



كلية الإعلام

قسم الإذاعة و التلفزيون

الصورة الإعلامية لمسئولى الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعى و انعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير فى الإعلام

إعداد

الباحثة/ مونيكا ميشيل حنا جاب الله

إشراف

أ.د/نسمة البطريق

الأستاذ بقسم الإذاعة و التلفزيون

كلية الإعلام – جامعة القاهرة

1438 هـ / 2017 م

شكر وتقدير

أولاً أشكر الله الذى وفقني رغم كل ما واجهت من صعوبات لإتمام هذا الجهد العلمى، الله الذى لا يستحيل عليه شئ و القادر على كل شئ. فكان الله معي و لذلك لم أخشى ما واجهت من صعوبات . شكرا يارب على نعمك الكثيرة التي لا تحصى و لا تعد . ثانياً أجد لزاماً عليّ أن أعبر عن خالص شكري وتقديري لسيادة أ.د/ نسمة البطريق أستاذ بقسم الإذاعة و التلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة على جهدها الذى بذلته معي، ووقتها الذى كرّسته لى رغم مسؤولياتها الكثيرة، واهتمامها الدائم بتفاصيل ومجريات هذا البحث، فكانت لملاحظاتها القيمة الدور الكبير فى إكسابي المزيد من المعرفة البحثية وصقل قدراتي العلمية .

كما أتقدم بالشكر الجزيل لسيادة أ.د/ السيد البهنسي أستاذ العلاقات العامة بكلية الآداب قسم إعلام بجامعة عين شمس على تشريفه بالموافقة على المشاركة بمناقشة هذه الرسالة ، فكل الشكر له على إتاحة الفرصة لأنهل من علمه الغزير، وكلّى يقين أنه أثرى المناقشة بملاحظاته العلمية الدقيقة، وأدعو الله أن يجيزه عنى خير الجزاء . وكذلك كل الشكر لسيادة أ.د/ شيماء ذو الفقار أستاذ بقسم الإذاعة و التلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة ، على موافقتها الكريمة بقبول مناقشة هذه الرسالة، مما يتيح لى فرصة التزود من خبرتها، والاستفادة من ملاحظتها.

وأنتقدم بالشكر والعرفان لكل من قدم لى العون والمساعدة فى هذا البحث، وأخص منهم الأساتذة الكرام فى كليه الإعلام والكليات الأخرى الذين قاموا بتحكيم الاستمارة التحليلية والاستمارة الميدانية.

ولا أغفل هنا عن تقديم الشكر والتقدير لوالدي ووالدي والاعتراف بفضلهما ودعمهم وتشجيعهم لى وأيضاً أشكر جميع أفراد عائلتي الذين قدموا لى العون فى إتمام هذا البحث بهذا الشكل، وكذلك لا أستطيع أن أنكر الدور الذى قامت به صديقتي (ماهيّتاب جمال) المعيدة بقسم الإذاعة و التلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة التى ساعدتني كثيراً فى الرسالة و خصوصاً إجراء الدراسة الميدانية.

وجزى الله الجميع خير الجزاء

مقدمة :

انتشرت في الأونة الأخيرة فكرة استخدام وسائل الإعلام الجديدة كأداة سياسية لتكوين صورة محددة لشخص ما أو شئ أو مؤسسة في أذهان الشباب. و من أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداماً هي مواقع التواصل الاجتماعي التي انتشرت بشكل ملحوظ في الأونة الأخيرة . بناء عليه ، استغل القائمين بالإتصال مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة أغراضهم السياسية و التأثير على الشباب حيث إن الشباب ينجذب دائماً إلى ما هو جديد و منذ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في القرن الواحد والعشرين و جمهور الشباب الذي يستخدمها في تزايد متطرد يومياً.و بذلك تغير الغرض من مواقع التواصل الاجتماعي من غرض اجتماعي إلى غرض سياسي كما سيتبين من خلال ذلك البحث.

يستهدف ذلك البحث الكشف عن طبيعة الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم نشرها على صفحات العينة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و قياس اتجاهات الشباب السياسية نحو الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة التي يتم نشرها على صفحات العينة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و ذلك لمعرفة تأثير الصورة الإعلامية على الصورة الذهنية لمسئولي الحكومة لدى الشباب عينة الدراسة.

من هذا المنظور يأتي البحث الحالي متضمناً تحليل للصورة الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي و انعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب ، و ذلك من خلال عدة فصول : الفصل الأول بعنوان " الإطار المنهجي للدراسة " و يتضمن : مشكلة الرسالة و أهميتها ، أهداف و تساؤلات الدراسة ، فروض الدراسة ، متغيرات الدراسة ، مفاهيم الدراسة ، الدراسات السابقة ، الاستفادة من الدراسات السابقة ، الإجراءات المنهجية للدراسة ، نوع الدراسة و منهجها ، مجتمع و عينة الدراسة ، أدوات جمع البيانات ، المعالجة الإحصائية للبيانات .

أما الفصل الثاني فهو بعنوان " نظرية الغرس الثقافي " و يناقش مفهوم الغرس الثقافي ، نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي ، عملية الغرس الثقافي ، مستويات الغرس ، أهم مفاهيم الغرس الثقافي ، متغيرات نظرية الغرس الثقافي ، فروض نظرية الغرس ، العلاقة بين الغرس و الصورة الذهنية ، علاقة نظرية الغرس الثقافي بالبحث ، الإتجاهات المعاصرة للنظرية ، الإنتقادات التي تعرضت لها نظرية الغرس الثقافي .

و يأتي الفصل الثالث بعنوان " الصورة الإعلامية و الصورة الذهنية " و يتضمن مبحثين : المبحث الأول يناقش مفهوم الصورة الإعلامية ، بناء الصورة الإعلامية ، خصائص الصورة الإعلامية ، تأثير الصورة الإعلامية ، أنواع الصورة الإعلامية ، دور و وسائل الإعلام في خلق الصورة الإعلامية ، أهمية الصورة الإعلامية ، وظائف الصورة الإعلامية ، دور وسائل الإعلام في نقل الصور السياسية

، سلبيات الصورة الإعلامية. أما المبحث الثاني يناقش مفهوم الصورة الذهنية ، عملية تكوين الصورة الذهنية ، أنواع الصورة الذهنية ، سمات الصورة الذهنية ، خصائص الصورة الذهنية ، أهمية الصورة الذهنية ، دور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية .

أما الفصل الرابع فهو أكبر فصل حيث يتضمن ثلاثة مباحث : المبحث الأول يناقش مفهوم مسئول الحكومة ، أهمية وسائل الإعلام في الحياة السياسية و الدور السياسي لموقع الفيسبوك . لكن المبحث الثاني يعرض تعريف لمرحلة الشباب ، أدوار الشباب ، الشباب و مواقع التواصل الاجتماعي ، مدى اعتماد الشباب المصري على الانترنت و مدى معرفتهم السياسية وأهمية موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار .والمبحث الثالث يناقش مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ، مميزات مواقع التواصل الاجتماعي ، خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ، الدور السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي ، نشأة و تطور الفيسبوك ، أثر الفيس بوك سياسياً ، خصائص الفيسبوك.

و في الفصل الخامس تستعرض الباحثة الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية التي تشمل الأتي : الهدف من الدراسة التحليلية ، تساؤلات الدراسة التحليلية ، فروض الدراسة التحليلية ، مجتمع الدراسة التحليلية ، عينة الدراسة التحليلية ، التعريفات الإجرائية للمفاهيم ، أداة جمع البيانات ، تصميم صحيفة تحليل المضمون ، وحدات و فئات تحليل المضمون ، اختباري الصدق و الثبات للدراسة، نتائج تحليل المضمون.التي تنقسم إلى نتائج عامة تحلل مضمون المنشورات على الصفحات عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و نتائج فروض الدراسة التحليلية .

أما الفصل السادس هو آخر فصل بالدراسة حيث تستعرض الباحثة الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية التي تشمل الأتي : الهدف من الدراسة الميدانية ، تساؤلات الدراسة الميدانية ، فروض الدراسة الميدانية ، مجتمع الدراسة الميدانية ، عينة الدراسة الميدانية ، التعريفات الإجرائية للمفاهيم ، أداة جمع البيانات ، تصميم إستمارة الإستبيان ، اختباري الصدق و الثبات للدراسة، حدود الدراسة الميدانية ، المقاييس التجميعية للدراسة الميدانية ، نتائج الدراسة الميدانية التي تنقسم إلى نتائج عامة تفسر إجابة المبحوثين على اسئلة الاستبيان و نتائج فروض الدراسة الميدانية .

و في نهاية الدراسة نجد الخاتمة التي تلخص كل ما جاء في الدراسة من أهداف و تساؤلات و فروض و نتائج ، ثم تأتي التوصيات التي تفتح المجال لعمل كثير من الدراسات المستقبلية اعتمادا على ما جاء في ذلك البحث . ثم المراجع التي تتضمن رسائل ماجستير و دكتوراه غير منشورة ، رسائل ماجستير و دكتوراه منشورة في دوريات و مجلات ، كتب ، مراجع أجنبية و مراجع من مواقع على شبكة الإنترنت.أما آخر جزء في الرسالة فهو الملاحق الذي يتضمن كل من استمارة الاستبيان ، استمارة تحليل المضمون ، ملخص الدراسة باللغة العربية و أيضاً ملخص للدراسة باللغة الإنجليزية .

هذه بإيجاز أهم النقاط التي تتضمنها فصول هذه الدراسة التي خرجت إلى الوجود بفضل الله ثم بفضل الأستاذة الدكتورة / نسمة البطريق التي أشرفت على رسالتي لنيل درجة الماجستير و بثت في شخصي الثقة بالنفس و التحدي لتحقيق أفضل مستوى علمي فلها مني كل الشكر و التقدير على مجهوداتها الرائعة معي.

و أخيراً أختتم حديثي بوجهة نظر تم استنباطها من الدراسة التي قمت بها و نتائجها و هي أن المعارك القادمة لن تعتمد على قوة السلاح و لكن قوة الكلمة المدعمة بقوة الإعلام الجديد. والله ولي التوفيق.

مونیکا ميشيل حنا

القاهرة

ابريل 2017

فهرس المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة
الفصل الأول	
الإطار المنهجي	
مقدمة.....	24
مشكلة الدراسة و أهميتها.....	25
أهداف و تساؤلات الدراسة.....	26
فروض الدراسة.....	27
متغيرات الدراسة.....	29
مفاهيم الدراسة.....	29
الدراسات السابقة.....	31
الإستفادة من الدراسات السابقة.....	47
الإجراءات المنهجية للدراسة.....	49
نوع الدراسة و منهجها.....	49
مجتمع و عينة الدراسة.....	49
أدوات جمع البيانات.....	49
المعالجة الإحصائية للبيانات.....	49
الفصل الثاني: نظرية الغرس الثقافي.....	
مقدمة.....	53- 67
مفهوم الغرس الثقافي.....	53
نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي.....	54
عملية الغرس الثقافي.....	57
مستويات الغرس.....	58
أهم مفاهيم الغرس الثقافي.....	59

60متغيرات نظرية الغرس الثقافي.
62فروض نظرية الغرس.
63العلاقة بين الغرس و الصورة الذهنية.
64الإتجاهات المعاصرة للنظرية.
65الانتقادات التي تعرضت لها نظرية الغرس الثقافي.
66علاقة نظرية الغرس الثقافي بالبحث.

الفصل الثالث: الصورة الإعلامية و الصورة الذهنية

86 -69المبحث الأول:الصورة الإعلامية.
70مقدمة.
70مفهوم الصورة الإعلامية.
76بناء الصورة الإعلامية.
78خصائص الصورة الإعلامية.
79تأثير الصورة الإعلامية.
81أنواع الصورة الإعلامية.
82دور و سائل الإعلام في خلق الصورة الإعلامية.
83أهمية الصورة الإعلامية.
83وظائف الصورة الإعلامية.
84دور وسائل الإعلام في نقل الصور السياسية.
86سلبيات الصورة الإعلامية.
113 - 87المبحث الثاني : الصورة الذهنية.
88مقدمة.
88مفهوم الصورة الذهنية.
93عملية تكوين الصورة الذهنية.
97أنواع الصورة الذهنية.
98سمات الصورة الذهنية.
101خصائص الصورة الذهنية.

104 أهمية الصورة الذهنية
107 دور وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية
108 الصورة الذهنية و السياسة
108 عوامل تغير الصورة الذهنية
109 وظائف الصورة الذهنية
110 الفرق بين الصورة الإعلامية و الذهنية

الفصل الرابع:

125 -115 المبحث الأول: مفهوم مسئول الحكومة
116 مقدمة
116 مفهوم مسئول الحكومة
116 أهمية وسائل الإعلام في الحياة السياسية
122 الدور السياسي لموقع الفيسبوك
134 -126 المبحث الثاني: مرحلة الشباب
127 مقدمة
127 تعريف مرحلة الشباب
128 أدوار الشباب
129 الشباب و مواقع التواصل الاجتماعي
131 مدى اعتماد الشباب المصري على الانترنت و مدى معرفتهم السياسية
133 أهمية موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار
155 -135 المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي
136 مقدمة
136 تعريف الانترنت
137 التحديات السياسية و القانونية للانترنت
139 مواقع التواصل الاجتماعي
142 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
143 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

144الدور السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي
147نشأة و تطور الفيسبوك
151خصائص الفيسبوك
153أثر الفيس بوك سياسياً

الفصل الخامس: الدراسة التحليلية

158مقدمة
170 - 160المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية
250 - 171المبحث الثاني: نتائج الدراسة التحليلية

الفصل السادس: الدراسة الميدانية

252مقدمة
267- 254المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
474 - 268المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية
474الخاتمة
490التوصيات
492المراجع
514الملاحق

فهرس الجداول

* فهرس جداول الدراسة التحليلية :

رقم الصفحة	محتوى الجدول	رقم الجدول
172	توزيع الصفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (1)
173	توزيع نوع القضية الخاص بالمنشور على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (2)
174	توزيع نوع القضية الخاص بالمنشور على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (3)
175	توزيع نوع المنشور السياسي على إجمالي الصفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (4)
177	توزيع نوع المنشور السياسي على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (5)
179	توزيع إتجاه المنشور على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (6)
180	توزيع إتجاه المنشور على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك .	جدول رقم (7)
181	توزيع القوالب الفنية المستخدمة على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (8)
183	توزيع القوالب الفنية المستخدمة على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (9)
181	توزيع مصادر المعلومات المستخدمة على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (10)
185	توزيع مصادر المعلومات المستخدمة على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (11)
187	توزيع اللغة المستخدمة على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (12)
189	توزيع اللغة المستخدمة على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (13)
190	توزيع مدى تفاعل المستخدمين على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (14)

193	توزيع مدى تفاعل المستخدمين على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (15)
194	توزيع لغة التعليقات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (16)
196	توزيع لغة التعليقات على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (17)
197	توزيع نوع التعليقات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (18)
199	توزيع نوع التعليقات على إجمالي كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (19)
200	توزيع إتجاه التعليقات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (20)
201	توزيع إتجاه التعليقات على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (21)
202	توزيع مدى توازن المنشورات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (22)
203	توزيع مدى توازن المنشورات على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (23)
204	توزيع حالة تحديث المنشورات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (24)
205	توزيع حالة تحديث المنشورات على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (25)
206	توزيع حجم تحديث المنشورات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (26)
207	توزيع حجم تحديث المنشورات على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (27)
208	توزيع السمات الإيجابية لمسئول الحكومة على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (28)
210	توزيع السمات الإيجابية لمسئول الحكومة على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (29)
212	توزيع السمات السلبية لمسئول الحكومة على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (30)

213	توزيع السمات السلبية لمسئول الحكومة على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (31)
215	توزيع نوع المسئول في المنشورات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (32)
215	توزيع نوع المسئول في المنشورات على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (33)
216	توزيع نوع وظيفة المسئول في المنشورات على إجمالي صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (34)
217	توزيع نوع وظيفة المسئول في المنشورات على كل صفحة من صفحات عينة الدراسة على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (35)
219	العلاقة بين نوع القضية و نوع المنشور.	جدول رقم (36)
221	العلاقة بين إتجاه المنشور و نوع المنشور.	جدول رقم (37)
223-222	العلاقة بين إتجاه المنشور والقوالب المستخدمة.	جدول رقم (38)
226	العلاقة بين إتجاه المنشور ومصادر المعلومات.	جدول رقم (39)
230-229	العلاقة بين نوع القضية ومصادر المعلومات.	جدول رقم (40)
233	العلاقة بين إتجاه المنشور واللغة المستخدمة.	جدول رقم (41)
235	العلاقة بين حالة التحديث و تفاعل المستخدمين.	جدول رقم (42)
237	العلاقة بين حجم التحديث و تفاعل المستخدمين.	جدول رقم (43)
239	العلاقة بين الخصائص الديموغرافية لمسئول الحكومة (النوع) و تفاعل المستخدمين.	جدول رقم (44)
241	العلاقة بين الخصائص الديموغرافية لمسئول الحكومة (نوع الوظيفة) و تفاعل المستخدمين.	جدول رقم (45)
243-244	العلاقة بين السمات الشخصية الإيجابية لمسئول الحكومة وإتجاه المنشور.	جدول رقم (46)
247	العلاقة بين السمات الشخصية السلبية لمسئول الحكومة وإتجاه المنشور	جدول رقم (47)

*** فهرس جداول الدراسة الميدانية :**

رقم الصفحة	محتوى الجدول	رقم الجدول
269	توزيع النوع عينة الدراسة.	جدول رقم (48)
269	توزيع المرحلة العمرية عينة الدراسة.	جدول رقم (49)
270	توزيع الجامعات عينة الدراسة.	جدول رقم (50)
270	توزيع الفرق التعليمية عينة الدراسة.	جدول رقم (51)
271	توزيع بداية استخدام موقع الفيسبوك.	جدول رقم (52)
272	توزيع بداية استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للنوع .	جدول رقم (53)
273	توزيع بداية استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (54)
274	توزيع بداية استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للجامعة.	جدول رقم (55)
276	توزيع بداية استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (56)
277	توزيع معدل استخدام موقع الفيسبوك.	جدول رقم (57)
278	توزيع معدل استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للنوع.	جدول رقم (58)
280	توزيع معدل استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (59)
281	توزيع معدل استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للجامعة.	جدول رقم (60)
282	توزيع معدل استخدام موقع الفيسبوك وفقاً للفرقة التعليمية .	جدول رقم (61)
283	توزيع معدل تصفح موقع الفيسبوك بالساعة.	جدول رقم (62)
286	توزيع معدل تصفح موقع الفيسبوك بالساعة وفقاً للنوع.	جدول رقم (63)
288	توزيع معدل تصفح موقع الفيسبوك بالساعة وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (64)
289	توزيع معدل تصفح موقع الفيسبوك بالساعة وفقاً للجامعة.	جدول رقم (65)
290	توزيع معدل تصفح موقع الفيسبوك بالساعة وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (66)
292	توزيع الفترات المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك.	جدول رقم (67)
293	توزيع الأوقات التي يكثر فيها استخدام موقع الفيسبوك.	جدول رقم (68)
294	توزيع أسباب تصفح موقع الفيسبوك.	جدول رقم (69)

297	توزيع احتمالية الإنضمام لمجموعة أو صفحة تتعلق بالقضايا السياسية على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (70)
298	توزيع احتمالية الإنضمام لمجموعة أو صفحة تتعلق بالقضايا السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للنوع.	جدول رقم (71)
299	توزيع احتمالية الإنضمام لمجموعة أو صفحة تتعلق بالقضايا السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (72)
300	توزيع احتمالية الإنضمام لمجموعة أو صفحة تتعلق بالقضايا السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للجامعة.	جدول رقم (73)
301	توزيع احتمالية الإنضمام لمجموعة أو صفحة تتعلق بالقضايا السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (74)
302	توزيع عدد الصفحات السياسية المشترك بها على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (75)
303	توزيع عدد الصفحات السياسية المشترك بها على موقع الفيسبوك وفقاً للنوع.	جدول رقم (76)
304	توزيع عدد الصفحات السياسية المشترك بها على موقع الفيسبوك وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (77)
305	توزيع عدد الصفحات السياسية المشترك بها على موقع الفيسبوك وفقاً للجامعة.	جدول رقم (78)
306	توزيع عدد الصفحات السياسية المشترك بها على موقع الفيسبوك وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (79)
307	توزيع مدى أهمية موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية.	جدول رقم (80)
309	توزيع مدى أهمية موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية وفقاً للنوع.	جدول رقم (81)
310	توزيع مدى أهمية موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (82)
312	توزيع مدى أهمية موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية وفقاً للجامعة.	جدول رقم (83)
313	توزيع مدى أهمية موقع الفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (84)
315	توزيع مدى الثقة بالمعلومات السياسية على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (85)
317	توزيع مدى الثقة بالمعلومات السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للنوع.	جدول رقم (86)
318	توزيع مدى الثقة بالمعلومات السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (87)
319	توزيع مدى الثقة بالمعلومات السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للجامعة.	جدول رقم (88)

320	توزيع مدى الثقة بالمعلومات السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (89)
321	توزيع الدوافع السياسية لاستخدام موقع الفيسبوك.	جدول رقم (90)
326	توزيع الأثر السياسي لاستخدام موقع الفيسبوك.	جدول رقم (91)
329	توزيع احتمالية المشاركة في مناقشات سياسية على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (92)
330	توزيع احتمالية المشاركة في مناقشات سياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للنوع.	جدول رقم (93)
331	توزيع احتمالية المشاركة في مناقشات سياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (94)
331	توزيع احتمالية المشاركة في مناقشات سياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للجامعة.	جدول رقم (95)
333	توزيع احتمالية المشاركة في مناقشات سياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (96)
334	توزيع مدى المشاركة السياسية على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (97)
335	توزيع مدى المشاركة السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للنوع.	جدول رقم (98)
336	توزيع مدى المشاركة السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (99)
337	توزيع مدى المشاركة السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للجامعة.	جدول رقم (100)
338	توزيع مدى المشاركة السياسية على موقع الفيسبوك وفقاً للفرقة التعليمية.	جدول رقم (101)
339	توزيع مدى التفاعل مع المنشورات في الصفحات السياسية على موقع الفيسبوك.	جدول رقم (102)
342	توزيع الاتجاهات السياسية نحو موقع الفيسبوك.	جدول رقم (103)
343	توزيع الشخصيات الأكثر تأثيراً في تكوين رأي الشباب نحو مسئولى الحكومة المصرية.	جدول رقم (104)
344	توزيع مدى تأثير السلطات الممنوحة لمسئولى الحكومة المصرية على العلاقة بينهم و بين المواطنين.	جدول رقم (105)
344	توزيع مدى تأثير السلطات الممنوحة لمسئولى الحكومة المصرية على العلاقة بينهم و بين المواطنين وفقاً للنوع.	جدول رقم (106)
345	توزيع مدى تأثير السلطات الممنوحة لمسئولى الحكومة المصرية على العلاقة بينهم و بين المواطنين وفقاً للمرحلة العمرية.	جدول رقم (107)
346	توزيع مدى تأثير السلطات الممنوحة لمسئولى الحكومة المصرية على العلاقة بينهم و بين المواطنين وفقاً للجامعة.	جدول رقم (108)