤٨,٢%، وجاء التعرف على المشكلات التي تواجهني وكيفية التعامل معها بنجاح في المرتبة الثانية

بنسبة ٤٢,٤%، يليه التعبير عن الرأي في القضايا والمشكلات التي تدور في المجتمع في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٧,٦%، ثم اكتساب مهارات اتصالية جديدة بشكل أفضل مع الآخرين في المرتبة الرابعة بنسبة ٣١,٦%، وجاء تحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين في المرتبة الخامسة بنسبة ٣٠,٢%، وأخيراً جاء التسلية وقضاء أوقات الفراغ في المرتبة الأخيرة بين أهداف اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية بنسبة ١٩,٣%.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهداف اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا٢ دالة إحصائيا عند مستوى ٠,٠٠١، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في هدف الوقوف على ما يحدث في المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور في المستقبل، حيث كانت قيمة كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

وبالرغم من وجود ثلاثة أهداف رئيسية لاعتماد الجمهور على أي وسيلة إعلامية وهي الفهم والتوجيه والتسلية، إلا أن بيانات الجدول السابق تشير إلى غلبة هدف الفهم بنوعيه الفهم الذاتي والفهم الاجتماعي، يليه هدف التوجيه بنوعيه توجيه الفعل وتوجيه التفاعل، في حين جاء هدف التسلية بنوعية التسلية الانعزالية والتسلية الاجتماعية في المرتبة الأخيرة من حيث أهداف الاعتماد على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة من نتائج، حيث توصلت "عائشة البوسميط" في دراستها إلى أن ٨٨% من عينة الدراسة يعتمدوا على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم و٨٠,٨% بشكل منتظم في التعبير عن آرائهم وأفكارهم بشأن قضايا تهمهم بشكل جدي من خلال صفحاتهم الخاصة، كما يستعين ٦٦% من عينة الدراسة بشكل دائم بمواقع التواصل الاجتماعي في التعرف والمتابعة للأحداث التي تدور في المجتمع(٦٨)، وتتفق مع ما توصلت إليه "سماح محمد محمدي" في دراستها حيث جاء هدف (الفهم الاجتماعي) أ- التعرف على ما يحدث في المجتمع وفهم الصراعات بين الجماعات المختلفة في المجتمع، ب- أن أظل متابعاً للأحداث، في مقدمة أهداف اعتماد الشباب الجامعي على الفيس بوك(٦٩)، وتوصل "أحمد حسين محمدين" في دراسته إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة أكدت على أنها تتصفح المواقع الاجتماعية

لأنها تناقش قضاياهم ومشكلاتهم بصورة قوية بنسبة ٥٠,٩%[٧٠]، إلا أن هذه النتائج تختلف مع ما توصلت إليه "داليا إبراهيم الدسوقي" في دراستها حيث جاء هدف تبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين في مقدمة أهداف تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط ٢,٩١[٧١].

١٢- التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعى فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (١٣) يوضح التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعى فى متابعة الأحداث الجارية

التأثيرات	الإجمالي ن=٤٥٠		ترتيب	كا٢	الدلالة د ح ١
	ك	%			
الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة	٢٩٤	٦٥,٣	١	٤٢,٣٢٠	٠,٠٠١
الإطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية	١٥٢	٣٣,٨	٣	٤٧,٣٦٩	٠,٠٠١
الشعور بالايجابية والفاعلية من خلال المساهمة فى الحوارات حول بعض الأحداث	١٢٧	٢٨,٢	٥	٨٥,٣٦٩	٠,٠٠١
تكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التى تشغل الرأى العام	١٣٤	٢٩,٨	٤	٧٣,٦٠٩	٠,٠٠١
مساعدة أصدقائى فى الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعى فى معرفة وفهم الأحداث الجارية	٧٧	١٧,١	٦	١٩٤,٧٠٢	٠,٠٠١
مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى والتعليق عليها والمشاركة فى النقاش حول الأحداث الجارية الهامة	١٦٧	٣٧,١	٢	٢٩,٩٠٢	٠,٠٠١

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة جاء في مقدمة التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية بنسبة ٦٥,٣%، وجاء مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتعليق عليها والمشاركة في النقاش حول الأحداث الجارية الهامة في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,١%، والاطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٣,٨%، يليه تكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التي تشغل الرأي العام في المرتبة الرابعة بنسبة ٢٩,٨%، ثم الشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول بعض الأحداث بنسبة ٢٨,٢%، وأخيراً جاء مساعدة أصدقائي في الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة وفهم الأحداث الجارية في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٧,١%.

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١.

وبالرغم من وجود ثلاثة تأثيرات ناتجة عن اعتماد الجمهور على أي وسيلة من وسائل الإعلام، وهي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، إلا أن بيانات الجدول السابق تشير إلى غلبة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، والتي تمثلت في الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة.

تتفق هذه النتائج مع ما توصل إليه "أحمد حسين محمدين" في دراسته حيث جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة تأثيرات المواقع الاجتماعية على أفراد عينة الدراسة في اختيار المرشح الرئاسي بعد الحصول على المعلومات الكافية والصور وبعض الفيديوهات عن المرشح(٧٢)، وتتفق مع ما توصل إليه "أحمد فاروق رضوان" في دراسته حيث أشارت النتائج إلى ارتفاع قيمة المتوسطات الحسابية لعبارات قياس التأثير المعرفي للاعتماد على وسائل الإعلام أثناء الثورة حيث جاءت جميعها للست عبارات أكبر من (٣) على المقياس الخماسي، وهو ما يدل على التأثير المعرفي لهذه الوسائل وإمدادها للجمهور بالأخبار والمعلومات الخاصة بالثورة(٧٣).

في حين لا تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه "عائشة البوسميط" في دراستها حيث أكدت على أهمية التأثيرات الوجدانية، حيث أكد ٦٣% من عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد وسيلة فعالة ومؤثرة من خلال خلق مناخ من المشاركة والتعاون والتفاعل الاجتماعي بين الشباب، كما أكد ٧٩% من عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد وسيلة فعالة لقضاء وقت ممتع وشيق(٧٤).

١٣- درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى لدي أفراد عينة الدراسة عند تناولها للأحداث الجارية:

جدول رقم (١٤) يوضح درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى لدي أفراد عينة الدراسة عند تناولها للأحداث الجارية

درجة المصداقية	الإجمالي		كا٢	الدلالة د ح ٢
	ك	%		
كبيرة	١٤٠	٣١,١	٢٣,٤١٣	٠,٠٠١
متوسطة	١٩٦	٤٣,٦		
منخفضة	١١٤	٢٥,٣		
جملة	٤٥٠	١٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٤٣,٦% من أفراد عينة الدراسة كانت درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم عند تناولها للأحداث الجارية متوسطة، ونسبة ٣١,١% منهم كانت درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم عند تناولها للأحداث الجارية كبيرة، وأخيراً نسبة ٢٥,٣% من أفراد عينة الدراسة كانت درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم عند تناولها للأحداث الجارية منخفضة.

ويتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة عند تناولها للأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{٢} ٢٣,٤١٣ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يثقون في

مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية سواء كانت درجة المصداقية هذه كبيرة أو متوسطة.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "داليا إبراهيم الدسوقي" في دراستها، حيث أكدت نسبة ٧٠,٥% و١٦,٥% من أفراد عينة الدراسة أنهم يثقون في مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأخبار السياسية بدرجة متوسطة، وبدرجة كبيرة على التوالي(٧٥)، كما أثبتت نتائج نفس الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لديها مستوى متوسط من المصداقية عند تناولها للأحداث السياسية المختلفة من وجهة نظر ٥٧% من عينة الدراسة(٧٦)، كما تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "سماح محمد محمدي" في دراستها حيث يثق المبحوثون في المعلومات المنشورة بالفيس بوك بدرجة متوسطة وذلك بنسبة ٦٥%(٧٧)، وتتفق مع ما توصل إليه "أحمد حسين محمدين" في دراسته حيث يثق ٧١,٧% من عينة الدراسة في المعلومات التي تقدمها المواقع الاجتماعية عن الانتخابات الرئاسية بدرجة متوسطة(٧٨).

وإذا كانت هناك علاقة وثيقة بين درجة وكثافة الاعتماد على وسيلة إعلامية ودرجة مصداقيتها لدى الجمهور، فقد أكدت النتائج التي توصل إليها "أحمد حسين محمدين" في دراسته حرص ٤٦,٢% من عينة الدراسة على متابعة الأخبار والقضايا السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي(٧٩)، كما توصلت "عائشة البوسميط" في دراستها إلى تأكيد عينة الدراسة على متابعتها للمواقع الاجتماعية بصورة أكبر عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى، وذلك بنسبة ٥٥%(٨٠).

١٤- المصادر التى تثق فيها عينة الدراسة وتلجأ إليها فى متابعة الأحداث الجارية عند انخفاض درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى لديهم:

جدول رقم (١٥) يوضح المصادر التى تثق فيها عينة الدراسة وتلجأ إليها فى متابعة الأحداث الجارية عند انخفاض درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى لديهم

المصادر	الإجمالي		كا٢	الدلالة د ح ٦
	ك	%		
الصحف المطبوعة	١٢	١٠,٥	١١٩,٢١١	٠,٠٠١

المصادر	الإجمالي		كا٢	الدلالة د ح ٦
	ك	%		
المجلات المطبوعة	٦	٥,٣		
الإذاعة	٣	٢,٦		
التليفزيون	٥٤	٤٧,٤		
المواقع الإخبارية الالكترونية	٦	٥,٣		
وكالات الأنباء	٩	٧,٩		
أكثر من مصدر	٢٤	٢١,١		
جملة	١١٤	١٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التليفزيون أكثر المصادر التي يثق بها ويلجأ إليها أفراد عينة الدراسة ممن لا يثقون في المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية وذلك بنسبة ٤٧,٤%، وجاء الاعتماد على أكثر من مصدر ووسيلة إعلامية في المرتبة الثانية بنسبة ٢١,١%، والصحف المطبوعة بنسبة ١٠,٥%، ووكالات الأنباء بنسبة ٧,٩%، والمواقع الإخبارية الإلكترونية والمجلات المطبوعة بنسبة ٥,٣% لكلٍ منهما، وأخيراً جاءت الإذاعة في المرتبة الأخيرة بين مصادر الأخبار بنسبة ٢,٦%.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مصادر الأخبار التي يثق بها أفراد عينة الدراسة ممن لا يثقون أو يعتمدون على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} ١١٩,٢١١ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "عائشة البوسميط" في دراستها حيث جاءت الفضائيات العربية في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة في الحصول على المعلومات بنسبة ٣٣,٣%[٨١]، كما تتفق مع ما توصل إليه "أحمد حسين محمدين" في دراسته حيث جاءت الفضائيات الخاصة المصرية في مقدمة الوسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٢ بنسبة ٤٣,٩%[٨٢].

١٥- درجة تصديق أفراد عينة الدراسة لما ينشر من مضامين خبرية بمواقع التواصل الاجتماعى:

جدول رقم (١٦) يوضح درجة تصديق أفراد عينة الدراسة لما ينشر من مضامين خبرية بمواقع التواصل الاجتماعى ن=٤٥٠

درجة المصداقية / المواقع	كبيرة		متوسطة		منخفضة		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
موقع فيس بوك Face book	٢٠٨	٤٦,٢	١٤٧	٣٢,٧	٩٥	٢١,١	٢,٢٥	متوسطة
موقع تويتر Twitter	١٥٥	٣٤,٤	٢٠٣	٤٥,١	٩٢	٢٠,٤	٢,١٤	متوسطة
موقع يوتيوب You tube	١٢٧	٢٨,٢	١٦٧	٣٧,١	١٥٦	٣٤,٧	١,٩٤	متوسطة
موقع ماي سبيس My Space	٢٤	٥,٣	١١٨	٢٦,٢	٣٠٨	٦٨,٤	١,٣٧	منخفضة
موقع ماى نيوز My News	٦٥	١٤,٤	١٦٥	٣٦,٧	٢٢٠	٤٨,٩	١,٦٦	منخفضة
موقع فليكر Flicker	١٧	٣,٨	١٥٩	٣٥,٣	٢٧٤	٦٠,٩	١,٤٣	منخفضة
موقع هاى فايف Hi 5	١٧	٣,٨	١٣٥	٣٠	٢٩٨	٦٦,٢	١,٣٨	منخفضة
انستجرام Instagram	١٢٨	٢٨,٤	١٦٢	٣٦	١٦٠	٣٥,٦	١,٩٣	متوسطة

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن موقع الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تصديقاً من جهة أفراد عينة الدراسة عند متابعتهم للأحداث الجارية بمتوسط ٢,٢٥ وبدرجة متوسطة، وجاء موقع تويتر في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,١٤ وبدرجة متوسطة، ثم موقع يوتيوب بمتوسط ١,٩٤

وبدرجة متوسطة، وموقع انستجرام بمتوسط ١,٩٣ وبدرجة متوسطة، بينما جاءت درجة تصديقهم منخفضة للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى عند تناولها للأحداث الجارية ومنها: موقع ماي نيوز بمتوسط ١,٦٦، وموقع فليكر بمتوسط ١,٤٣، وموقع هاي فايف بمتوسط ١,٣٨، وأخيراً جاء موقع ماي سبيس في المرتبة الأخيرة بين مواقع التواصل الاجتماعي من حيث درجة مصداقية أفراد عينة الدراسة للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية بمتوسط ١,٣٧ وبدرجة منخفضة.

تتفق هذه النتائج مع نتائج الجدول رقم (١٤) من هذه الدراسة حيث يرى ٤٣,٦% من أفراد عينة الدراسة أن درجة مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لديهم عند تناولها للأحداث الجارية متوسطة، وتتفق مع ما توصل إليه "أحمد حسين محمدين" في دراسته حيث احتل الفيس بوك المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى عينة الدراسة بنسبة ٨٦,٧%، وأكثر المواقع الاجتماعية التى تفضل عينة الدراسة معرفة أخبار الانتخابات الرئاسية من خلالها بنسبة ٨٧,٣%[٨٣]، كما تتفق مع ما توصل إليه "أحمد فاروق رضوان" في دراسته حيث جاء موقعي التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر في مقدمة مواقع الإنترنت التي تابع من خلالها أفراد عينة الدراسة أحداث الثورة بمتوسط حسابي ٢,٤٥ [٨٤].

١٦- مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعى بمعايير الموضوعية عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (١٧) يوضح مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعى بمعايير الموضوعية عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ن=٤٥٠

درجة الالتزام / المعايير	كبيرة		متوسطة		منخفضة		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
الإسناد للمصدر	١٤٦	٣٢,٤	١٥٣	٣٤	١٥١	٣٣,٦	١,٩٩	متوسطة
فصل الرأى عن الخبر	١٢٥	٢٧,٨	١٨٥	٤١,١	١٤٠	٣١,١	١,٩٧	متوسطة
التوازن فى عرض الرأى والرأى الآخر	٤٧	١٠,٤	٢٠٣	٤٥,١	٢٠٠	٤٤,٤	١,٦٦	منخفضة
شمولية واكتمال التغطية الصحفية	١٨٨	٤١,٨	١٥٥	٣٤,٤	١٠٧	٢٣,٨	٢,١٨	متوسطة

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق- الخاص بالمعيار الأول من معايير قياس المصداقية وهو الموضوعية- إلى أن شمولية واكتمال التغطية الصحفية جاءت في مقدمة معايير الموضوعية التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ٢,١٨ وبدرجة متوسطة، وجاء في المرتبة الثانية الإسناد للمصدر بمتوسط ١,٩٩ وبدرجة متوسطة، وجاء في المرتبة الثالثة فصل الرأي عن الخبر بمتوسط ١,٩٧ وبدرجة متوسطة، وأخيراً يرى أفراد عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تلتزم بالتوازن في عرض الرأي والرأي الآخر عند تناولها للأحداث الجارية، حيث جاء هذا المعيار في المرتبة الأخيرة بين معايير الموضوعية بمتوسط ١,٦٦ وبدرجة منخفضة.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه "داليا إبراهيم الدسوقي" في دراستها حيث يرى أفراد عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم تغطية كاملة للأحداث السياسية المختلفة بمتوسط ٢,٣٣[٨٥].

وقد ترجع كفاءة مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم تغطية صحفية شاملة للأحداث الجارية من وجهة نظر عينة الدراسة إلى توافر عناصر المساحة والوقت الكافيين بالإضافة إلى مشاركة الجمهور في التعليق على الأخبار وإعداد ونشر بعض المضامين الخبرية التي تتناول الأحداث الجارية، إلاّ أن ذلك يتطلب من مواقع التواصل الاجتماعي نشر الأخبار والأحداث الجارية بدون تدخل بالحذف أو الإضافة أو إعادة صياغتها على نحو يحدث تغييراً في معناها أو التحيز لصالح طرف دون الآخر.

١٧- مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعى بمعايير الصدق عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (١٨) يوضح مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعى بمعايير الصدق عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ن=٤٥٠

درجة الالتزام / المعايير	كبيرة		متوسطة		منخفضة		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
معالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها	٢١٨	٤٨,٤	١٢٢	٢٧,١	١١٠	٢٤,٤	٢,٢٤	متوسطة
نشر عناوين ذات علاقة بالموضوع	١٧٣	٣٨,٤	١٨٧	٤١,٦	٩٠	٢٠	٢,١٨	متوسطة
عدم التلاعب بالصوت أوالصورة	٨٦	١٩,١	١٨٥	٤١,١	١٧٩	٣٩,٨	١,٧٩	متوسطة

تشير بيانات الجدول السابق- الخاص بالمعيار الثاني من معايير قياس المصداقية وهو الصدق- إلى أن معالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها جاءت في مقدمة معايير الصدق التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ٢,٢٤ وبدرجة متوسطة، ثم جاء نشر عناوين ذات علاقة بالموضوع في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,١٨ وبدرجة متوسطة، وأخيراً جاء عدم التلاعب بالصوت أو الصورة في المرتبة الأخيرة بين معايير الصدق التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية بمتوسط ١,٧٩ وبدرجة متوسطة.

تؤكد هذه النتائج أنه في حين تعطي مواقع التواصل الاجتماعي الأولوية للقضايا الهامة من حيث مساحة النشر أو الصور أو مقاطع الفيديو أو الروابط المتعلقة إلا أنه توجد صعوبة في التأكد من صحة المعلومات والصور ومقاطع الفيديو المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية، حيث يوجد العديد من برامج الفوتوشوب المتقدمة والتي تتيح إمكانية التلاعب بالصوت أو الصور الثابتة والمتحركة.

١٨- مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير الوضوح عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (١٩) يوضح مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير الوضوح عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ن=٤٥٠

درجة الالتزام / المعايير	كبيرة		متوسطة		منخفضة		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
وضوح اللغة والبعد عن الغموض والمبالغة	٢٤١	٥٣,٦	١٣٢	٢٩,٣	٧٧	١٧,١	٢,٣٦	متوسطة
وضوح الأفكار والأهداف	١٨٩	٤٢	١٨٧	٤١,٦	٧٤	١٦,٤	٢,٢٦	متوسطة
الترابط بين الأسباب والنتائج	١٦٤	٣٦,٤	١٨٩	٤٢	٩٧	٢١,٦	٢,١٥	متوسطة

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق- الخاص بالمعيار الثالث من معايير قياس المصداقية وهو الوضوح- إلى أن وضوح اللغة والبعد عن الغموض والمبالغة جاءت في مقدمة معايير الوضوح التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ٢,٣٦ وبدرجة متوسطة، وجاء وضوح الأفكار والأهداف في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٢٦ وبدرجة متوسطة، وأخيراً جاء الترابط بين الأسباب والنتائج في المرتبة الأخيرة بين معايير الوضوح التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ٢,١٥ وبدرجة متوسطة.

ويتضح من بيانات الجدول السابق تأكيد عينة الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تلتزم بدرجة متوسطة بمعايير الوضوح عند تناولها للأحداث الجارية وخاصة استخدام الكلمات البسيطة التي يعرفها غالبية الجمهور وتجنب استخدام الكلمات صعبة الفهم عليهم أو الخاصة بمجال معين، واستخدام الجمل والفقرات القصيرة، بالإضافة إلى تحديد المعاني المقصودة.

١٩- مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير الدقة عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (٢٠) يوضح مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بمعايير الدقة عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ن=٤٥٠

درجة الالتزام / المعايير	كبيرة		متوسطة		منخفضة		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
الالتزام بالقواعد اللغوية التى تضمن سلامة النص الخبرى	٢٠٤	٤٥,٣	١٤٣	٣١,٨	١٠٣	٢٢,٩	٢,٢٢	متوسطة
دقة الأرقام والاحصائيات الصادقة	٧٨	١٧,٣	٢٢٣	٤٩,٦	١٤٩	٣٣,١	١,٨٤	متوسطة
دقة الأسماء والعناوين والتواريخ	١٨٦	٤١,٣	١٦٦	٣٦,٩	٩٨	٢١,٨	٢,١٩	متوسطة
اختيار مصادر الإدلاء بالمعلومات ذات الصلة بالموضوع	١٣٢	٢٩,٣	٢٠٤	٤٥,٣	١١٤	٢٥,٣	٢,٠٤	متوسطة
دقة الأحكام والألفاظ	١٠٠	٢٢,٢	١٧١	٣٨	١٧٩	٣٩,٨	١,٨٢	متوسطة

تشير بيانات الجدول السابق- الخاص بالمعيار الرابع من معايير قياس المصداقية وهو الدقة- إلى أن الالتزام بالقواعد اللغوية التي تضمن سلامة النص الخبري جاءت في مقدمة معايير الدقة التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ٢,٢٢ وبدرجة متوسطة، وجاءت دقة الأسماء والعناوين والتواريخ في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,١٩ وبدرجة متوسطة، ثم اختيار مصادر الإدلاء بالمعلومات ذات الصلة بالموضوع في المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٠٤ وبدرجة متوسطة، ودقة الأرقام والإحصائيات الصادقة في المرتبة الرابعة بمتوسط ١,٨٤ وبدرجة متوسطة، وأخيراً جاءت دقة الأحكام والألفاظ في المرتبة الأخيرة بين معايير الدقة التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ١,٨٢ وبدرجة متوسطة.

وهذا يتطلب من مواقع التواصل الاجتماعي البعد عن الأحكام المطلقة، والتأويل والألفاظ العامة والبراقة والتركيز على استخدام الألفاظ اليقينية والمحددة والبعد عن الحشو والتكرار.

٢٠- مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بأخلاقيات المهنة عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (٢١) يوضح مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بأخلاقيات المهنة عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ن=٤٥٠

درجة الالتزام / المعايير	كبيرة		متوسطة		منخفضة		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
مراعاة الذوق والآداب العامة للمجتمع.	١٧٠	٣٧,٨	١٤٠	٣١,١	١٤٠	٣١,١	٢,٠٧	متوسطة
الالتزام بالقوانين ومواثيق الشرف الإعلامي.	١٤٠	٣١,١	١٧٦	٣٩,١	١٣٤	٢٩,٨	٢,٠١	متوسطة
كفالة حق الرد والتصحيح.	١٠١	٢٢,٤	١٦١	٣٥,٨	١٨٨	٤١,٨	١,٨١	متوسطة
عدم انتهاك الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة.	٨٩	١٩,٨	١٣٤	٢٩,٨	٢٢٧	٥٠,٤	١,٦٩	متوسطة

(سمح للمبحوثين بإختيار أكثر من بديل)

تشير بيانات الجدول السابق- المعيار الخامس من معايير قياس المصداقية وهو الالتزام بأخلاقيات المهنة- إلى أن مراعاة الذوق والآداب العامة للمجتمع جاءت في مقدمة معايير الالتزام بأخلاقيات المهنة التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ٢,٠٧ وبدرجة متوسطة، وجاء الالتزام بالقوانين ومواثيق الشرف الإعلامي في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,٠١ وبدرجة متوسطة، يليه كفالة حق الرد والتصحيح في المرتبة الثالثة بمتوسط ١,٨١ وبدرجة متوسطة، وأخيراً جاء عدم انتهاك الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة في المرتبة الأخيرة بين معايير الالتزام بأخلاقيات المهنة التي التزمت بها مواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط ١,٦٩ وبدرجة متوسطة.

ويتضح من النتائج السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي في سبيل تحقيق شهرتها وجماهيريتها بين وسائل الإعلام الأخرى تقوم بنشر أخبار وفضائح الشخصيات العامة في المجتمع وانتهاك حياتهم الخاصة دون مراعاة لأخلاقيات المهنة.

وفي ضوء هذه النتائج نؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي بعد انتشارها الواسع بين الجمهور ووصولها إليه بسرعة وسهولة قادرة على تشكيل أخلاقيات الناس، ومن ثم أصبح من الضروري أن تلتزم بالمبادئ والمعايير الأخلاقية التي تقتضيها أمانة الكلمة، والالتزام بالمواثيق الأخلاقية التي تنظم العمل الإعلامي واستحداث بعض المواد والبنود في الدساتير والقوانين والمواثيق الأخلاقية المختلفة والتي تتماشى مع التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال.

فروض الدراسة:

تحاول الدراسة اختبار الفروض الآتية:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وأهداف هذا الاعتماد.

جدول رقم (٢٢) يوضح قيمة كا٢ لدلالة العلاقة بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وأهداف هذا الاعتماد

كثافة الاعتماد / الأهداف	منخفضة ن=٨٩		متوسطة ن=٢٣٣		كبيرة ن=١٢٨		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
التعرف على المشكلات التى تواجهنى وكيفية التعامل معها بنجاح	٣٣	٣٧,١	١١٧	٤٨,٩	٤٤	٣٤,٤	١٩١	٤٢,٤	٨,٤٦٩	٠,٠٥	٠,١٣٦
الوقوف على ما يحدث فى المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور فى المستقبل	٤٨	٥٣,٩	١٠٧	٤٥,٩	٦٢	٤٨,٤	٢١٧	٤٨,٢	١,٦٥٨	٠,٤٣٦	–
التعبير عن الرأى فى القضايا والمشكلات التى تدور فى المجتمع	٣٦	٤٠,٤	٨٣	٣٥,٦	٥٠	٣٩,١	١٦٩	٣٧,٦	٠,٨١٣	٠,٦٦٦	–

كثافة الاعتماد / الأهداف	منخفضة ن=٨٩		متوسطة ن=٢٣٣		كبيرة ن=١٢٨		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين	٣٢	٣٦	٦٨	٢٩,٢	٤٢	٣٢,٨	١٤٢	٣١,٦	١,٤٩٨	٠,٤٧٣	-
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	١٥	١٦,٩	٣٦	١٥,٥	٣٦	٢٨,١	٨٧	١٩,٣	٨,٩٤٧	٠,٠٥	٠,٢٣٨
تحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين	٢٧	٣٠,٣	٨٢	٣٥,٢	٢٧	٢١,١	١٣٦	٣٠,٢	٧,٧٨٩	٠,٠٥	٠,١٦٤

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وبعض أهداف

هذا الاعتماد مثل: (التعرف على المشكلات التي تواجهني وكيفية التعامل معها بنجاح، والتسلية وقضاء أوقات الفراغ، وتحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين) حيث كانت قيم كا٢ دالة عند مستوى ٠,٠٥، وهي علاقة ضعيفة طبقاً لاختبار جاما.

كما تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وبعض أهداف هذا الاعتماد مثل: (الوقوف على ما يحدث في المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور في المستقبل، والتعبير عن الرأي في القضايا والمشكلات التي تدور في المجتمع، واكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين) حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الأول جزئيا.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

جدول رقم (٢٣) يوضح قيمة كا٢ لدلالة العلاقة بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد

كثافة الاعتماد / التأثيرات	منخفضة ن=٨٩		متوسطة ن=٢٣٣		كبيرة ن=١٢٨		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة	٦٠	٦٧,٤	١٦٠	٦٨,٧	٧٤	٥٧,٨	٢٩٤	٦٥,٣	٤,٥١٢	٠,١٠٥	-

كثافة الاعتماد / التأثيرات	منخفضة ن=٨٩		متوسطة ن=٢٣٣		كبيرة ن=١٢٨		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الإطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية	٢٤	٢٧	٦٤	٢٧,٥	٦٤	٥٠	١٥٢	٣٣,٨	٢١,٠٥٢	٠,٠٠١	٠,٣٢٨
الشعور بالايجابية والفاعلية من خلال المساهمة فى الحوارات حول بعض	٢٧	٣٠,٣	٦٧	٢٨,٨	٣٣	٢٥,٨	١٢٧	٢٨,٢	٠,٦٠٦	٠,٧٣٩	–
تكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التى تشغل الرأى العام	٢١	٢٣,٦	٧٠	٣٠	٤٣	٣٣,٦	١٣٤	٢٩,٨	٢,٥٢٦	٠,٢٨٣	–
مساعدة أصدقائى فى الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعى فى معرفة وفهم	١٥	١٦,٩	٣٤	١٤,٦	٢٨	٢١,٩	٧٧	١٧,١	٣,٠٩٥	٠,٢١٣	–
مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى والتعليق عليها والمشاركة فى النقاش	٣٥	٣٩,٣	٩٦	٤١,٢	٣٦	٢٨,١	١٦٧	٣٧,١	٦,٢٨٦	٠,٠٥	٠,١٦٦

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وبعض التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد مثل: (الاطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية، ومشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتعليق عليها والمشاركة في النقاش حول الأحداث الجارية الهامة) حيث كانت قيم كا٢ دالة عند مستوى ٠,٠٥، وهي علاقة ضعيفة طبقاً لاختبار جاما.

كما تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وبعض التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد مثل: (الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة، والشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول بعض الأحداث، وتكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التي تشغل الرأي العام، ومساعدة أصدقائي في الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة وفهم الأحداث الجارية) حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الثاني جزئياً.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية ومدى أهمية القضايا التي يتابعونها.

جدول رقم (٢٤) يوضح العلاقة بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية ومدى أهمية القضايا التي يتابعونها.

الموضوعات	كثافة الاعتماد			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
موضوعات سياسية	٠,٣١٣**	طردي	متوسط	٠,٠١
موضوعات اقتصادية	٠,٣٠٣**	طردي	متوسط	٠,٠١
موضوعات ثقافية	٠,٣٢٦**	طردي	متوسط	٠,٠١

الموضوعات	كثافة الاعتماد			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
موضوعات اجتماعية	٠,٣٢٤**	طردي	متوسط	٠,٠١
موضوعات فنية	٠,٣٥٣**	طردي	متوسط	٠,٠١
موضوعات رياضية	٠,٣١٩**	طردي	متوسط	٠,٠١
موضوعات متنوعة	٠,٣٠٧**	طردي	متوسط	٠,٠١

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وأهمية هذه الموضوعات أو القضايا لديهم (موضوعات سياسية، موضوعات اقتصادية، موضوعات ثقافية، موضوعات اجتماعية، موضوعات فنية، موضوعات رياضية، موضوعات متنوعة)، حيث كانت (0.3< ر <0.6) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الثالث كلياً.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم.

جدول رقم (٢٥) يوضح العلاقة بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم.

المتغير	كثافة الاعتماد			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
درجة المصداقية	٠,٣١٥**	طردي	متوسط	٠,٠١

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم، حيث كانت (0.3< ر <0.6) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الرابع كلياً.

الفرض الخامس:

تختلف درجة كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم(الجنس– نوع الدراسة– المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٥(أ)– الفروق بين الذكور والإناث في كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٢٦) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

الجنس / المتغير	ذكور (ن=٢٢٥)		إناث (ن=٢٢٥)		ت	مستوى المعنوية د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
كثافة الاعتماد	٥,٧	٢,٠٨	٥,١	١,٩١	٣,٠٦٣	٠,٠١

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث من أفراد عينة الدراسة في كثافة اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية لصالح الذكور مما يشير إلى أن الذكور أكثر اعتماداً على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية من الإناث، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠,٠١

٥(ب)– الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٢٧) يوضح الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

نوع الدراسة / المتغير	نظرية (ن=٢٢٥)		عملية (ن=٢٢٥)		ت	مستوى المعنوية د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
كثافة الاعتماد	٥,٦	٢,٠٧	٥,١	١,٩٥	٢,٤٨٩	٠,٠٥

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في كثافة اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية لصالح طلاب الكليات النظرية، مما يشير إلى أن طلاب الكليات النظرية أكثر اعتماداً على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية من طلاب الكليات العملية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٥(ج)- الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٢٨) يوضح اختبار **LSD** المتوسطات والانحرافات المعيارية للمستوى الاقتصادي والاجتماعي في كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي

المستوى الاقتصادي والاجتماعي		ن	متوسط	انحراف معياري	منخفض	متوسط	مرتفع
كثافة الاعتماد	منخفض	٧٨	٤,٢	١,٨٥		-١,٢٦٢٨*	-١,٧٥٦٤*
	متوسط	٢١٦	٥,٤	١,٩٧			-٠,٤٩٣٦*
	مرتفع	١٥٦	٥,٩	١,٩٣			
	جملة	٤٥٠	٥,٤	٢,٠٢			

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية لصالح ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع عند مستوى ٠,٠٥.

يعني ذلك أن أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع أكثر تعرضاً واستخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وذلك بمتوسط ٥,٩، وجاء في

المرتبة الثانية ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المتوسط بمتوسط ٥,٤، وأخيراً جاء أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض أقل تعرضاً واستخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية بمتوسط ٤,٢.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الخامس كلياً.

الفرض السادس:

تختلف أسباب اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم(الجنس– نوع الدراسة– المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٦(أ)– الفروق بين الذكور والإناث في أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٢٩) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

الجنس / أسباب الاعتماد	الذكور ن=٢٢٥		الإناث ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
السرعة والفورية فى نقل الأحداث	١٠٠	٤٤,٤	١١٧	٥٢	٢١٧	٤٨,٢	٢,٥٧٢	٠,١٠٩	–
التحديث المستمر للمحتوى	١٠٢	٤٥,٣	١١٧	٥٢	٢١٩	٤٨,٧	٢,٠٠١	٠,١٥٧	–
كمية الأخبار والمعلومات المتاحة بها أكثر مما تعرضه الوسائل الإعلامية الأخرى	٦٦	٢٩,٣	٧٢	٣٢	١٣٨	٣٠,٧	٠,٣٧٦	٠,٥٤٠	–
سهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر	٧٢	٣٢	٧٨	٣٤,٧	١٥٠	٣٣,٣	٠,٣٦٠	٠,٥٤٩	–

الجنس / أسباب الاعتماد	الذكور ن=٢٢٥		الإناث ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
وسيلة فعالة فى التغيير ومحاربة الفساد	١١٢	٤٩,٨	٨١	٣٦	١٩٣	٤٢,٩	٨,٧١٩	٠,٠١	٠,٢٧٨
حرية التعبير عن الرأى دون خوف أو تهديد	١٢٤	٥٥,١	١١١	٤٩,٣	٢٣٥	٥٢,٢	١,٥٠٥	٠,٢٢٠	–

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من الذكور والإناث في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (وسيلة فعالة في التغيير ومحاربة الفساد) كانت هناك فروق لصالح الذكور عند مستوى ٠,٠١

٦(ب)– الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٠) يوضح الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

نوع الدراسة / أسباب الاعتماد	*نظرية* ن=٢٢٥		*عملية* ن=٢٢٥		*إجمالي* ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
السرعة والفورية فى نقل الأحداث	١٠٣	٤٥,٨	١١٤	٥٠,٧	٢١٧	٤٨,٢	١,٠٧٧	٠,٢٩٩	–
التحديث المستمر للمحتوى	١٠٨	٤٨	١١١	٤٩,٣	٢١٩	٤٨,٧	٠,٠٨٠	٠,٧٧٧	–

نوع الدراسة / أسباب الاعتماد	نظرية ن=٢٢٥		عملية ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
كمية الأخبار والمعلومات المتاحة بها أكثر مما تعرضه الوسائل الإعلامية الأخرى	٦٦	٢٩,٣	٧٢	٣٢	١٣٨	٣٠,٧	٠,٣٧٦	٠,٥٤٠	–
سهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر	٧٥	٣٣,٣	٧٥	٣٣,٣	١٥٠	٣٣,٣	٠,٠٠٠	١,٠٠٠	–
وسيلة فعالة فى التغيير ومحاربة الفساد	١١٥	٥١,١	٧٨	٣٤,٧	١٩٣	٤٢,٩	١٢,٤٢٠	٠,٠٠١	٠,٣٢٧
حرية التعبير عن الرأى دون خوف أو تهديد	١٢٧	٥٦,٤	١٠٨	٤٨	٢٣٥	٥٢,٢	٣,٢١٥	٠,٠٧٣	–

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (وسيلة فعالة في التغيير ومحاربة الفساد) كانت هناك فروق لصالح طلاب الكليات النظرية عند مستوى ٠,٠١

٦(ج)– الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣١) يوضح الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي

المستوى الاقتصادى والاجتماعى / أسباب الاعتماد	منخفض ن=٧٨		متوسط ن=٢١٦		مرتفع ن=١٥٦		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
السرعة والفورية فى نقل الأحداث	٣٦	٤٦,٢	١١٢	٥١,٩	٦٩	٤٤,٢	٢١٧	٤٨,٢	٢,٢٦٩	٠,٣٢٢	–
التحديث المستمر للمحتوى	٣٦	٤٦,٢	١٢٠	٥٥,٦	٦٣	٤٠,٤	٢١٩	٤٨,٧	٨,٥٨٤	٠,٠٥	٠,١٣٣
كمية الأخبار والمعلومات المتاحة بها أكثر مما تعرضه الوسائل الإعلامية الأخرى	٢٤	٣٠,٨	٦٣	٢٩,٢	٥١	٣٢,٧	١٣٨	٣٠,٧	٠,٥٣٠	٠,٧٦٧	–
سهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر	٣٦	٤٦,٢	٥١	٢٣,٦	٦٣	٤٠,٤	١٥٠	٣٣,٣	١٨,٤٤٧	٠,٠٠١	٠,٣٢١
وسيلة فعالة فى التغيير ومحاربة الفساد	٤٢	٥٣,٨	٨٤	٣٨,٩	٦٧	٤٢,٩	١٩٣	٤٢,٩	٥,٢٣٤	٠,٠٧٣	–

المستوى الاقتصادى والاجتماعى / أسباب الاعتماد	منخفض ن=٧٨		متوسط ن=٢١٦		مرتفع ن=١٥٦		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
حرية التعبير عن الرأى دون خوف أو تقييد	٣٩	٥٠	١٠٨	٥٠	٨٨	٥٦,٤	٢٣٥	٥٢,٢	١,٦٧٩	٠,٤٣٢	-

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (التحديث المستمر للمحتوى) كانت هناك فروق لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط عند مستوى ٠,٠٥ (وسهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر) كانت هناك فروق لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض عند مستوى ٠,٠٥.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض السادس جزئياً.

الفرض السابع:

تختلف دوافع اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم(الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٧(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في دوافع اعتماد الشباب أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٢) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في دوافع اعتماد الشباب أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

لجنس / دوافع الاعتماد	الذكور ن=٢٢٥		الإناث ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
التعرف على مختلف الآراء فى القضايا والأحداث الجارية	١٤٣	٦٣,٦	١٥٠	٦٦,٧	٢٩٣	٦٥,١	٠,٤٧٩	٠,٤٨٩	–
المشاركة فى إعداد المضامين الخبرية من خلال نشر الآراء والصور ومقاطع الفيديو والأخبار	٥٤	٢٤	٤٥	٢٠	٩٨	٢٢	١,٠٤٩	٠,٣٠٦	–
متابعة الأحداث والقضايا التى تشغل الرأى العام	١٢٢	٥٤,٢	١٢٦	٥٦	٢٤٨	٥٥,١	٠,١٤٤	٠,٧٠٥	–
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	٤٤	١٩,٦	٧٥	٣٣,٣	١١٩	٢٦,٤	١٠,٩٧٩	٠,٠٠١	٠,٣٤٦

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أفراد عينة الدراسة في دوافع اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{٢} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥ فيما عدا (التسلية وقضاء أوقات الفراغ) لصالح الإناث عند مستوى أقل من ٠,٠٥، مما يعني أن الإناث تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ أكثر من الذكور.

٧(ب)– الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية في دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٣) الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية في دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

نوع الدراسة / دوافع الاعتماد	نظرية ن=٢٢٥		عملية ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
التعرف على مختلف الآراء فى القضايا والأحداث الجارية	١٤٣	٦٣,٦	١٥٠	٦٦,٧	٢٩٣	٦٥,١	٠,٤٧٩	٠,٤٨٩	–
المشاركة فى إعداد المضامين الخبرية من خلال نشر الآراء والصور ومقاطع الفيديو والأخبار	٤٨	٢١,٣	٥١	٢٢,٧	٩٨	٢٢	٠,١١٧	٠,٧٣٣	–
متابعة الأحداث والقضايا التى تشغل الرأى العام	١٣٤	٥٩,٦	١١٤	٥٠,٧	٢٤٨	٥٥,١	٣,٥٩٣	٠,٠٥٨	–
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	٥٦	٢٤,٩	٦٣	٢٨	١١٩	٢٦,٤	٠,٥٦٠	٠,٤٥٤	–

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات العملية والنظرية من أفراد عينة الدراسة في دوافع اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥

٧(ج)– الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٤) يوضح الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

المستوى الاقتصادى والاجتماعى / دوافع الاعتماد	منخفض ن=٧٨		متوسط ن=٢١٦		مرتفع ن=١٥٦		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			

التعرف على مختلف الآراء فى القضايا والأحداث الجارية	٦٠	٧٦,٩	١٣٩	٦٤,٤	٩٤	٦٠,٣	٢٩٣	٦٥,١	٦,٤٦٤	٠,٠٥	٠,١٩٥
المشاركة فى إعداد المضامين الخبرية من خلال نشر الآراء والصور ومقاطع الفيديو والأخبار	٦	٧,٧	٤٥	٢٠,٨	٣٨	٣٠,٨	٩٨	٢٢	١٦,٤٦٧	٠,٠٠١	٠,٣٩٠
متابعة الأحداث والقضايا التى تشغل الرأى العام	٤٢	٥٣,٨	١٣٣	٦١,٦	٧٣	٤٦,٨	٢٤٨	٥٥,١	٨,٠٥٩	٠,٠٥	٠,١٤٤
السلبية وقضاء أوقات الفراغ	١٥	١٩,٢	٤٩	٢٢,٧	٥٥	٣٥,٣	١١٩	٢٦,٤	٩,٨٨٤	٠,٠١	٠,٢٧٤

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في دوافع اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠٥.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض السابع جزئياً.

الفرض الثامن:

تختلف أهداف اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم(الجنس– نوع الدراسة– المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٨(أ)– الفروق بين الذكور والإناث في أهداف اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٥) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في أهداف اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

الجنس / أهداف الاعتماد	الذكور ن=٢٢٥		الإناث ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
التعرف على المشكلات التى تواجهنى وكيفية التعامل معها بنجاح	١١٠	٤٨,٩	٨١	٣٦	١٩١	٤٢,٤	٧,٦٥٠	٠,٠١	٠,٢٥٩
الوقوف على ما يحدث فى المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور فى المستقبل	١٠٣	٤٥,٨	١١٤	٥٠,٧	٢١٧	٤٨,٢	١,٠٧٧	٠,٢٩٩	–
التعبير عن الرأى فى القضايا والمشكلات التى تدور فى المجتمع	٧٩	٣٥,١	٩٠	٤٠	١٦٩	٣٧,٦	١,١٤٧	٠,٢٨٤	–
اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين	٥٨	٢٥,٨	٨٤	٣٧,٣	١٤٢	٣١,٦	٦,٩٥٥	٠,٠١	٠,٢٦٣

الجنس / أهداف الاعتماد	الذكور ن=٢٢٥		الإناث ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	٣٦	١٦	٥١	٢٢,٧	٨٧	١٩,٣	٣,٢٠٦	٠,٠٧٣	-
تحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين	٦٤	٢٨,٤	٧٢	٣٢	١٣٦	٣٠,٢	٠,٦٧٤	٠,٤١٢	-

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة الذكور والإناث في أهداف اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (التعرف على المشكلات التي تواجهني وكيفية التعامل معها بنجاح) لصالح الذكور عند مستوى أقل من ٠,٠٥، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في (اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين) لصالح الإناث عند مستوى أقل من ٠,٠٥

٨(ب)- الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في أهداف اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٦) يوضح الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في أهداف اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

نوع الدراسة / أهداف الاعتماد	نظرية ن=٢٢٥		عملية ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
التعرف على المشكلات التى تواجهنى وكيفية التعامل معها بنجاح	٩٨	٤٣,٦	٩٣	٤١,٣	١٩١	٤٢,٤	٠,٢٢٧	٠,٦٣٣	–
الوقوف على ما يحدث فى المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور فى المستقبل	١٢١	٥٣,٨	٩٣	٤٢,٧	٢١٧	٤٨,٢	٥,٥٦٣	٠,٠٥	٠,٢٢٠
التعبير عن الرأى فى القضايا والمشكلات التى تدور فى المجتمع	٧٦	٣٣,٨	٩٣	٤١,٣	١٦٩	٣٧,٦	٢,٧٣٩	٠,٠٩٨	–
اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين	٦٧	٢٩,٨	٧٥	٣٣,٣	١٤٢	٣١,٦	٠,٦٥٨	٠,٤١٧	–
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	٤٨	٢١,٣	٣٩	١٧,٣	٨٧	١٩,٣	١,١٥٤	٠,٢٨٣	–
تحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين	٧٠	٣١,١	٦٦	٢٩,٣	١٣٦	٣٠,٢	٠,١٦٩	٠,٦٨١	–

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في أهداف اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا

(الوقوف على ما يحدث في المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور في المستقبل) لصالح أفراد عينة الدراسة بالكليات النظرية عند مستوى أقل من ٠,٠٥.

٨(ج)- الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في أهدافهم اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٧) يوضح الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في أهداف اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

المستوى الاقتصادى والاجتماعى / أهداف الاعتماد	منخفض ن=٧٨		متوسط ن=٢١٦		مرتفع ن=١٥٦		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
التعرف على المشكلات التى تواجهنى وكيفية التعامل معها بنجاح	٣٣	٤٢,٣	٨٩	٤١,٢	٦٩	٤٤,٢	١٩١	٤٢,٤	٠,٣٤٠	٠,٨٤٣	-
الوقوف على ما يحدث فى المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور فى المستقبل	٣٣	٤٢,٣	١١٥	٥٣,٢	٦٩	٤٤,٢	٢١٧	٤٨,٢	٤,٢٦٧	٠,١١٨	-
التعبير عن الرأى فى القضايا والمشكلات التى تدور فى المجتمع	٣٠	.٣٨	٧٢	٣٣,٣	٦٧	٤٢,٩	١٦٩	٣٧,٦	٣,٦٠٤	٠,١٦٥	-
اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين	٣٦	٤٦,٢	٥٢	٢٤,١	٥٤	٣٤,٦	١٤٢	٣١,٦	١٣,٩٧٠	٠,٠٠١	٠,١٥٦
التسلية وقضاء أوقات الفراغ	٢١	٢٦,٩	٣٠	١٣,٩	٣٦	٢٣,١	٨٧	١٩,٣	٨,٣٨٨	٠,٠٥	٠,١٢١

المستوى الاقتصادى والاجتماعى / أهداف الاعتماد	منخفض ن=٧٨		متوسط ن=٢١٦		مرتفع ن=١٥٦		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
تحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين	٢٧	٣٤,٦	٧٨	٣٦,١	٣١	١٩,٩	١٣٦	٣٠,٢	١٢,١٩١	٠,٠١	٠,٢٦٣

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في أهداف اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين، والتسلية وقضاء أوقات الفراغ) لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض عند مستوى أقل من ٠,٠٥، (وتحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين) لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط عند مستوى أقل من ٠,٠٥.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض الثامن جزئياً.

الفرض التاسع:

تختلف التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم(الجنس– نوع الدراسة– المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

٩(أ)– الفروق بين الذكور والإناث في التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٨) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

الجنس / التأثيرات	الذكور ن=٢٢٥		الإناث ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة	١٤١	٦٢,٧	١٥٣	٦٨	٢٩٤	٦٥,٣	١,٤١٣	٠,٢٣٥	–
الإطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية	٧٧	٣٤,٢	٧٥	٣٣,٣	١٥٢	٣٣,٨	٠,٠٤٠	٠,٨٤٢	–
الشعور بالايجابية والفاعلية من خلال المساهمة فى الحوارات حول بعض الأحداث	٦٤	٢٨,٤	٦٣	٢٨	١٢٧	٢٨,٢	٠,٠١١	٠,٩١٧	–
تكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التى تشغل الرأى العام	٧٤	٣٢,٩	٦٠	٢٦,٧	١٣٤	٢٩,٨	٢,٠٨٣	٠,١٤٩	–
مساعدة أصدقائى فى الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعى فى معرفة وفهم الأحداث الجارية	٤٧	٢٠,٩	٣٠	١٣,٣	٧٧	١٧,١	٤,٥٢٨	٠,٠٥	٠,٢٦٤
مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى والتعليق عليها والمشاركة فى النقاش حول الأحداث الجارية الهامة	٨٦	٣٨,٢	٨١	٣٦	١٦٧	٣٧,١	٠,٢٣٨	٠,٦٢٦	–

تشير بيانات الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من أفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (مساعدة أصدقائي في الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة وفهم الأحداث الجارية) لصالح الذكور عند مستوى أقل من ٠,٠٥.

٩(ب)– الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٣٩) يوضح الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

نوع الدراسة / التأثيرات	نظرية ن=٢٢٥		عملية ن=٢٢٥		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د ح ١	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%			
الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة	١٥٣	٦٨	١٤١	٦٢,٧	٢٩٤	٦٥,٣	١,٤١٣	٠,٢٣٥	–
الإطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية	٧٧	٣٤,٢	٧٥	٣٣,٣	١٥٢	٣٣,٨	٠,٠٤٠	٠,٨٤٢	–
الشعور بالايجابية والفاعلية من خلال المساهمة فى الحوارات حول بعض الأحداث	٦٧	٢٩,٨	٦٠	٢٦,٧	١٢٧	٢٨,٢	٠,٥٣٨	٠,٤٦٣	–
تكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التى تشغل الرأى العام	٦٢	٢٧,٦	٧٢	٣٢	١٣٤	٢٩,٨	١,٠٦٣	٠,٣٠٣	–
مساعدة أصدقائى فى الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعى فى معرفة وفهم الأحداث الجارية	٤٧	٢٠,٩	٣٠	١٣,٣	٧٧	١٧,١	٤,٥٢٨	٠,٠٥	٠,٢٦٤
مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى والتعليق عليها والمشاركة فى النقاش حول الأحداث الجارية الهامة	٨٩	٣٩,٦	٧٨	٣٤,٧	١٦٧	٣٧,١	١,١٥٢	٠,٢٨٣	–

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (مساعدة أصدقائي في الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة وفهم الأحداث الجارية) لصالح الكليات النظرية عند مستوى أقل من ٠,٠٥.

٩(ج)– الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية:

جدول رقم (٤٠) يوضح الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية

المستوى الاقتصادى والاجتماعى / التأثيرات	منخفض ن=٧٨		متوسط ن=٢١٦		مرتفع ن=١٥٦		إجمالي ن=٤٥٠		كا٢	الدلالة د.ح٢	اختبار جاما
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة	٥١	٦٥,٤	١٥٤	٧١,٣	٨٩	٥٧,١	٢٩٤	٦٥,٣	٨,١١٦	٠,٠٥	٠,١٦٦
الإطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية	٢١	٢٦,٩	٧١	٣٢,٩	٦٠	٣٨,٥	١٥٢	٣٣,٨	٣,٢٤٨	٠,١٩٧	–
الشعور بالايجابية والفاعلية من خلال المساهمة فى الحوارات حول بعض الأحداث	٣٦	٤٦,٢	٤٩	٢٢,٧	٤٢	٢٦,٩	١٢٧	٢٨,٢	١٥,٧٨٠	٠,٠٠١	٠,١٨٣
تكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التى تشغل الرأى العام	١٨	٢٣,١	٦٧	٣١	٤٩	٣١,٤	١٣٤	٢٩,٨	٢,٠٣٣	٠,٣٦٢	–
مساعدة أصدقائى فى الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعى فى معرفة وفهم الأحداث الجارية	١٨	٢٣,١	٢٨	١٣	٣١	١٩,٩	٧٧	١٧,١	٥,٤١٦	٠,٠٦٧	–
مشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى والتعليق عليها والمشاركة فى النقاش حول الأحداث الجارية الهامة	٣٦	٤٦,٢	٧٩	٣٦,٦	٥٢	٣٣,٣	١٦٧	٣٧,١	٣,٧١٣	٠,١٥٦	–

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث كانت قيمة كا^{2} غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، فيما عدا (الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها

المتلاحقة) لصالح أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط عند مستوى أقل من ٠,٠٥، وفي (الشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول بعض الأحداث) لصالح أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض عند مستوى أقل من ٠,٠٥.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض التاسع جزئياً.

الفرض العاشر:

تختلف درجة مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم(الجنس– نوع الدراسة– المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

١٠(أ)– الفروق بين الذكور والإناث أفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية:

جدول رقم (٤١) يوضح الفروق بين الذكور والإناث أفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية

الجنس / المتغير	ذكور (ن=٢٢٥)		إناث (ن=٢٢٥)		ت	مستوى المعنوية د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
درجة المصداقية	٢,٠	٠,٧٣	٢,١	٠,٧٧	-٠,٧٥٤	٠,٤٥١ غير دالة

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث أفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥

١٠(ب)– الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية:

جدول رقم (٤٢) يوضح الفروق بين طلاب الكليات النظرية والعملية من أفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية

نوع الدراسة / المتغير	نظرية (ن=٢٢٥)		عملية (ن=٢٢٥)		ت	مستوى المعنوية د.ح٤٤٨
	م	ع	م	ع		
درجة المصداقية	٢,٠	٠,٧٦	٢,١	٠,٧٤	-٠,٢٥١	٠,٨٠٢ غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية أفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥

١٠(ج)- الفروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية:

جدول رقم (٤٣) يوضح يوضح اختبار **LSD** المتوسطات والانحرافات المعيارية للمستوى الاقتصادي والاجتماعي لأفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية

المستوى الاقتصادي والاجتماعي		ن	متوسط	انحراف معياري	منخفض	متوسط	مرتفع
درجة المصداقية	منخفض	٧٨	١,٨	٠,٨٥		-٠,٢٥٣٦*	-٠,٣٣٣٣*
	متوسط	٢١٦	٢,١	٠,٧٢			-٠,٠٧٩٨
	مرتفع	١٥٦	٢,٢	٠,٧١			
	جملة	٤٥٠	٢,١	٠,٧٥			

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية لأفراد عينة الدراسة في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند متابعتهم للأحداث الجارية عند مستوى ٠,٠٥، حيث جاء أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى

الاقتصادي والاجتماعي المرتفع أكثر تصديقاً للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية بمتوسط ٢,٢، وجاء أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,١، وأخيراً جاء أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض أقل تصديقاً للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية بمتوسط ١,٨.

يتضح مما سبق ثبوت صحة الفرض العاشر جزئياً.

خلاصة البحث:

أولاً: أهم نتائج الدراسة:

١- تعتمد غالبية عينة الدراسة بصفة منتظمة (يومياً وأكثر من فترة) على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقعي الفيس بوك وتويتر في متابعة الأحداث الجارية.

٢- يهتم أفراد عينة الدراسة بمتابعة الأحداث الجارية بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة وخاصة الموضوعات المتنوعة، مما يعني أن هناك مجالات أخرى غير متابعة الأحداث الجارية تستحوذ على اهتمامات الشباب الجامعي بدرجة أكبر.

٣- تفضل عينة الدراسة قالب الخبر الصحفي في صياغة المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية، ويرجع ذلك إلى قدرة الخبر الصحفي على توصيل الحقائق والمعلومات إلى الجمهور في أقل عدد من الكلمات وفي أسرع وقت ممكن، بما يحقق الفورية والسرعة والسبق الصحفي، مع ترك تفاصيل الأحداث وتطوراتها إلى باقي القوالب الصحفية، بالإضافة إلى عدم وجود الوقت الكافي لدى الشباب الجامعي للاطلاع على تفاصيل هذا الكم الهائل من الأخبار يومياً.

٤- تعد حرية التعبير عن الرأي دون خوف أو تهديد من أهم أسباب اعتماد الشباب الجامعي على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية.

٥- غلبة دافع التعرف على مختلف الآراء في القضايا والأحداث الجارية على الدوافع الأخرى لاعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي ونجاحها في عرض أكثر من رأي أو وجهة نظر حول الأحداث التي تتناولها.

٦- غلبة هدف الفهم بنوعيه الذاتي والاجتماعي على أهداف اعتماد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، حيث يهدف الشباب الجامعي إلى الوقوف على ما يحدث في المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور في المستقبل.

٧- غلبة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، والتي تمثلت في الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة.

٨- أكدت غالبية أفراد عينة الدراسة على مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية سواء كانت بدرجة متوسطة أو كبيرة، أما من رأوا أن درجة هذه المصداقية منخفضة لجأوا إلى الاطلاع على أكثر من مصدر للتحقق من صدق المعلومات والبيانات بمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء التليفزيون من وجهة نظرهم أكثر هذه المصادر مصداقية عند تناوله للأحداث الجارية.

٩- عند تطبيق المعايير التي وضعها الباحث لقياس مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية، رأى أفراد عينة الدراسة أن شمولية واكتمال التغطية الصحفية جاءت في مقدمة معايير الموضوعية، ومعالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها جاءت في مقدمة معايير الصدق، ووضوح اللغة والبعد عن الغموض والمبالغة جاءت في مقدمة معايير الوضوح، والالتزام بالقواعد اللغوية التي تضمن سلامة النص الخبري جاءت في مقدمة معايير الدقة، ومراعاة الذوق والآداب العامة للمجتمع جاءت في مقدمة معايير الالتزام بأخلاقيات المهنة.

ثانياً: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة:

١- ثبت صحة الفرض الأول جزئياً: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وأهداف هذا الاعتماد.

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية (ضعيفة) بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وأهداف: (التعرف على المشكلات التي تواجهني وكيفية التعامل معها بنجاح، والتسلية وقضاء أوقات الفراغ وتحقيق السعادة من خلال

التواصل مع الآخرين، في حين لا توجد علاقة ارتباطية مع الأهداف الأخرى: (الوقوف على ما يحدث في المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور في المستقبل، والتعبير عن الرأي في القضايا والمشكلات التي تدور في المجتمع، واكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين).

٢- ثبت صحة الفرض الثاني جزئياً: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية وبعض التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد: (الاطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه الأحداث الجارية، ومشاركة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتعليق عليها والمشاركة في النقاش حول الأحداث الجارية الهامة) بينما لا توجد هذه العلاقة الارتباطية مع التأثيرات الأخرى مثل: (الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة، والشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول بعض الأحداث، وتكوين اتجاهات معينة نحو الأحداث الهامة التي تشغل الرأي العام، ومساعدة أصدقائي في الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة وفهم الأحداث الجارية).

٣- ثبت صحة الفرض الثالث كلياً: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية ومدى أهمية القضايا التي يتابعونها.

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية متوسطة بين المتغيرين، وجاءت الموضوعات المتنوعة في مقدمة الموضوعات التي يحرص أفراد عينة الدراسة على متابعتها بمواقع التواصل الاجتماعي.

٤- ثبت صحة الفرض الرابع كلياً: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم.

أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة اعتماد أفراد عينة الدراسة على المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة مصداقية هذه المواقع لديهم، وقد يرجع ذلك إلى صعوبة تحديد مصدر البيانات أو المعلومات أو عدم التوازن في عرض الرأي والرأي الآخر أو الغموض والالتباس في اللغة والمعنى أو عدم الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي.

٥- ثبت صحة الفرض الخامس كلياً: تختلف درجة كثافة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

توصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في درجة كثافة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور وطلاب الكليات النظرية وذوي المستويات الاقتصادية والاجتماعية المرتفعة، مما يعني أن الذكور وطلاب الكليات النظرية وذوي المستويات الاقتصادية والاجتماعية أكثر اعتماداً على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية عن ذويهم.

٦- ثبت صحة الفرض السادس جزئياً: تختلف أسباب اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

أكدت نتائج الدراسة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في أسباب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، فيما عدا (وسيلة فعالة في التغيير ومحاربة الفساد) كانت هناك فروق لصالح الذكور وطلاب الكليات النظرية، وما عدا (التحديث المستمر للمحتوى) كانت هناك فروق لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط، وما عدا (سهولة الوصول إلى المضامين الخبرية ومراجعتها من أكثر من مصدر) كانت هناك فروق لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض.

٧- ثبت صحة الفرض السابع جزئياً: تختلف دوافع اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

أكدت نتائج الدراسة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، ما عدا (التسلية وقضاء أوقات الفراغ) لصالح الإناث مما يعني أن الإناث تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي بدافع التسلية وقضاء أوقات الفراغ أكثر من الذكور.

٨- ثبت صحة الفرض الثامن جزئياً: تختلف أهداف اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في أهداف اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، ما عدا (اكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين) لصالح الإناث (والوقوف على ما يحدث في المجتمع من قضايا ومشكلات ووضع تصور لما سوف تكون عليه الأمور في المستقبل) لصالح طلاب الكليات النظرية (واكتساب مهارات اتصالية جديدة للتواصل بشكل أفضل مع الآخرين، والتسلية وقضاء أوقات الفراغ) لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض (وتحقيق السعادة من خلال التواصل مع الآخرين) لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط.

٩- ثبت صحة الفرض التاسع جزئياً: تختلف التأثيرات الناتجة عن اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي فى متابعة الأحداث الجارية باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

أكدت نتائج الدراسة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في التأثيرات الناتجة عن اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية، ما عدا (مساعدة أصدقائي في الجامعة وعلى مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة وفهم الأحداث الجارية) لصالح الذكور وطلاب الكليات النظرية، وما عدا (الحصول على المعلومات الكافية عن مختلف الأحداث الجارية وتطوراتها المتلاحقة) لصالح ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط، وما عدا (الشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول بعض الأحداث) لصالح أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض.

١٠- ثبت صحة الفرض العاشر جزئياً: تختلف درجة مصداقية المضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي باختلاف المتغيرات الديموجرافية لهم (الجنس- نوع الدراسة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي).

توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من حيث الجنس (الإناث والذكور) ونوع الدراسة (الكليات النظرية والكليات العملية) في درجة مصداقيتهم للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥، بينما كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة من حيث المستوى الاقتصادي والاجتماعي، حيث خلصت نتائج الدراسة إلى أن ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع أكثر تصديقاً للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية بمتوسط ٢,٤، وجاء ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط في المرتبة الثانية بمتوسط ٢,١، وأخيراً جاء ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض أقل تصديقاً للمضامين الخبرية بمواقع التواصل الاجتماعي عند تناولها للأحداث الجارية بمتوسط ١,٨، وقد يرجع ذلك إلى أن ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض أقل استخداماً وتعرضاً لمواقع التواصل الاجتماعي من ناحية، وفقدانهم الثقة في كل ما يدور حولهم من أحداث بسبب أوضاعهم الاقتصادية المتردية من ناحية أخرى.

هوامش البحث:

١- حسنين شفيق، **سيكولوجية الإعلام الجديد: ماذا فعلت الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الناس؟**، ط (١) (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٣)ص٨٩- ٨٢.

٢- ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، **نظريات الاتصال** (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦) ص١٢٠.

٣- ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة: كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧) ص ٤١٣.

٤- ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، **مرجع سابق**، ص ١٢٢.

٥- James Watson, Models of Mass Effects to Theory and Process (London: McMillan Press LTD. 1998) p.65.

٦- August E. Geant, et al., Television shopping Media System Dependency Perspective, Communication Research, Vol.18, No.6, December 1991, p.779.

٧- ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، **مرجع سابق**، ص ص ٣٥٢- ٣٥٣.

٨- محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط (٢) (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص ٦٩.

٩- Christian Lee, Effects of Internet Use on College Student,s Political Efficacy, Cyber Psychology&Behavior, Vol. 9, No.4,pp.415-422.

١٠- Itai Himelboim, Civil Society and Online Political Discourse: The Network Structure of Unrestricted Discussions, Communication Research, Vol.35, No.5, 2001, p. 642.

١١- محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص ص ٣٠٧- ٣١٠.

١٢- أحمد بدر، **أصول البحث العلمي ومناهجه**، ط (٩) (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ١٩٩٦) ص ٣٢.

١٣- محمد شفيق، **البحث الاجتماعي: الأسس والخطوات المنهجية** (الأسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٣) ص ١٠٨.

١٤- سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام**، ط (٣) (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩) ص ١٣٢.

١٥- أحمد بدر، **علوم الإعلام: البحث العلمي- المناهج- التطبيقات** (القاهرة: دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨) ص ٢٠٠.

١٦- منى أحمد مصطفى، **دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (٤٩) أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٤، ص ص ٢١٣- ٣١٣.

١٧- أحمد عادل عبد الفتاح، **التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي**، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٣).

١٨- أسامة محمد مكية، **دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري- دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي**، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣).

١٩- عبد الكريم صالح باحاج، **استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي**، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ٢٠١٣).

٢٠- علي محمد مثنى، **دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني**، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ٢٠١٣).

٢١- سماح محمد محمدي، **اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية: دراسة ميدانية بالتطبيق على الجولة الأولى من الانتخابات**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٠، أبريل- يونيه ٢٠١٢، صـ١١٩- ١٩٦.

٢٢- نها نبيل محمود، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١- دراسة تحليلية ميدانية**، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٢).

٢٣- أحمد فاروق رضوان، **اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام،جامعة القاهرة، العدد ٣٩، يناير- مارس ٢٠١٢، ص ص ١٢٧- ١٨٦.

٢٤- ماجدة مراد، **تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم الوعي السياسي لدى الشباب المصري الجامعي**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٢، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٢، ص ص ٧٣- ١٤٦.

٢٥- أحمد حسين محمدين، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام نحو الأحداث السياسية في مصر- دراسة حالة على الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢**، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر: الإعلام وبناء الدولة الحديثة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو ٢٠١٢، ص ص ٦٤٧- ٧٣٢.

٢٦- Chang, Y. & Zhu. D, Understanding Social networking Sites adoption in China: A Comparison of Preadoption and Post-adoption, Computers in Human Behavior, Vol.27, 2011, pp. 1840- 1848.

٢٧- Julie Wiest & Nahed Eltantawy, Social media in The Egyptian Revolution Reconsidering Resource Mobilization Theory, International Journal of Communication, No.5, 2011,pp. 1207-1227.

٢٨- أسماء مسعد عبد المجيد، **اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية- دراسة مسحية**، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة حلوان: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١١).

٢٩- داليا إبراهيم الدسوقي، **التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية**، المجلة

المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٩، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٤، ص٣٨٩- ٤٣٣.

٣٠- Axel Westerwick, Effects of Sponsorship, Website Design, and Google Ranking on the Credibility of Online Information, Journal of Computer-Mediated Communication, Issue. 18, 2013, pp. 194- 211.

٣١- Austin Lucinda, et al., How Audiences seek out Crisis Information: Exploring the Social-Mediated Crisis Communication Model, Journal of Applied Communication Research, Vol.40, Issue 2, May 2012, pp. 188-207.

٣٢- نرمين نبيل الأزرق، **الاستعانة بصحافة المواطن في مواقع الصحف المصرية بين تحقيق الحق في الاتصال وتطبيق أخلاقيات المهنة- دراسة لإشكاليات وضوابط اتخاذ القرار لدى القائم بالاتصال**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤١، يوليه- سبتمبر ٢٠١٢، ص ص ١٢١- ١٦١.

٣٣- Conference Papers: International Communication Association, 2011 Annual Meeting, pp. 1-23.

٣٤- Peter L. Pirolli et al., Finding Credible information sources in social Networks Based on content and Social Structure, International Conference on Privacy, Security, Risk, and Trust and IEEE International conference on Social Computing, (2011), pp. 1-8.

٣٥- Melita P. Kovacic et al., Credibility of Traditional Vs. online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions, Medijistraz. (god. 16, br.1) 2010, pp. 113-130.

٣٦- Minjeong Kang, Measuring Social Media Credibility: A study on Measure of Blog Credibility, Submitted to the Institute for Public Relations, for The 2009 Ketchum Excellence in Public Relations Research Award, 2010, pp. 1-31.

٣٧- Thorson Kjerstin et al., Credibility in context: How Uncivil Online Commentary Affects News Credibility, Mass Communication & Society, Vol.13, Issue.3, Jul-Aug 2010, pp. 289-313.

٣٨- Leach Jan, Creating Ethical Bridges from Journalism to Digital News, Nieman Reports, Vol.63, Issue.3, Fall, 2009, pp. 42-44.

٣٩- Cheung Ming, The Impact of New Media on the Encoding of Persuasive Massages in Direct Marketing, Conference Papers- International Communication Association, Annual Meeting 2008, pp. 1-33.

٤٠- Wang Zuoming et al., Helth Information, Credibility, Homophile, and Influence Via the Internet: Websites Versus Discussion Groups, Health Communication, Vol.23, Issue.4, Jul/Aug 2008, pp. 358-368.

٤١- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٧٥.

٤٢- داليا إبراهيم الدسوقي، **مرجع سابق**، ص ٤٠٧.

٤٣- منى أحمد مصطفى، **مرجع سابق**، ص ٢٦٢.

٤٤- عائشة البوسميط، **الصورة الذهنية لوسائل الإعلام الجديد ودورها الفاعل في تغيير الواقع الإعلامي**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤١، يوليو- سبتمبر ٢٠١٢، ص ٣٠٨.

٤٥- **المرجع السابق نفسه**، ص ٣١٠.

٤٦- **المرجع السابق نفسه**، ص ٣٠٩.

٤٧- محمود يوسف محمد وغالب علي شطناوي، **استخدامات الشباب الجامعي الأردني للمواقع الاجتماعية على الإنترنت وتأثيراتها- الفيس بوك أنموذجاً**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٣٨، يوليو- ديسمبر ٢٠١١، ص٢٨١.

٤٨- داليا إبراهيم الدسوقي، **مرجع سابق**، ص ٤٠٩.

٤٩- منى أحمد مصطفى، **مرجع سابق**، ص ٢٦٠.

٥٠- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٨١.

٥١- أحمد فاروق رضوان، **مرجع سابق**، ص ١٥٨.

٥٢- ممدوح عبد الواحد محمد، **شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي**، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة: الإعلام وبناء الدولة، ١- ٢ يوليو ٢٠١٢، ص ٨٢.

٥٣- آمال كمال، **علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بدعم الوعي السياسي لدى الشباب المصري الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٢، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٢، ص ٣٥.

٥٤- داليا إبراهيم الدسوقي، **مرجع سابق**، ص ٤١٥.

٥٥- منى أحمد مصطفى، **مرجع سابق**، ص ٢٥٨.

٥٦- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٨٤.

٥٧- منى أحمد مصطفى، **مرجع سابق**، ص ٢٥٨.

٥٨- أحمد فاروق رضوان، **مرجع سابق**، ص ١٦٢.

٥٩- داليا إبراهيم الدسوقي، **مرجع سابق**، ص ٤٢٣.

٦٠- منى أحمد مصطفى، **مرجع سابق**، ص ٢٧١.

٦١- عائشة البوسميط، **مرجع سابق**، ص ٣١٨.

٦٢- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٩٤.

٦٣- عائشة البوسميط، **مرجع سابق**، ص ٣١٩.

٦٤- أحمد فاروق رضوان، **مرجع سابق**، ص ١٥٩.

٦٥- سماح محمد محمدي، **مرجع سابق**، ص ١٥٣.

٦٦- عائشة البوسميط، **مرجع سابق**، ص ٣١٨.

٦٧- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٧٧.

٦٨- عائشة البوسميط، **مرجع سابق**، ص ص ٣١٦- ٣١٨.

٦٩- سماح محمد محمدي، **مرجع سابق**، ص ١٦١.

٧٠- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٧٤.

٧١- داليا إبراهيم الدسوقي، **مرجع سابق**، ص ٤١٠.

٧٢- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٧٠٠.

٧٣- أحمد فاروق رضوان، **مرجع سابق**، ص ١٦٦.

٧٤- عائشة البوسميط، **مرجع سابق**، ص ص ٣١٩- ٣٢٠.

٧٥- داليا إبراهيم الدسوقي، **مرجع سابق**، ص ٤١٩.

٧٦- **المرجع السابق نفسه**، ص ٤٢٥.

٧٧- **سماح محمد محمدي**، مرجع سابق، ص ١٥٤.

٧٨- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٩٥.

٧٩- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٨٣.

٨٠- عائشة البوسميط، **مرجع سابق**، ص ٣١٣.

٨١- عائشة البوسميط، **مرجع سابق**، ص ٣١٢.

٨٢- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٩١.

٨٣- أحمد حسين محمدين، **مرجع سابق**، ص ٦٩٢.

٨٤- أحمد فاروق رضوان، **مرجع سابق**، ص ١٥٨.

٨٥- داليا إبراهيم الدسوقي، **مرجع سابق**، ص ٤٢٥.