



جامعة عين شمس

معهد الدراسات العليا للطفولة

قسم الإعلام وثقافة الأطفال

العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية

رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة

في دراسات الإعلام وثقافة الأطفال

إعداد الباحث

أحمد محمد محمد حسن رفاعي

تحت إشراف

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال
أحمد مصطفى عمران

أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام
وثقافة الأطفال

أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام
وثقافة الأطفال

أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام
وثقافة الأطفال

معهد الدراسات العليا للطفولة

معهد الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

جامعة عين شمس

رئيس قسم الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم

(فبراير 2014م/ربيع الآخر 1435هـ)

إهداء

إلى أبي وروح أمي

الذان أحاطاني بعطفهما ورعايتهما وغمراني بدعواتهما الصادقة

إلى أساتذتي الذين علموني أبجدية العمل الإعلامي

إلى ابني إياد و ابنتي ايثار

إلى زوجتي رفيقة حياتي

من أعانتني على بلوغ مأربي

وقاسمتني سهري ومعاناتي لإنجاز هذا البحث

إلى أختي الحبيبة

إلى زميلي رفيق دربي (أسامة عبدالرحمن)

أهدي هذا الجهد المتواضع وفاءً وتقديراً

الباحث



جامعة عين شمس

معهد الدراسات العليا للطفولة

قسم الإعلام وثقافة الأطفال

صفحة العنوان

عنوان الرسالة : العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

اسم الطالب : أحمد محمد محمد حسن رفاعي

الدرجة العلمية : الدكتوراه

القسم التابع له : الإعلام وثقافة الأطفال

اسم المعهد : معهد الدراسات العليا للطفولة

الجامعة : جامعة عين شمس

سنة التسجيل : 2011

سنة التخرج :

سنة المنح :



جامعة عين شمس

معهد الدراسات العليا للطفولة

قسم الإعلام وثقافة الأطفال

اسم الطالب : أحمد محمد محمد حسن رفاعي

عنوان الرسالة : العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.:

اسم الدرجة : دكتوراه

أسماء ووظائف أعضاء اللجنة

الوظيفة

الاسم

أستاذ الإعلام المتفرغ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

1 - أ.د/ محمد معوض إبراهيم

معهد الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس (رئيسا ومناقشا)

أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال

2 - أ.د/ محمود حسن إسماعيل

معهد الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس (عضوا ومشرفا)

أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاذاعة والتلفزيون

3 - أ.د/ هويدا سيد مصطفى

كلية الاعلام / جامعة القاهرة (عضوا ومناقشا)

أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال

4 - أ.م.د/ منى أحمد مصطفى عمران

معهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس

ورئيس قسم الصحافة بأكاديمية اخبار اليوم (عضوا ومشرفا)

تاريخ البحث والتسجيل

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ / 2014م

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة / 2014م

موافقة مجلس المعهد / 2014م

شكر وتقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ ﴾

سورة الأعراف 43

الحمد لله رب العالمين ،حمداً يليق بمقامه الكريم ،وأشكر أفضاله ونعمه التي لا تعد ولا تحصى على شخصي وعلى العالمين ،أحمده تعالى وأشكر فضله على منحته العظيمة لشخصي الضعيف حيث هداني إلى نخبة من العلماء الأفاضل فكانوا خير موجهين ومرشدين على درب العلم وسبيل المعرفة ، الذين قال فيهم رسول الله صلى الله عليه وسلم "العلماء ورثة الانبياء" ،وقال معاذ بن جبل "تعلموا العلم فإن تعلمه لله خشية ومذاكرته تسبيح والبحث عنه جهاد وتعليمه لمن لا يعلمه صدقة وبذله لأهله قرينة¹ ،وحسبنا في ذلك قول ربنا جل في علاه "إنما يخشى الله من عباده العلماء " ومن خلال حديث النبي صلى الله عليه وسلم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله "وإن هؤلاء الأساتذة لم يخلوا على بوقتهم الغالي ونصحهم وإرشادهم لي إلى طريق العلم الصحيح الذي استطعت به أن أصل إلى هذا البحث الذي أرجوا من الله عز وجل أن ينال رضاهم وأن يكون شمعة مضيئة لمن يريد أن يكمل بعدي، نفع به وطننا الغالي ، وإعترافاً لأهل الفضل بفضلهم ونحسبهم كذلك ولا نزكى على الله أحداً . :

* أتقدم بخالص شكري وتقديري وعرفاني بالجميل إلى أستاذي الفاضل العالم الجليل الأستاذ

الدكتور ii.ã.Ã محمود حسن إسماعيل أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس ، والذي سعدت بإشرافه على هذه الدراسة فكان بعلمه الفياض وتوجيهاته العلمية السديدة والبناءة التي قدمها لي طوال سنوات دراستي بالمعهد وكانت لها عظيم الأثر في إتمام هذه الدراسة، فمهما تقدمت من شكر وتقدير ،فإن قلبي ولساني يعجزان عن الوفاء بحقه، أطال الله في عمره وأدام عليه الصحة والعافية، فلك منى استاذي التحية والعرفان وعظيم التقدير ،وجزاه الله خير الجزاء.

* كما أتقدم بخالص شكري وتقديري إلى أستاذتي الفاضلة الدكتورة ii.ã.Ã منى أحمد مصطفى عمران أستاذ

الإعلام المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس ، والتي سعدت بإشرافها على هذه الدراسة والتي لا توافيها كلمات الشكر والثناء حقها لما أعطته لي من علمها بجد وإخلاص وتوجيهاتها الدقيقة وروحها الطيبة وابتساماتها الأبوية وتذليل كل الصعاب التي واجهتني منذ بداية الدراسة وحتى نهايتها ،أطال الله في عمرها ومتعها بالصحة والعافية ،فهذا ما تعودناه من سيادتها دائما كطلاب ننهل من وافر علمها ،فلها كل الشكر والتقدير أستاذة جلييلة في محراب العلم وعالمة فاضلة في ميدان المعرفة فجزاها الله عني وعن جميع الباحثين خير الجزاء لما قدمته و ستقدمه دائما إن شاء الله من نصح وإرشاد وتشجيع علمي دائم ، فلك أستاذتي كل التحية والتقدير .

¹الامام ابو حامد الغزالي : إحياء علوم الدين ، (القاهرة : دار احياء الكتب العربية، دبت)،صص 6-12.

* كما أتقدم بخالص شكري وتقديري وعرفاني بالجميل إلى أستاذي الفاضل العالم الجليل الأستاذ الدكتور

II.Ã / محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام المتفرغ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة / جامعة عين شمس ، لقبول وتفضل سيادته دعوة مناقشة هذه الرسالة المتواضعة للاستفادة من خبراته العلمية الفياضة وبحوثه في مجال الاعلام فله منى جزيل الشكر والتقدير لما قدمه من دراسات وبحوث أثرت المكتبة الإعلامية ، فتحية إعزاز وتقدير لما قدم سيادته في مجال الإعلام ، أطال الله في عمره وأدام عليه الصحة والعافية وجعله نبراسا يهتدي به كل باحث وجزاه الله عنى خير الجزاء.

* كما أتقدم بخالص شكري وتقديري وعرفاني بالجميل إلى الأستاذة الدكتورة II.Ã / هويدا سيد مصطفى أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاذاعة والتلفزيون كلية الاعلام / جامعة القاهرة لقبول وتفضل سيادتها دعوة مناقشة هذه الرسالة المتواضعة للاستفادة من خبرات سيادتها الرشيدة في الجانب العلمي و العملي ، فلها منى عميق الشكر والعرفان بالجميل لما قدمته لي ولزملائي من أبحاث وكتابات في مجال الإعلام نستقى منها معارفنا ،أسأل الله عز وجل أن يجزيها عنى خير الجزاء.

وبكل الحب والإخلاص أتوجه بعميق شكرى وإمتنانى وإعترافى بالجميل إلى من كانا يتمنيا رؤيتى في هذا المقام ،إلى من كانا بالنسبة لي نورا وهداية أستضيء بهما كلما أملت بى الصعاب فمهما كتبت ومهما قلت فلن أوفيها حقهما (أبى وروح أمي)، وإلى زوجتي رفيقة حياتي التي أعانتني على بلوغ مأربي وقاسمتني سهري ومعاناتي، وإلى ابني الحبيب إياد وابنتي ايثار ، وإلى أختي الحبيبة وعائلتي الكريمة كل الشكر والتقدير لمساندتهم وتشجيعهم المستمر لى من أجل إتمام هذا العمل .

ولا يفوتني في هذا المقام أن أتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى زميلي ورفيق دربي الذي شاركني أنفاسي في هذا العمل المتواضع (أسامة محمد عبد الرحمن) فله منى تحية تقدير وعرفان، وشكر لكل من حضر اليوم ليشاركني إتمام هذا العمل.

وأخيراً وليس آخراً فإن الكمال لله وحده وإن كان في هذا العمل العلمي بعض القصور، فهنيئاً من طبيعة البشر وإن كان فيه بعض الإلتقان فذلك توفيق من الله عز وجل وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

الباحث

مستخلص الدراسة

عنوان الرسالة:العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية

اسم الباحث : أحمد محمد محمد حسن رفاعي

جهة البحث : جامعة عين شمس - معهد الدراسات العليا للطفولة قسم الإعلام وثقافة الأطفال

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على معلومات عن القضايا السياسية واكتسابهم بعض القيم السياسية، والكشف عن الفروق بين الشباب المصري عينة الدراسة من حيث متغيرات الدراسة ومنها (النوع والإقامة والمستوى الاقتصادي الاجتماعي والجامعات وكثافة الاستخدام) في درجة اكتساب القيم السياسية من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث اعتمدت على منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (366 مفردة) تم اختيارها من عينة عشوائية قوامها (400 مفردة) من الشباب المصري، تتراوح أعمارهم بين (18-21 سنة) ، تم اختيارهم من الجامعات الأربعة على النحو التالي:.

- جامعة المنصورة: ممثلة للجامعات الحكومية الإقليمية بالمناطق الريفية .

- جامعة الزقازيق : ممثلة للجامعات الحكومية الإقليمية بالمناطق الريفية .

- جامعة عين شمس: ممثلة للجامعات الحكومية بالمناطق الحضرية .

- جامعة القاهرة: ممثلة للجامعات الحكومية بالمناطق الحضرية .

وقد استخدمت الدراسة مجموعة من الأدوات تتمثل في الآتي :

1 - استبيان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واشتملت استمارة الاستبيان على (27 سؤالاً).

2 - مقياس القيم السياسية وأشتمل على (50 عبارة).

3 - استمارة المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها :-

(1) ثبت صحة الفرض الأول والرئيس للدراسة الذي ينص على :

" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية".

(2) نسبة 54.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت دائما ، ونسبة 37% منهم يستخدمونها أحيانا، وارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت لدى أفراد عينة الذكور 93.5% في مقابل أفراد عينة الإناث 89.5%.

(3) أهم دوافع استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ، أنها توفر لهم ما يحتاجون إليه من معلومات سياسية ، والتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على الموضوعات السياسية ، توفر لهم مساحة للحرية المتاحة في التعبير عن الرأي والمشاركة السياسية، مع عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة طبقا لمتغيرات الدراسة (النوع – الإقامة – الجامعة) في أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي ، بينما يوجد فروق دالة إحصائية لصالح ذوى المستوى المنخفض وقليل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي .

(4) ارتفاع معدل اهتمام أفراد العينة (الشباب المصري) بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية أثناء استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي ، وكانت نسبة 50.8% من أفراد العينة يهتمون بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة ، وأن نسبة 33.9% منهم يهتمون بقراءة الأخبار السياسية بدرجة كبيرة ، وأن نسبة 9.8% منهم يهتم بدرجة منخفضة ، وأن نسبة 5.5% منهم لا يهتم على الإطلاق .

(5) ارتفاع نسبة مساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب المصري ببعض القضايا السياسية.

١٠٠٠\k]Û É :í ét :-

Key words

1- Social Networking Sites

2- Egyptian Youth

3- Rely on the media Theory

4- Political values

الكلمات المفتاحية باللغة العربية

1 - مواقع التواصل الاجتماعي

2 - الشباب المصري

3 - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

4 - القيم السياسية

Ê.ã<.l+èçk/ :

المحتويات	رقم الصفحة
مستخلص الدراسة	و
فهرس الجداول	ط - ع
مقدمة الدراسة	5-2
الفصل الأول الإجراءات المنهجية للدراسة	56-7
أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها	8-7
ثانياً: أهمية الدراسة	9
ثالثاً: أهداف الدراسة	10-9
رابعاً: حدود الدراسة	10
خامساً: الدراسات والبحوث العربية والأجنبية السابقة	42-11
سادساً: المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في الدراسة	46-42
سابعاً: متغيرات الدراسة	46
ثامناً: فروض الدراسة	47-46
تاسعاً: نوع الدراسة	47
عاشراً: منهج الدراسة	47
حادي عشر: مجتمع الدراسة	47
ثاني عشر: عينة الدراسة	50-47
ثالث عشر: أدوات الدراسة	53-50
رابع عشر: اختبار الصدق والثبات	56-53
خامس عشر: أساليب المعالجة الإحصائية	56
الخلاصة	56
الفصل الثاني الإطار المعرفي والنظري للدراسة	123-58
أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي	86-58
1- الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	60-59
2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي	62-61
3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	62
4- التفاعلية ومواقع التواصل الاجتماعي	65-62
5- الخصوصية علي مواقع التواصل الاجتماعي	67-65
6- محتويات مواقع التواصل الاجتماعية	68-67
7- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	69-68
8- أشهر شبكات التواصل الاجتماعي	86-69

المحتويات	رقم الصفحة
ثانيا: القيم السياسية	115-87
1- القيم	88-87
2- القيم السياسية	91-89
3- أهمية القيم السياسية	91
4- خصائص القيم السياسية	92
5- مصادر اشتقاق القيم السياسية	95-93
6- مؤسسات إكساب القيم السياسية	102-96
7- متطلبات الشباب المصري من القيم السياسية	113-102
8- دور وسائل الإعلام في إكساب الشباب المصري القيم السياسية	115-113
ثالثا: مواقع التواصل الاجتماعي والقيم السياسية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	123-115
1- مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	116-115
2- الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	116
3- الركائز التي تقوم عليها علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام	117
4- مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	118
5- أوجه القصور في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	119
6- الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام	121-119
7- أسباب ارتفاع نسبة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية	122-121
8- أهمية تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة	122
9- الاستفادة التي حققتها هذه الدراسة من تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	123
الخلاصة	123
الفصل الثالث	
نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها	248-125
أولا: النتائج المتعلقة باستمارة الاستبيان	222-125
ثانيا: النتائج المتعلقة بنتائج مقياس القيم السياسية	241-223
ثالثا: اختبار صحة الفروض ومناقشتها	248-241
الخلاصة	248
الخاتمة	254-250
أولا: ملخص نتائج الدراسة	253-250
ثانيا: توصيات الدراسة	254
ثالثا: الجهات المستفيدة من نتائج الدراسة الحالية	254
رابعا: الهممات المقترحة	254
المراجع العربية والأجنبية	274-256
أولا: المراجع العربية	269-256
ثانيا: المراجع الأجنبية	274-270

المحتويات	رقم الصفحة
ملاحق الدراسة	293-276
ملحق رقم (1) أسماء السادة المحكمين	277
ملحق رقم (2) الموافقات الرسمية	280-279
ملحق رقم (3) استمارة المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة	282
ملحق رقم (4) استمارة الاستبيان	289-284
ملحق رقم (5) مقياس القيم السياسية	293-291
ملخصات الدراسة	303-295
أولاً: ملخص الدراسة باللغة العربية	298-295
ثانياً: ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية	303-299

١٠.١ : $\frac{1}{2}$: $\frac{1}{2}$

رقم الجدول	موضوع الجدول	رقم الصفحة
1	متغيرات الدراسة	46
2	خصائص عينة الدراسة	48
3	الأدوات التي استخدمها الباحث في الدراسة	51
4	أرقام العبارات لكل قيمة سياسية الموجبة منها والسالبة في المقياس	52
5	مقياس ليكرت	52
6	ما تضمنته استمارة المستوى الاجتماعي الاقتصادي	53
7	جمع الدرجات التي وردت في استمارة المستوى الاجتماعي الاقتصادي	53
8	مصفوفة الارتباطات في مقياس القيم السياسية	54
9	معامل ألفا كرونباخ صدق وثبات المقياس	55
10	التكرارات والنسب المئوية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت	125
11	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت	126
12	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت	127
13	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	128
14	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	128
15	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين (قليل الاستخدام - متوسط الاستخدام - كثيف الاستخدام) في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	129
16	التكرارات والنسب المئوية عن أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الآخرين	130
17	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الآخرين	131
18	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الآخرين	132

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
133	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الآخرين	19
134	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية أسباب عدم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الآخرين	20
135	التكرارات والنسب المئوية عن بداية استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	21
135	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث بداية استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	22
136	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر بداية استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	23
137	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) بداية استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	24
138	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية بداية استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	25
139	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين (قليل الاستخدام - متوسط الاستخدام - كثيف الاستخدام) بداية استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي	26
140	تكرارات وترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعي بالإنترنت التي يعتمد عليها الشباب المصري في الحصول علي المعلومات عن القضايا السياسية	27
141	التكرارات والنسب المئوية لعدد أيام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع	28
142	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في كثافة استخدام الشباب المصري الأسبوعي لمواقع التواصل الاجتماعي	29
143	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة استخدام الشباب المصري الأسبوعي لمواقع التواصل الاجتماعي	30
144	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في كثافة استخدام الشباب المصري الأسبوعي لمواقع التواصل الاجتماعي	31
145	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في كثافة استخدام الشباب المصري الأسبوعي لمواقع التواصل الاجتماعي	32
145	التكرارات والنسب المئوية لعدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	33
146	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	34
147	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	35
148	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	36
149	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم	37
150	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقياس أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي	38
152	قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث على مقياس أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي	39
152	قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر على مقياس أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي	40

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
153	تحليل التباين لدلالة الفروق باختلاف متغيرات (الجامعة – المستوى الاجتماعي الاقتصادي- كثافة الاستخدام) على مقياس أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي	41
154	اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للجامعة والمستوى الاجتماعي وكثافة الاستخدام على مقياس أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي	42
155	التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب للأنشطة التي تقوم بها (عينة الدراسة) أثناء استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي	43
156	قيمة Z للأنشطة التي يقوم بها الذكور والإناث في مواقع التواصل الاجتماعي	44
158	قيمة Z للأنشطة التي يقوم بها الشباب المصري المقيمين بالريف والحضر في مواقع التواصل الاجتماعي	45
160	قيمة كا2 للأنشطة التي يقوم بها الشباب المصري باختلاف الجامعات في مواقع التواصل الاجتماعي	46
162	قيمة كا2 للأنشطة التي يقوم بها الشباب المصري باختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي	47
164	التكرارات والمتوسط وترتيب مجموعات النقاش التي يحرص عليها الشباب المصري بالمشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	48
165	التكرارات والنسب المئوية لأساليب عرض المعلومات التي يفضل الشباب المصري متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	49
165	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في أساليب عرض المعلومات التي يفضل الشباب المصري متابعتها	50
166	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في أساليب عرض المعلومات التي يفضل الشباب المصري متابعتها	51
167	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في أساليب عرض المعلومات التي يفضل الشباب المصري متابعتها	52
168	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في أساليب عرض المعلومات التي يفضل الشباب المصري متابعتها	53
169	التكرارات والنسب المئوية لمدى ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	54
170	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجنسين (ذكور – إناث) في مدى ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	55
170	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مدى ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	56
171	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في مدى ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	57
172	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مدى ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	58
172	توزيع والنسب المئوية تحديد درجة ثقة عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	59
173	التكرارات والنسب المئوية لعدم ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	60
174	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجنسين (ذكور – إناث) في عدم ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	61

رقم الجدول	موضوع الجدول	رقم الصفحة
62	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مدى عدم الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	174
63	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في عدم ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	175
64	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في عدم ثقة الشباب المصري في المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	176
65	ترتيب نوعية الأخبار التي يتابعها الشباب المصري أثناء استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي	176
66	التكرارات والنسب المئوية معدل اهتمام أفراد العينة (الشباب المصري) بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	177
67	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجنسين (ذكور - إناث) معدل اهتمام أفراد العينة (الشباب المصري) بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية.	178
68	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر معدل اهتمام أفراد العينة (الشباب المصري) بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية	179
69	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات في معدل اهتمام أفراد العينة (الشباب المصري) بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية	179
70	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية معدل اهتمام أفراد العينة (الشباب المصري) بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية	180
71	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين (قليل الاستخدام - متوسط الاستخدام - كثيف الاستخدام) معدل اهتمام أفراد العينة بقراءة الأخبار السياسية التي تتضمن قيم سياسية	181
72	التكرارات وعدد النقاط والمتوسط والترتيب في رأى الشباب المصري في تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا السياسية المطروحة على الساحة	182
73	قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث على مقياس رأى الشباب المصري في تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا السياسية المطروحة على الساحة	182
74	قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والحضر في أسباب متابعتك لنشرات الأخبار	183
75	تحليل التباين لدلالة الفروق باختلاف متغيرات (الجامعة - المستوى الاجتماعي الاقتصادي - كثافة الاستخدام) على مقياس رأى الشباب المصري في تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا السياسية	183
76	اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للجامعة والمستوى الاجتماعي وكثافة الاستخدام على مقياس رأى الشباب المصري في تغطية مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا السياسية المطروحة على الساحة	184
77	التكرارات والنسب المئوية مساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب المصري ببعض القضايا السياسية	185
78	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في مساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب المصري ببعض القضايا السياسية	186
79	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب المصري ببعض القضايا السياسية	187

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
187	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجامعات(المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في مساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب المصري ببعض القضايا السياسية	80
188	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب المصري ببعض القضايا السياسية	81
189	التكرارات والنسب المئوية الأوقات التي يزيد اعتماد الشباب المصري فيها على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	82
190	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في الأوقات التي يزيد اعتماد الشباب المصري فيها على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	83
191	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المقيمين (ريف- حضر) في الأوقات التي يزيد اعتماد الشباب المصري فيها على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	84
191	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجامعات(المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في الأوقات التي يزيد اعتماد الشباب المصري فيها على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	85
192	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في الأوقات التي يزيد اعتماد الشباب المصري فيها على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	86
193	ترتيب صفحات الصحف بمواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب المصري للحصول على المعلومات حول الأحداث السياسية	87
194	ترتيب صفحات القنوات التلفزيونية بمواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب المصري للحصول على المعلومات حول الأحداث السياسية	88
195	التكرارات والنسب المئوية لمدى مشاركتهم في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	89
196	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجنسين (ذكور -إناث) لمدى مشاركتهم في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	90
196	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر لمدى مشاركتهم في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	91
197	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجامعات(المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) لمدى مشاركتهم في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	92
197	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية لمدى مشاركتهم في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	93
198	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين (قليل الاستخدام - متوسط الاستخدام - كثيف الاستخدام) لمدى مشاركتهم في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	94
199	التكرارات والنسب المئوية لعدم المشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	95
199	قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الجنسين (ذكور -إناث) لعدم المشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	96

رقم الجدول	موضوع الجدول	رقم الصفحة
97	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر لعدم المشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	200
98	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) لعدم المشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	201
99	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية لعدم المشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	202
100	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين (قليل الاستخدام - متوسط الاستخدام - كثيف الاستخدام) لعدم المشاركة في نشاط سياسي أو حدث سياسي دعت إليه إحدى مواقع التواصل الاجتماعي	202
101	التكرارات والنسب المئوية لأشكال المشاركة السياسية التي شجعت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب المصري على القيام بها	203
102	قيمة Z لأشكال المشاركة السياسية التي شجعت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب المصري الذكور والإناث (عينة الدراسة) على القيام بها	204
103	قيمة Z لأشكال المشاركة السياسية التي شجعت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب المصري المقيمين بالريف والحضر على القيام بها	205
104	قيمة كا 2 لأشكال المشاركة السياسية التي شجعت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب المصري باختلاف الجامعة على القيام بها	207
105	كا 2 لأشكال المشاركة السياسية التي شجعت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب المصري باختلاف المستوى الاقتصادي الاجتماعي على القيام بها	208
106	التكرارات والنسب المئوية لوجود آثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجوانب السياسية	209
107	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجنسين (ذكور - إناث) في وجود آثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجوانب السياسية	210
108	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في وجود آثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجوانب السياسية	210
109	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) في وجود آثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجوانب السياسية	211
110	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في وجود آثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجوانب السياسية	211
111	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين كثافة الاستخدام (قليل الاستخدام - متوسط الاستخدام - كثيف الاستخدام) في وجود آثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجوانب السياسية	212
112	التكرارات والنسب المئوية للآثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع القضايا والأحداث السياسية	213
113	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجنسين (ذكور - إناث) للآثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع القضايا والأحداث السياسية	214
114	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر للآثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع القضايا والأحداث السياسية	215
115	قيمة كا 2 لدلالة الفروق بين الجامعات (المنصورة - الزقازيق - عين شمس - القاهرة) للآثار سلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع القضايا والأحداث السياسية	216