

فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني

أيوب إبراهيم أرباب آدم¹ أ.د. مختار عثمان الصديق²

¹ محاضر، قسم الراديو والتلفزيون، جامعة الجنية، السودان.

بريد الكتروني: Ayoubadam643@gmail.com

² أستاذ، قسم الراديو والتلفزيون، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

HNSJ, 2023, 4(1); <https://doi.org/10.53796/hnsj416>

تاريخ القبول: 2022/12/05م

تاريخ النشر: 2023/01/01م

المستخلص

تناولت الدراسة فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني دراسة حالة ع عينة عشوائية قليلة من الشباب متابعي ومشاهدي فيديوهات الإنترنت عبر الوسائط المختلفة. هدفت الدراسة إلي معرفة فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب في ولاية غرب دارفور، وأيضاً التعرف علي مدى الاستفادة من فيديوهات الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، والكشف عن ايجابيات وسلبيات فيديوهات الإنترنت لدي المجتمع. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يتسم بإرتباطه بالأهداف الوصفية للدراسة والأختبار الأفضل للعينات والفئات المختارة من المجتمع في ولاية غرب دارفور. كما استخدم الباحث أداة الأستبانة والملاحظة لهذا الغرض، كما تمحور مشكلة الدراسة في ما فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني دراسة حالة ولاية غرب دارفور.

إحتوت الدراسة إطاراً نظرياً تناولت الفيديوهات ووسائل الإتصال الجماهيري، وأيضاً الوعي السياسي في السودان، وقد تم تعزيز الدراسة النظرية بدراسة ميدانية توصلت إلي نتائج أهمها : أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت لزيادة الوعي السياسي، والأوضاع الإنسانية، وأيضاً غالبية أفراد العينة يشيرون إلي مشاهدة فيديوهات الإنترنت شيء ايجابي لزيادة الوعي السياسي لديهم. وأيضاً توصلت إلي أن المبحوثين يتقنون فيما يقدم لهم من معلومات عبر فيديوهات الإنترنت.

ومن واقع النتائج فقد خلص الباحث إلي مجموعة من التوصيات أهمها: علي شركات الاتصالات توفير شبكة إنترنت قوية للتغلب علي ضعف الشبكة في بعض الأحيان، وتقليل تكلفة باقات الإنترنت إلي أسعار معقولة وعدم العشوائية في زيادة الأسعار، وأيضاً علي الدولة القيام بدورها تجاه ناشري الفيديوهات التي تحرض علي العنف وخطاب الكراهية، وتفعيل قوانين الجريمة المعلوماتية بحيث يستوعب إجراءات التحري والملاحقة والتحقيق والاستدلال والضبط الإلكتروني والتفتيش.

RESEARCH TITLE

THE EFFECTIVENESS OF INTERNET VIDEOS IN SHAPING THE POLITICAL AWARENESS OF SUDANESE YOUTH**Ayoub IbrahimArbab Adam¹ Dr. Mukhtar Othman Al-Siddiq²**¹ Lecturer, Radio and Television Department, El Geneina University, Sudan.

Email: Ayoubadam643@gmail.com

² Professor, Department of Radio and Television, Sudan University of Science and Technology, Sudan.HNSJ, 2023, 4(1); <https://doi.org/10.53796/hnsj416>**Published at 01/01/2023****Accepted at 05/12/2022****Abstract**

The study dealt with the effectiveness of Internet videos in shaping the political awareness of Sudanese youth, a case study on a few random sample of young people who follow and watch Internet videos through various media. The study aimed to know the effectiveness of Internet videos in shaping the political awareness of youth in West Darfur state, and also to identify the extent to which Internet videos can be used to develop political awareness among youth, and to reveal the positive and negative of Internet videos in the society. the researcher used the analytical descriptive approach, which is characterized by its relevance to the descriptive goals of the study and the optimal test for the samples and the selected groups of society in the West Darfur state.

The researcher also used a questionnaire and an observation tool for this purpose, and the problem of the study focused on the effectiveness of Internet videos in shaping the political awareness of Sudanese youth, a case study in the West Darfur state.

The study contained a theoretical framework that dealt with videos and mass communication, as well as political awareness in Sudan. The theoretical study was reinforced by a field study that reached the following results: the majority of the respondents watch Internet videos to increase political awareness and humanitarian conditions, and also the they refer to watching internet videos as a positive thing to increase their political awareness. Also, the researcher found that the respondents trust the information provided to them through Internet videos, and those with average trust.

Based on the results, the researcher concluded with a set of recommendations, the most important of which are: Telecom companies should provide a strong Internet network to overcome the weakness of the network at times, reduce the cost of Internet packages to reasonable prices and not randomly increase prices, and also the state should play its role towards video publishers that incite Violence and hate speech, and brining to force cybercrime laws to accommodate investigation, prosecution, inquiry, evidence, electronic control and inspection procedures.

المقدمة

حتى عهد قريب كانت تقنيات بث برامج التلفزيون تعتمد على تحويل الصورة والصوت الى اشارات من الموجات التي يجري بثها عبر الأجواء ليلتقطها الهوائي في المنازل، أما حالياً فإن فيديوهات الإنترنت أحدث التطورات التي بدأت زحفها نحو المنازل بل في أي مكان، وفي أي وقت والتي اصبح بإمكان المشاهدين لها التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا الأجهزة الذكية وشبكة الإنترنت من متابعة أخبار السياسة والمال والرياضة الى حجز تذاكر السفر ومتابعة اسعار الأسهم عبر شاشات الموبايل، أصبح فيديوهات الإنترنت متحدياً للإعلام التقليدي كونه يحتوى في مضمونه على كافة الفنون الإعلامية و التقنيات الحديثة حتى مواقع التواصل الاجتماعي التي يلتف حولها كل الشباب. وقد طرأ التغيير الثقافي في السياسة العامة، في ظل التطورات التكنولوجية الكبيرة التي حدثت مؤخراً في مجال الاتصال و تبادل المعلومات بشكل مباشر وآني بعد أن كان التبادل المعرفي و الثقافي السياسي في داخل الدولة و خارجها، مرتبطاً بتوجيهات القنوات الحكومية.

كانت هناك صعوبات فنية و تقنية كبيرة تحول دون الوصول إلى الثقافة السياسية ونقل من تأثيرهم في تشكيل الوعي السياسي للشباب إلا أن الثورة التكنولوجية ممثلة بالشبكة الإلكترونية والجوالات، وأجهزة التلفاز والمذياع والقنوات الفضائية، والعديد من الأجهزة والتقنيات التي انتشرت بين عامة الناس عملت على تمكين المواطنين العاديين من متابعة الأحداث السياسية، ليس في دولهم فحسب بل وفي دول العالم الأخرى.

إن المواقع الإلكترونية بدأت تواكب الأحداث والتطورات و نقل الأحداث السياسية في كل أنحاء العالم حيث بدأ أن يخرج عن النمط التقليدي سواء في تصميمها أو في نقل المعلومة من خلال عملية ربط صفحاتها الإلكترونية بمواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك) و(الواتساب) و(التويتتر) و(اليوتيوب) وعرض شرائح الفيديو وفتح المجال لتفاعل الجمهور مع بعضه بعضاً؛ فأصبحت وسيلة مؤثرة في تشكيل الوعي السياسي والمشاركة في السلم الأهلي اضافة إلى بيان مستويات وآليات بناء السلم الأهلي في السودان في بناء سلم اهلي بالشكل الذي يؤمن للجمهور وخاصة فئة الشباب إستقرار وتوازن اجتماعي.

ومن هنا تأتي أهمية البحث العلمي المتخصص لموضوع فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من كونه يقدم إضافة في فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، ومعرفة فاعلية الشباب في التفاعل مع الفيديوهات والتعامل معها ، و الوعي السياسي الذي يخدم الأمة السودانية خاصة و الأمة الإسلامية بصورة عامة، ومجتمع غرب دارفور بصفة خاصة. والتعرف على السلبات والإيجابيات من تلك الفيديوهات تجاه الشباب في استخدامها، وأخيراً تزود المكتبة بقاعدة بيانات علمية وفائدة عملية جديدة عن فاعلية التلفزيون التفاعلي في تشكيل الوعي السياسي، .

تحديد القيم والمعايير التي يجب أن يراعيها فيديوهات الإنترنت في تناوله للقضايا السياسية؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث بشكل رئيسي إلى توضيح فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب وإنعكاساته علي السلم الأهلي من خلال:

- 1- الكشف عن دوافع استخدام الشباب لفيدويوهات الإنترنت.
- 2- التعرف إلى أي مدى يمكن الاستفادة من فيديوهات الإنترنت في تنمية الوعي السياسي.
- 3- معرفة أهم الموضوعات والبرامج السياسية التي يطرحها فيديوهات الإنترنت وتحظي بالاهتمام.
- 4- معرفة مدى اعتماد الشباب على فيديوهات الإنترنت في الحصول على المعلومات حول القضايا السياسية.
- 5- الكشف عن إيجابيات فيديوهات الإنترنت وسلبياته في تشكيل الوعي السياسي، وإنعكاساته على السلم الأهلي بغرب دار فور.
- 6- الكشف عن المعوقات أو المشكلات التي تحول دون استفادة الشباب من إمكانية فيديوهات الإنترنت في السلم الأهلي بغرب دارفور.

مشكلة البحث:

يكتسب فيديوهات الإنترنت أهمية بالغة في تشكيل الوعي السياسي، خاصة وأنا نعيش في عصر ثورة المعلومات والانفجار المعلوماتي الهائل، ومن خلال المتابعة في التطور الملحوظ للدور الذي يقوم به فيديوهات الإنترنت والإعلام التفاعلي ككل في التأثير على تشكيل الوعي السياسي لدى الجماهير في مختلف شعوب العالم بوجه عام و المنطقة العربية والإفريقية والسودان على وجه الخصوص، ومن هنا يسعى الباحث إلى التعرف إلى فاعلية فيديوهات الإنترنت ومدى تأثيره وقوته على تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني، والعمل على تطويعه بما يتلاءم مع تطلعات المجتمع مستفيداً من التطور التقني في هذا المجال.

تساؤلات البحث:

يمكن صياغة المشكلة في السؤال الرئيسي التالي: ما فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب ؟

وتتفرع من التساؤل الرئيسي عدة أسئلة فرعية:

- 1- ما العوامل التي دفعت الشباب إلى استخدام فيديوهات الإنترنت؟
- 2- ما الاستفادة التي يحققها الشباب من مشاهدتهم لفيدويوهات الإنترنت وتعرضهم لهم؟
- 3- ما أهم الموضوعات السياسية التي يقدمها فيديوهات الإنترنت وتهم الشباب؟
- 4- ما المنصات التي يستخدمها فيديوهات الإنترنت في نشر محتواها في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني؟
- 5- ما هي السلبيات والإيجابيات من فيديوهات الإنترنت في نشر الوعي السياسي، وإنعكاساته على السلم الأهلي لديهم؟
- 6- ما أهم المعوقات أو المشكلات التي تعيق الشباب في السودان دون الاستفادة من فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي ؟

فرضيات البحث:

يحاول البحث الإجابة عن الفرضيات الآتية:

- 1- أن للفيدويوهات الإنترنت فاعلية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.
- 2- هناك فوائد كبيرة يجنيها الشباب من خلال مشاهدتهم لفيدويوهات الإنترنت
- 3- للفيدويوهات ايجابيات وسلبيات تجاه الشباب.
- 4- للفيدويوهات ما من تقنيات كفيلة في دعم وتحقيق السلم الأهلي، والاستقرار السياسي.

منهج البحث:

يستخدم الباحث المناهج التالية في هذا البحث:

- 1- المنهج التاريخي: يستخدم المنهج التاريخي للحصول على أنواع من المعرفة عن الماضي من خلال دراسة بعض المشكلات الأساسية و العمليات الاجتماعية، لأننا كثيراً ما يصعب علينا فهم الحاضر دون الرجوع إلى ماضيه (الصديق، 2006م، ص29).
- 2- المنهج الوصفي التحليلي: يلجأ الباحث استخدام هذا الأسلوب حين يكون لديه علم ببعض أبعاد وجوانب الظاهرة التي يريد دراستها ولكنه يريد التوصل إلى معرفة قطعية ومعرفة دقيقة وتفصيلية عن عناصر الظاهرة فهي تحقق فرصاً أفضل لها كما أننا قد نصل إلى استنتاجات تفيد في وضع سياسات أو إجراءات مستقبلية خاصة بها. وهو عبارة عن تغطية موضوع واحد وتجميع كل ما يتعلق به (الهلواني، 2008م، ص30).

مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، والمجتمع الأساسي للبحث ويتكون من الشباب السوداني من مشاهدي فيديوهات الإنترنت في ولاية غرب دارفور (مدينة الجنينة).

عينة البحث:

يتم اختيار مفردات عينة البحث عن طريق العينة العشوائية المباشرة أو البسيطة في اختيار الوحدات المستهدفة من الشباب مشاهدي ومستخدمي فيديوهات الإنترنت.

حدود البحث:

- 1- الحد الزمني: ينحصر في الفترة الزمنية من 2019م - 2021م قام الباحث باختيار هذه الفترة ارتباطاً بالتغيير الذي طرأ في السودان من خلال ثورة ديسمبر المجيدة التي عمت كل أرجاء السودان لتغيير النظام السياسي القائم آنذاك، إلا أن الوضع السياسي والسلمي والأمني، والاستقرار لم يتحقق بعد في دارفور بالأخص والسودان بشكل عام.
- 2- الحد المكاني: البحث في نطاق منطقة جغرافية معينة وهي ولاية غرب دارفور (الجنينة). ولايات دارفور عموماً خلال ثورة ديسمبر المجيدة من أكثر الولايات تأثراً، وخاصة ولاية غرب دارفور من الناحية السياسية، والأمنية، والاجتماعية ما حصل من شرخ كبير في النسيج الاجتماعي والتعايش السلمي، من خلال استخدام فيديوهات الإنترنت ومنصاته المختلفة في تأجيج النزاعات و بث خطاب الكراهية.

أدوات البحث:

يعتمد هذا البحث على الملاحظة و الإستبانة كمصادر أولية، وثانوية من المراجع و الكتب، والمجلات العلمية، والدوريات والصحف، والدراسات العلمية السابقة.

- الإستبانة: هي أداة تتكون من مجموعة من الأسئلة، توجه إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع البحث ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة به وإعادته بعد ذلك (عبدالهادي، 2003م، ص178).
- الملاحظة: هي المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، وأهي المراقبة لظاهرة ما بطريقة منهجية أو علمية (عبد الهادي، 2003م، ص167).

مصطلحات البحث:**1- الفيديو:**

الفيديو لغة: هو التلفزيون

اصطلاحاً: وسيلة إلكترونية لتسجيل ونسخ، والتشغيل، والبث، وعرض لنقل الوسائط البصرية والسمعية. (<https://ar.m.wikipedia.org>)

التعريف الإجرائي: هو بث مباشر أو مقاطع لبرامج تلفزيونية تعرض علي شبكة التواصل الاجتماعي.

2- التلفزيون التفاعلي:

يعرف بأنه التلفزيون عالي التقنية يتميز بوجود خط راجع بين الجهاز وجهة البث أي أن المشاهد لديه الفرصة الكاملة للإرسال المعلومات أو الطلبات وتلقى إجابات بصفة شخصية بحتة كما يستطيع أن يتحكم في الصورة التي أمامه من حيث الحجم والتوقيت والإيقاف فضلاً عن الحصول عن معلومات تفصيلية تكون ذات صلة بالمشهد أمامه أو خدماتية بحتة (بن إبراهيم، بدون، ص4).

التعريف الإجرائي:

يعرف الباحث التلفزيون التفاعلي بأنه تلفزيون له علاقة مباشرة بالشبكة العنكبوتية (الانترنت) يمكن المشاهد من متابعة برامجه المتنوعة عبر الكمبيوتر، واللابتوب، والموبايل والتحكم فيه في أي وقت وزمان.

3- التلفزيون التفاعلي المحمول:

وهي تقنيات استقبال البث التلفزيوني التي يدعمها الجوال ويتم الحصول على هذه الخدمة من اندماج تكنولوجيا التلفزيون والكمبيوتر والموبايل لغرض توفير مشاهدة حية للبرامج التلفزيونية من أغاني وفيديو كليب وبرامج رياضية وأفلام وأعمال تلفزيونية مفضلة يحددها المستخدم وحسب رغباته وأوقاته المتاحة. (www.av.wikiped.org/wiki).

التعريف الإجرائي:

ويعرفه الباحث وفق مفهوم إجرائي بأنه مواقع تلفزيونية تفاعلية تتيح المشاهدة لمستخدميها في أي وقت يشاءون و في أي مكان من العالم على شبكة الانترنت من خلال الموبايل المحمول.

الوعي لغة : هو حفظ القلب الشيء، والحديث يعيه وعياً، حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم. (ابن منظور، 1990)

الوعي السياسي:

هو معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته.

اصطلاحاً: مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها. (وظفة، ص 681)

التعريف الإجرائي:

ويعرفه الباحث الوعي السياسي هو الإدراك وفهم شئون إدارة الدول ومعرفة الحقوق والواجبات تجاه الدولة.

السلم الأهلي لغة:

يعنى التسامح الأهلي.

الأصطلاح: رفض كل أشكال القتال والقتل أو الدعوة إليه أو التحريض عليه أو تبريره بمنطق الدعاية أو العقيدة الدينية أو القومية أو الحزبية التي تؤدي إلى إنتاج حرب أهلية في المجتمع تقود إلى تفسخ بنية ذلك المجتمع. (جواد، 2005، ص 20)

التعريف الإجرائي: يعرفه الباحث بأنه الرضا والتطمأنينة وقبول الآخر ونبذ العنف والعيش في سلام بين كافة المجتمعات.

4- الشباب:

في اللغة: الفتاء والحداثه، وعكس هرم، شبابُ الشيء: أوله (معجم المعاني).

ومعنى الشباب أيضاً في معجم الوسيط هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب هو الحداثه والشباب إلى الشيء له (معجم الوسيط، ص 470).

في الاصطلاح: الشباب فهو الفترة بين الطفولة وسن البلوغ، وهي فترة العطاء والانتعاش.

التعريف الإجرائي: الشباب يقصد بهم جميع طلاب الجامعات السودانية الذين يتلقون تعليمهم في جميع كليات وأقسام الجامعات السودانية، ويستخدمون مواقع الإعلام التفاعلي على شبكة "الإنترنت" ومتابعة القنوات الفضائية في ولاية غرب دارفور "الجنينة".

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: صحافة الفيديو كخدمة إعلامية جديدة مقدمة على الإنترنت، (أوليفر، 2005) دراسة إدخال صحافة الفيديو في بث الخدمة العامة في ألمانيا
اهتمت الدراسة بتقييم الوضع الحالي في ألمانيا المتعلق بنشأة صحافة الفيديو وتطويرها وتعدد الآراء نحو إدخالها في البث في ألمانيا.

تعد هذه الدراسة من الدراسات المسحية والتي تستخدم أسلوب المسح علي عينة من المذيعين واستخدمت الدراسة أدوات الاستبانة والمقابلات المباشرة، وتوصلت الدراسة إلى تنوع الدوافع التي تحبذ استخدام صحافة الفيديو علي وجه الخصوصية، لتوفر التكاليف وسهولة وسرعة البث لوقوع الحدث وخصوصاً الأحداث التي تجري في المناطق النائية، وتوفر عنصر المرونة أي القدرة علي الاستجابة بسرعة للأحداث الراهنة في المنطقة والذهاب مباشرة إلى

الحدث.

الدراسة الثانية: نشرات الفيديو الإخبارية وإنتاج المعرفة في مجال الصحافة التلفزيونية (بارات، 2007) دراسة استطلاعية

اهتمت الدراسة بدور نشرات الفيديو الإخبارية وعملية إنتاج الصحافة التلفزيونية الكندية وتأثيرها علي المنتج، وتعد الدراسة من الدراسات الاستطلاعية وتستخدم المنهج الوصفي، واستخدم الباحث أدوات استمارة الاستبانة وأداة تحليل المضمون لمجموعة من القصص الإخبارية المقدمة في صحافة الفيديو. وتوصلت الدراسة إلى أنه تم استخدام الصحافة التلفزيونية كوسيلة للدعاية، كما تبين أن هناك نوعاً من التفاعل بين العلاقات العامة ومسؤولي الأخبار في الحصول علي القصص الإخبارية.

الدراسة الثالثة: اعتماد الشباب المصري علي مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية (عبدالمجيد، 2011م)

اهتمت الدراسة بالتعرف علي مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية من خلال موقع الفيديو التشاركي (يوتيوب)، وركزت الدراسة علي الفيديوهات المتعلقة بأحداث مهمة، منها الفتنة الطائفية، والتعدي علي أقسام الشرطة. واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بالعينة، وتحليل مضمون بعض ملفات الفيديو، واستخدمت استمارة استبانة، وطبقت علي عينة عمدية من مستخدمي موقع اليوتيوب قوامها 400 مفردة أعمارهم من 20 إلى أقل من 40 سنة، وتوصلت الدراسة إلى موقع اليوتيوب حصل علي الزيادة في تفضيلات الجمهور لمتابعة ملفات الفيديو 53.5% تلاه موقع Google، ثم Yahoo في المرتبة الثالثة، وتعتمد الملفات المنتشرة علي مواقع الفيديو علي الإنترنت الخاصة بالأخبار والأحداث علي نوعين: إما مقاطع وأجزاء من برامج التلفزيون، إما أفلام قصيرة يقوم بتصويرها الأفراد لهدف وغرض محدد، مثل (ما يصوره المدونون لخدمة قضايا يتابعونها) أو بدون هدف مثل (ما يصوره الأفراد العاديون من أحداث تصادفهم في الشارع).

الدراسة الرابعة: دور الإعلام الكويتي الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة نظر طلبة جامعة الكويت، (العتيبي، 2018) / ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الكويت

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الشباب الكويتي في وسائل الإعلام الرسمي الكويتي، والتعرف على مدى تعزيز تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الكويتي من خلال وسائل الإعلام الرسمي الكويتي، والسعي لمحاولة الكشف عن أشكال الوعي السياسي لدى الشباب الكويتي، معرفة الآثار المترتبة على الشباب الكويتي في جامعة الكويت من وسائل الإعلام الرسمي الكويتي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي.

وقد خلصت أهم نتائج الدراسة أن الإناث في المجتمع الكويتي لها اتجاه في الاهتمام السياسي أكثر من الذكور، وهذا يعود لطبيعة الظروف التي تفرضها على الإناث، وتبين أن للإعلام الرسمي دور بارز في نشر الوعي السياسي للشباب في الكويت وهذا ناتج عن التركيز الذي يقوم به الإعلام على أدوار الشباب في المجتمع الكويتي، وأن هناك وجود أكثر من محطة فضائية وإذاعة وصحيفة جعل التنافس أمر هام بين كل منهم.

الدراسة الخامسة: الإعلام التفاعلي ودوره في تعزيز الوعي السياسي بدارفور (يحيى، 2017م) دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

هدفت الدراسة إلى مدى قدرة هذا النمط الإعلامي على تعزيز الوعي السياسي لدى الجمهور، وذلك من خلال التطبيق على الجمهور في منطقة دارفور.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام المسح الوصفي التحليلي الذي يتسم بارتباطه بالأهداف الوصفية للبحث والاختبار الأفضل للعينات والفئات المختارة من المجتمع في دارفور.

استطاع الإعلام التفاعلي فرض ذاته على جمهور دارفور الذي صار ينفق ربع يومه تقريباً في متابعته والتفاعل مع ما يطرح من موضوعات وقضايا، وأوضحت الدراسة الميدانية أن (68%) من جمهور المبحوثين يتابعون الإعلام التفاعلي لما يقدمه من ميزة السرعة في تغطية الأحداث والحرية والجرأة في تناول القضايا والموضوعات، وهذه المميزات يفتقر إليها بصورة واضحة الإعلام التقليدي.

الفيديو

الفيديو: هو تقانة ترتيب الإشارات الإلكترونية لتشكيل صورة متحركة.

الفيديو وسيلة إلكترونية لتسجيل ونسخ، والتشغيل، والبت، وعرض لنقل الوسائط البصرية والسمعية. وقد تم تطوير تكنولوجيا الفيديو لأول مرة من خلال أنابيب أشعة الكاثود (CRT) نظم التلفزيون، وتم اختراع العديد من التقنيات لتكنولوجية الجديدة لعرض الفيديو منذ ذلك الحين. قاد تشارلز جينسبورغ أمبيكس فريق البحث وتطوير في اختراع أول مسجل وقارئ لأشرطة الفيديو عملي مسجل في عام 1951 أول مسجل فيديو التقط صورة حية من كاميرات التلفزيون عن طريق تحويل نبضات الكاميرا الكهربائية وحفظ المعلومات علي شريط فيديو مغناطيسية، واتاح التقدم الاحق في تكنولوجيا الحاسوب لأجهزة الكمبيوتر النقاط مقاطع الفيديو وعرضه علي شاشة بشكل متشابك أو تدريجي، ثم تم اختراع التداخل أو التشابك كوسيلة لتقليل الوميض في العرض المبكر للفيديو الميكانيكي دون زيادة عدد الإطارات الكاملة في الثانية، التي من شأنها أن تضحى في تفاصيل الصورة للبقاء ضمن حدود نطاق ترددي. تشير نسبة الارتفاع إلي نسب الطول والعرض للصورة فإنه يحدد شكلها العام، وعادة ما يتم تقديمها كما تمثل (W هو العرض و H هو الارتفاع) نسبة الجانب الأكثر شيوعاً اليوم هو 16:9 وهو ما يعني أنه إذا تم تقسيم العرض يجب أن يكون 9 أجزاء البكسل علي شاشات الكمبيوتر تكون عادة مربعة، ولكن البكسل المستخدم في الفيديو الرقمي غالباً ما تكون النسبة غير تربيعية الجانب، مثل تلك المستخدمة في PAL و NTSC المتغيرات من 601 الرقمية القياسية للفيديو. (WWW.arabization.org.ma)

الفيديو: بإختصار هو التلفزيون، ولكن عندما يصبح فريق العمل التلفزيوني المكون من حوالي ثمانية أو تسعة أفراد شخصاً واحداً يقوم بالتصوير، والمونتاج، والكتابة، والتعليق الصوتي وأحياناً تضاف الترجمة علي التقرير، وبثه عن طريق تقنيات الاتصال الحديثة إلى محطات التلفزيون، أو مواقع الإنترنت، والصحف الإلكترونية. (النجار و زقزوق، 2012، ص103)

وهذا الأسلوب في العمل التلفزيوني لا يعد حديثاً للغاية فالبعض يرجعه إلى ستينات القرن العشرين عندما كان مراسلو بعض المحطات التلفزيونية في الولايات المتحدة يقومون بالتصوير، وليست الجرائد السينمائية القديمة التي كان مراسلوها بالأساس هم المصورون بعيدة عن هذا النمط، ومن المؤكد ان البداية الحقيقية للإنتاج بهذا الأسلوب بشكل كامل والتوسع فيه كانت مع بدايات الألفية الميلادية الثانية، ويعد الصحافي التلفزيون ميشيل

روزنبوم الرائد والمعلم الذي دفع الكثيرين لاحتراف صحافة الفيديو، كما اعتمدت عليه منظمات تليفزيونية عريقة، مثل مؤسسة الإذاعة البريطانية؛ لتدريب طواقمها للعمل بهذا الأسلوب. (النجار و زقزوق، 2012، ص103)

مفهوم الوعي السياسي

مفهوم الوعي السياسي:

يشير مصطلح الوعي السياسي إلى معرفة المواطن لحقوقه السياسية، و واجباته، وما يجري حوله من أحداث و وقائع سياسية، ويتشكل من خلال إدراك الفرد لذاته وذوات الآخرين من حوله. (الضاني، 2010، ص88) ويشير أيضاً إلى مستوى إدراك الشباب للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعهم ودورهم في العملية السياسية بما تتضمنه من اتجاهاتهم السياسية وانتماءاتهم للأحزاب القائمة وسلوكهم الانتخابي. (خليل، 1994، ص89) ويمكن تعريف الوعي السياسي بأنه " مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته : ويحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها ". (وظفه ، ص681)

ويتم النظر إلى الوعي السياسي بتقدير كبير كونه يمثل رأس الحكمة في إدارة الأمور وتُعد مخزوناً محركاً للأفراد والمجتمعات في مختلف القطاعات السياسية والاجتماعية والخدمية لما يتضمنه الوعي من أهمية بالغة في صياغة رأي عام ويساعد على إدارة شؤون المجتمع.

الوعي السياسي هو حالة من اليقظة الفكرية حيث يدرك فيها الإنسان نفسه، وقدرته على التفهم والتحليل والتمحيص لكثير من الأمور التي تهم حياته، حتى يصبح بعدها قادر على اتخاذ قرار معين تجاه عنصر ما، والوعي السياسي هو عكس اللايقظة، او السبات أو اللوعى.

ومن هنا فإن الوعي السياسي هو نوع من الإدراك لمن هم حولك، أي أن يكون هناك معرفة من قبل الإنسان لذاته، و واقعه وامكانياته، وماذا يريد أن يحقق من أهداف، وهو عملية تراكمية تستمر طوال حياة الإنسان، وهو ليس مجرد مرحلة مؤقتة يعيشها، بل هو حركة دائمة من أجل الاحساس والإدراك. (أبو يعقوب، 2015، ص28) وهناك من يعرف الوعي السياسي بأنه " رؤية الأحداث السياسية والتنظيمات والموقف منها ويعبر عن صورته بالمشاركة السياسية والمعرفة السياسية، وتكوين تصور عن المسائل السياسية وتبنى اتجاه سياسي محدد ودعمه مثل التصويت وعضوية التنظيمات السياسية، غير مقتصر على ذلك بمجرد عنصر الإدراك والمعرفة بل يتعدى ذلك إلى الفهم والتقييم وردود الفعل والتصرف من قبل الفاعلين. (أبو يعقوب، 2015، ص29)

وعرّف إبراهيم مذكور الوعي السياسي بأنه " حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلائي و وجداني، وهذا يعني أن الوعي هو الخاصية التي تتيح للإنسان أن يمتلك شروط وجوده على نحو ذهني. (الحورش، 2012، ص47)

أما بيتر (Petter) فيرى أن الوعي السياسي هو أحد أنماط المعارف والاتجاهات والقيم التي تشكل الثقافة السياسية للأفراد من حيث ارتباطها بالسلطة السياسية. (الضاني، 2010، ص89) ويرى حجازي أن الوعي السياسي " هو القدرة على إدراك المنهج القويم لتصريف القضايا والمشكلات الاجتماعية التي يصادفها المرء في حياته. (حجازي، 2007، ص218)

بينما رفيق المصري فيرى بأنه " ما يوجد لدى الفرد من معارف سياسية، بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية. (أبو يعقوب، 2015، ص21)

استخدمت بعض الدراسات مفهوم الوعي السياسي في ضوء الفئات الاجتماعية، فالوعي السياسي لدى الشباب يعنى إدراك الشباب للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعهم ودورهم في العملية الشبابية ومشاركتهم في التصويت والسلوك الانتخابي واتجاهاتهم السياسية وانتمائهم للأحزاب القائمة وكيفية الاعتماد على ما ينبغي دعمه أو تغييره.

فاعلية فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السوداني

أن قضية الشباب هي جزء لا يتجزأ من قضية المجتمع ككل، كما أنها قضية تنموية بالمعنى الواسع الذي يضع في الاعتبار المشاركة في اتخاذ القرار وفي القيام بالمسؤولية وتحملها. ومن هنا كانت القضية واجبة التحرك مع قضايا المجتمع التي تسعى إلى النهضة وإلى التحديث بما يتناسب مع روح الثورة وانفتاح جديد نحو آفاق المستقبل مستفيدة من إمكانيات فيديوهات الإنترنت في تشكيل هذا الوعي الذي أظهره الشباب أثناء ثورة ديسمبر 2019 المجيدة التي قدمت درس من دروس التاريخ للشعب أجمع عبر تفاعل الشباب عن طريق الإعلام التفاعلي ككل، والفيديوهات بالأخص من خلال برامج تدعو الشباب إلى تحقيق تطلعات الشعب والثورة، والحكومة المدنية إلى يناشدها كل الشعب.

لقد أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية هو المطلوب المطروح حالياً على الساحة السياسية داخل السودان، ومختلف دول العالم الثالث، حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توفر وعي سياسي وإدراك واعى لمعطيات الحياة السياسية، ومتغيراتها بصورة عامة، ويمكن استمداد من مؤسسات متعددة، مثل الأحزاب، والجماعات المرجعية، والمؤسسات التعليمية، بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيرية، وخاصة التلفزيون التفاعلي وما توفره من إمكانيات تقنية عبر وسائلها المتعددة خصوصاً الهاتف المحمول الذي بدوره يؤثر بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع، إلى جانب دوره في بناء المشاركة السياسية من خلال اهتمام الشباب ووعيهم تجاه النظام السياسي، وتكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم نشيطين يلعبون دوراً فاعلاً في العملية السياسية بوجه عام. (على، 2015، ص13)

ويعمل فيديوهات الإنترنت على تدعيم الممارسة الديمقراطية عبر " إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات "، ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الشباب، وتدعيم دور المعارضة السياسية بكونها وسيلة آنية لنشر الوعي السياسي، وتوعية الشباب وزيادة اهتمامهم بالشؤون والأحداث السياسية بما يزيد من المشاركة النشطة للشباب، وتعد أولى خطوات تنمية الوعي السياسي. (على، 2015، ص14)

ويؤكد (بودريار) على دور وسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية الحديثة وأهميتها في المجتمعات المعاصرة ليقول بأن " هذه الوسائل باتت تتغلغل في كل منحنى من مناحي حياتنا اليومية، وتهيمن على أفكارنا وعالمنا كله، حتى بدت حياتنا تنحل وتذوب في إطارات شاشات التلفاز. (حسام، 2017، ص34)

ويلفت عبد المعطى الانتباه إلى أن أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام يتوقف على طبيعة العلاقة بينه وبين النظامين السياسي والاجتماعي السائدين في أي بلد. (عبدالمعطى، 1979، ص9)

ويتزايد دور فيديوهات الإنترنت في تنمية وعي الشباب وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم في الوقت الراهن مصدراً هاماً، بل مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا ونتفاعل معها أيضاً، فهي تؤدي دوراً مؤثراً في تشكيل وعي الشباب، حيث تؤثر هذه الوسيلة في الطريقة التي يدرك بها الشباب الأمور ومشاركتها تفاعلياً، كما ترسم الصورة الذهنية لدى الشباب عن الدول، والمواقف، والأحداث. (العائد، 1997، ص280)

وهكذا نجد ان للإعلام وسائل تأثير واضحة على تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي، حيث يعمل النظام الإعلامي للمجتمع من خلال ما يتبناه من اتجاهات فكرية، وايدولوجية، وطبقية على صياغة وعي الشباب، ويعتمد ذلك على وسائل الإعلام نفسها، وأساليب تلك الوسائل في معالجة الرسالة الإعلامية. (حلس، 2003، ص182)

الدراسة الميدانية

يتناول هذا الفصل وصفاً للإجراءات التي اتبعتها الباحثة في الدراسة الميدانية من خلال توضيح المنهج المستخدم ومجتمع وعينة البحث وكذلك وصف لمكونات أداة البحث المستخدمة وطرق اعدادها , واختبارات الصدق والثبات, والمعالجات الاحصائية التي اعتمد عليها الباحث في تحليل البيانات كما يتضمن عرض وتحليل لبيانات الدراسة الأولية والاساسية, وذلك على النحو التالي :

أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية.

ثانياً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

ثالثاً: عرض النتائج

رابعاً: عرض التوصيات

خامساً: المصادر والمراجع

سادساً: الملاحق

ثانياً: إجراءات الدراسة الميدانية

يشتمل هذا المبحث على إجراءات الدراسة الميدانية والتي تتمثل في منهج واسلوب جمع البيانات ومعالجتها احصائياً" وتفسيرها, واجراء اختبارات الثبات والصدق للتأكد من صلاحيتها بالاضافة الى وصف لمجتمع وعينة الدراسة والاساليب الاحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة وذلك على النحو التالي:

أولاً" منهج الدراسة :

نسبة لطبيعة البحث والمعلومات المراد الحصول عليها اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً "دقيقاً" ويعبر عنها تعبيراً "كيفياً" وكمياً" , فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها , أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً "رقمياً" يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى بالإضافة إلى ذلك فإن استخدام المنهج الوصفي التحليلي يتلاءم وطبيعة المشكلة موضوع الدراسة والتي تلقى الضوء على جوانبها المختلفة عند طريق السرد والتحليل المركز , والفهم العميق لظروفها ,ولجمع المعلومات التي تزيد من توضيح أبعادها المختلفة. ويعتبر هذا المنهج من أكثر المناهج استخداماً" في العلوم الاجتماعية والانسانية , ويمتاز عن يقية المناهج بتتبعه للظاهرة

المدرسة عن طريق جمع كبير من المعلومات تتعلق بالظاهرة حيث يتمكن الباحث من دراسة أبعادها المختلفة وأسبابها وتطوراتها والعلاقات بداخلها , كما يمكن الباحث من وضع مقترحات وحلول مع اختبار لمدى صحتها من أجل الوصول الى نتائج" (عطوي، 2001، ص123).

ثانياً "مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات الصلة بالمشكلة المدروسة , وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من الشباب بمدينة الجنية ولاية غرب دارفور و تم اختيار مفردات البحث من مجتمع الدراسة الموضح في الفقرة السابقة عن طريق أسلوب العينة العشوائية حيث تم توزيع عدد (250) إستبانة على مجتمع الدراسة وتم استرجاع (201) إستبانة سليمة تم استخدامها في التحليل بنسبة استرجاع بلغت (80.4)% ويعتبر معدل الاستجابة من المعدلات العالية باعتباره يفوق الحدود المتعارف عليها (75)% ولعل الارتفاع النسبي للردود يمكن إرجاعه إلى المتابعة المستمرة من جانب الباحث. بيانها كالاتي:

جدول (1/1/5) الاستبيانات الموزعة والمعادة

البيان	العدد	النسبة
الاستبيانات الموزعة	205	100%
الاستبيانات التي تم إرجاعها	201	80.4%
الاستبيانات التي لم يتم إرجاعها	49	19.6%
الاستبيانات غير صالحة للتحليل	0	0%
الاستبيانات الصالحة للتحليل	201	80.4%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2022

ثالثاً "مصادر وطرق الحصول على البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على مصدرين أساسيين للحصول على البيانات والمعلومات التي تتعلق بتحقيق أهداف الدراسة وهما:

1/ المصادر الثانوية: بشكل أساسي يتعلق هذا النوع من المصادر بكافة المجالات والمواقع الالكترونية والكتب والأدبيات السابقة.

2: المصادر الأولية : وتتعلق بالجانب الميداني , حيث اعتمدت الدراسة على تطوير الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات التي تخدم أهداف الدراسة , وبعدها يتم تحليل هذه البيانات المجمع حسب غرض الدراسة وتقديم النتائج التي توصلت إليها.

رابعاً "وصف أداة الدراسة

تتمثل أداة جمع البيانات التي اعتمدت عليها الدراسة في الحصول على البيانات الأولية على قائمة استقصاء تم إعدادها وتطويرها بناء على الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والاستفادة منها في بناء الاستبانة وصياغة عباراتها.

واشتملت الاستبانة على قسمين:

القسم الأول:

يحتوي على (6) فقرات تناولت خصائص عينة الدراسة والمتمثلة في:

1/ العمر. 2/ النوع. 3/ مكان السكن. 4/ المستوى التعليمي. 5/ الحالة الاجتماعية. 6/ جهة العمل

القسم الثاني: (محور الفيديوهات) ويشتمل على عدد (12) فقرة.

القسم الثالث: يقيس (الوعي السياسي لدى الشباب) ويشتمل على ثلاثة ابعاد.

تم تصميم الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي (Likart Scale)، والذي يتكون من خمسة مستويات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وذلك لتتناسب هذا الأسلوب مع طبيعة الدراسة وهو الأسلوب الأكثر شيوعاً حيث تم اعطاء اوزان لهذه المستويات في عملية التحليل كما هو موضح في جدول رقم (2/1/4).

جدول رقم (2/1/5) مقياس درجة الموافقة

الدرجة الموافقة	الوزن النسبي	النسبة المئوية	الدلالة الإحصائية
أوافق بشدة	5	أكبر من 80%	درجة موافقة مرتفعه جدا"
أوافق	4	70-80%	درجة موافقة مرتفعه
محايد	3	50-69%	درجة موافقة متوسطة
لأوافق	2	20-49%	درجة موافقة منخفضة
لأوافق بشدة	1	أقل من 20%	درجة موافقة منخفضة جدا

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2022

وعليه فإن الوسط الفرضي للدراسة كالاتي:

الدرجة الكلية للمقياس هي مجموع الأوزان على عددها $(1+2+3+4+5) / 5 = 3$. وهو يمثل الوسط الفرضي للدراسة، وعليه كلما زاد متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على موافقة أفراد العينة على العبارة، أما إذا انخفض متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على عدم موافقة أفراد العينة على العبارة. وعليه وتكون الفقرة ايجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كان الوسط الحسابي للعبارة أكبر من الوسط الفرضي للدراسة (3) (الوزن النسبي أكبر من 60%). وفي المقابل تكون العبارة سلبية بمعنى أفراد العينة لا يوافقون على محتواها إذا كان الوسط الحسابي للعبارة أقل من الوسط الفرضي للدراسة (3) (الوزن النسبي أقل من 60%).

خامسا: تقييم أدوات القياس:

من الصفات الأساسية التي ينبغي توافرها أيضا" في أداة جمع البيانات قبل الشروع في استخدامها هي خاصية الثبات وهي تشير إلى درجة خلو المقياس من الأخطاء، وبصفة خاصة الأخطاء العشوائية، وتكمن أهمية قياس درجة ثبات وصدق المقياس في ضرورة الحصول على نتائج صحيحة كلما تم استخدامها، فالمقياس المتزيب لا يمكن الاعتماد عليه ولا الأخذ بنتائجه ومن ثم ستصبح النتائج مضللة وغير مطمئنة، وللتأكد من صلاحية أداة الدراسة تم استخدام كل من اختبارات الصدق والثبات وذلك على النحو التالي:

1/ صدق أداة الدراسة

بشكل عام يمثل صدق قائمة الاستقصاء إحدى الركائز الأساسية التي يقوم عليها تصميم أداة جمع البيانات وذلك لمواجهة عقبات قياس متغيرات الدراسة ، ويقصد بصدق المقياس تحديد إلى أي درجة يقيس المقياس الغرض المصمم من أجله ، وللتحقق من صدق المقياس فقد اعتمد الباحث على الصدق الظاهري وفي هذا الصدد قام الباحث بعرض مسودة أداة القياس على مجموعة من المحكمين والخبراء المختصين في مجال الاعلام وعلوم الاتصال بلغ عددهم (5) من المحكمين في مجال موضوع الدراسة كما هو موضح في الملحق (رقم1)، وقد طلب من المحكمين إبداء آرائهم حول أداة الدراسة ومدى صلاحية الفقرات وشموليتها وتنوع محتواها وتقييم مستوى الصياغة اللغوية أو أية ملاحظات يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف. حيث أجمع المحكمون على أن المقياس يقيس السمة المراد قياسها، وبعد أن تم استرجاع الاستبانة من جميع المحكمين تم تحليل استجاباتهم والأخذ بملاحظاتهم وإجراء التعديلات التي اقترحت عليه، وبذلك تمّ تصميم الاستبانة في صورتها النهائية (عطوي، 2001، ص124).

(2) ثبات الاستبانة

يقصد بالثبات هو أي أن المقياس يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة). في نفس الظروف والشروط وبالتالي فهو يؤدي إلى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها إعادة القياس. أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعنى الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها عدة مرات خلال فترات زمنية معينة وبالتالي كلما زادت درجة الثبات واستقرار الأداة كلما زادت الثقة فيه، وقد قام الباحث بحساب معامل ثبات الاختبار بثلاثة طرق وهي: طريقة إعادة تطبيق الاختبار، وطريقة التجزئة النصفية، وطريقة التباين، وذلك كما يلي:(عطوع، 2001، ص124)

(أ) طريقة إعادة تطبيق الاختبار:

تمكن الباحث من إعادة تطبيق الاختبار على عدد 15 فرد من عينة الصدق والثبات، وذلك بعد أسبوعين من تطبيق الاختبار الأول، وقد استخدم الباحث معادلة بيرسون للارتباط، وذلك كما يلي:

$$\text{معامل ارتباط بيرسون (ر)} = \frac{\text{مج ح س} \times \text{مج ح ص}}{(\text{مج ح س} \times \text{مج ح ص})^{1/2}}$$

وباستخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) تم تقدير معامل الارتباط وبلغ (0.86) وهذا يشير إلى أن معامل الثبات المحسوب يعتبر معامل مرتفع وهو دليل على ثبات المقياس، وهذا يعني أن معامل الصدق الذاتي للاختبار = (0.86) $\frac{1}{2}$ = 0.92، وهذا يعني أن المقياس صادق ذاتيا وثابت قياسيا.

(ب) طريقة التجزئة النصفية:

حيث تم تقسيم الاختبار إلى فقراته الفردية والزوجية ثم استخدمت درجات النصفين، في حساب معامل الارتباط بينهما، فنتج معامل ثبات نصف الاختبار (ر $\frac{1}{2}$)، ويلي ذلك استخدام معادلة سبيرمان براون Spearman Brown لحساب معامل ثبات الاختبار كله وهي:

$$R = \frac{2 \text{ ر } \frac{1}{2}}{1 + \text{ ر } \frac{1}{2}}$$

حيث أن

2: عدد أقسام الاختبار.

ر 1/2: معامل الارتباط بين نصفي الاختبار.

ر 1 : معامل ثبات الاختبار كله.

وقد قام الباحث باستخراج هذا المعامل، باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وبلغت قيمته (0.82) وهو معامل ثبات مرتفع وبأخذ الجذر التربيعي نحصل على معامل الصدق الذاتي وهو (0.90) ومن ثم يمكن القول بان المقاييس التي اعتمدت عليها الدراسة تتمتع بالثبات الداخلي لعباراتها مما يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

(ج) طريقة التباين باستخدام معادلة إلفا كرونباخ Cronbach's Alpha:

وقد تم استخدام في هذه الدراسة معامل إلفا كرونباخ (Cronbach,s Alpha)، والذي يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد صحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل إلفا كرونباخ تعني زيادة مصداقية البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة. كما أن انخفاض القيمة عن (0.60) دليل على انخفاض الثبات الداخلي. وتعتمد معادلة إلفا كرونباخ على تباينات أسئلة الاختبار، وتشرط أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك قام الباحث بحساب معامل الثبات لكل محور على إنفراد، ثم قام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس ككل، وبالرغم من أن الباحث استخدم البرنامج الإحصائي SPSS لحساب معاملات الثبات، من خلال صيغة معادلة إلفا كرونباخ :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{ن}{ن - 1} \frac{\text{مجموع تباينات الأسئلة}}{\text{تباين الدرجات الكلية}}$$

حيث : ن عدد أسئلة الاختبار

حيث بلغت قيمة الفا كرونباخ للمقياس الكلي (0.85) وبأخذ الجذر التربيعي نحصل على معامل الصدق الذاتي وهو (0.92) وهو ثبات وصدق مرتفع ومن ثم يمكن القول بان المقاييس التي اعتمدت عليها الدراسة لقياس محاور الدراسة تتمتع بالثبات الداخلي لعباراتها مما يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

سادساً الأساليب الإحصائية المستخدمة: تم استخدام الأدوات التالية:

(1) إجراء اختبار الثبات (Reliability Test) لأسئلة الاستبانة وذلك باستخدام " كل من: أ/ اختبار

الصدق الظاهري. ب/معامل إلفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha). وتم استخدامه لقياس الاتساق الداخلي لعبارات الدراسة للتحقق من صدق الأداء .

2- اختبار Kolmogorav-Smirov تم استخدامه لاختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

(3) // أساليب الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال :

أ/ التوزيع التكراري لعبارات الاستبانة

وذلك للتعرف على التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على عبارات فروض الدراسة.

ب/ الوسط الحسابي:

تم اعتماد هذا الأسلوب الإحصائي لوصف آراء أفراد العينة حول محاور الدراسة

ج/ الانحراف المعياري

تم استخدام هذا المقياس لمعرفة مدى التشتت في آراء المستجيبين قياساً بالوسط الحسابي المرجح .

(4)-اختبار (T)

وتم استخدام هذا الاختبار لاختبار دلالة الفروق ومستوى الدلالة الإحصائية لفقرات فرضيات الدراسة عند مستوى معنوية 5% ويعنى ذلك أنه إذا كانت قيمة (T) المحسوبة عند مستوى معنوية اقل من 5% يرفض فرض عدم وهذا يعنى (وجود فروق ذات دلالة معنوية وتكون الفقرة ايجابية). إما إذا كانت قيمة (T) عند مستوى معنوية اكبر من 5% فذلك معناه قبول فرض عدم وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وتكون الفقرة سلبية . اجابتنا بنسبة (95%)، فإذا كانت القيمة الاحتمالية اقل من (0.05) فهذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التكرارات المشاهدة والمتوقعة .

ثانياً: عرض و تحليل بيانات الدراسة

يتضمن هذا المبحث تحليل للبيانات الأولية والأساسية وذلك على النحو التالي

القسم الأول:

تحليل البيانات الأولية:

وفيما يلي توزيع عينة الدراسة تبعاً للبيانات الأولية:

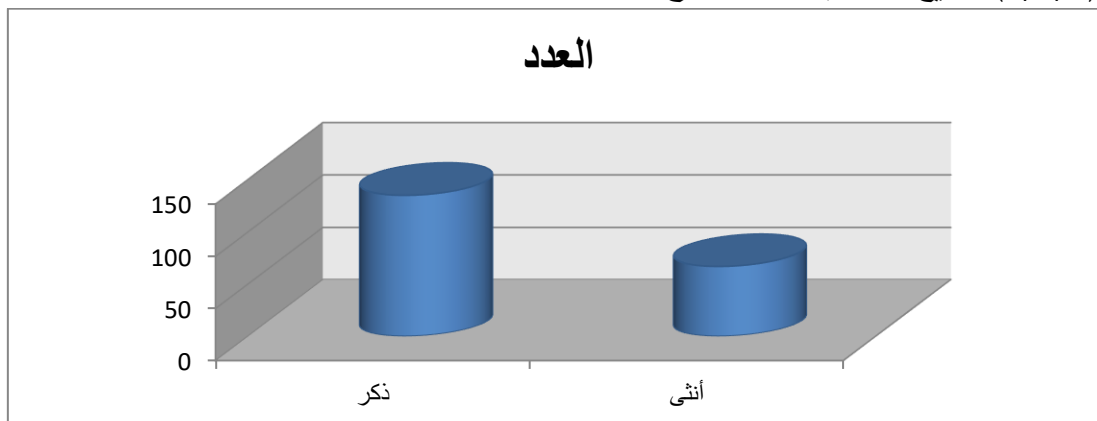
1/ توزيع أفراد العينة حسب النوع

جدول رقم (5/ 3/ 2) التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير النوع

النوع	العدد	النسبة%
ذكر	135	66.8
أنثى	67	33.2
المجموع	202	100%

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الدراسة الميدانية 2022.

شكل رقم (1/2/5) التوزيع التكراري لمتغير النوع



يتضح من الجدول (3/2/5) والشكل رقم (1/2/5) أن غالبية أفراد العينة المبحوثة من الذكور حيث بلغت نسبتهم (66.8) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الإناث في العينة (33.2) % من اجمالي العينة المبحوثة.

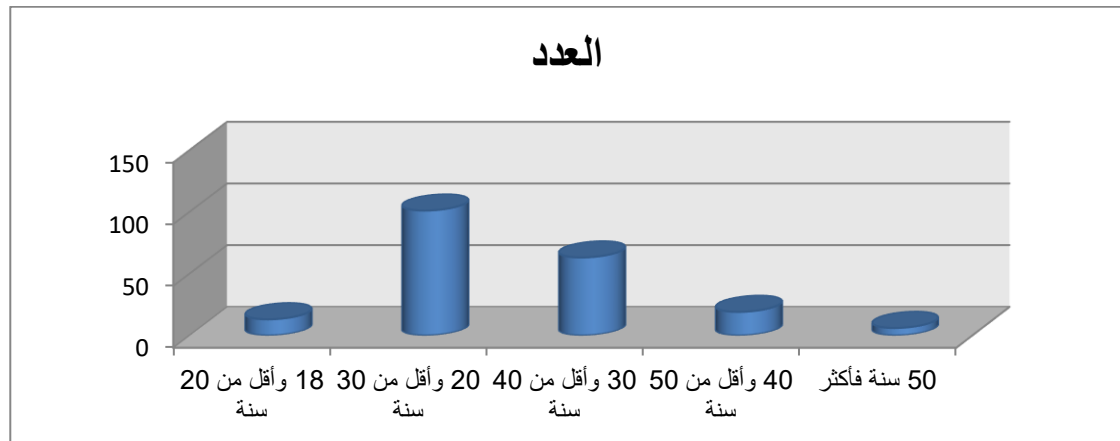
2/ توزيع أفراد العينة حسب العمر

جدول (4/2/5) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر.

العمر	العدد	النسبة %
18 وأقل من 20 سنة	13	6.4
20 وأقل من 30 سنة	101	50
30 وأقل من 40 سنة	63	31.2
40 وأقل من 50 سنة	19	9.4
50 سنة فأكثر	6	3
المجموع	202	%100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

شكل (2/2/5) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر



يتضح من الجدول رقم (4/2/5) والشكل رقم (2/2/5) أن غالبية أفراد العينة من تتراوح اعمارهم ما بين (20 وأقل من 30 سنة) حيث بلغت نسبتهم (50) % ثم في المرتبة الثانية الذين تتراوح اعمارهم ما بين (30 وأقل من 40 سنة) بنسبة (31.2) % ثم في المرتبة الثالثة ما بين (40 وأقل من 50 سنة) بنسبة (9.3) % أما المرتبة الاخيرة الذين تتراوح اعمارهم ما بين (50 سنة فأكثر) بنسبة (3) %.

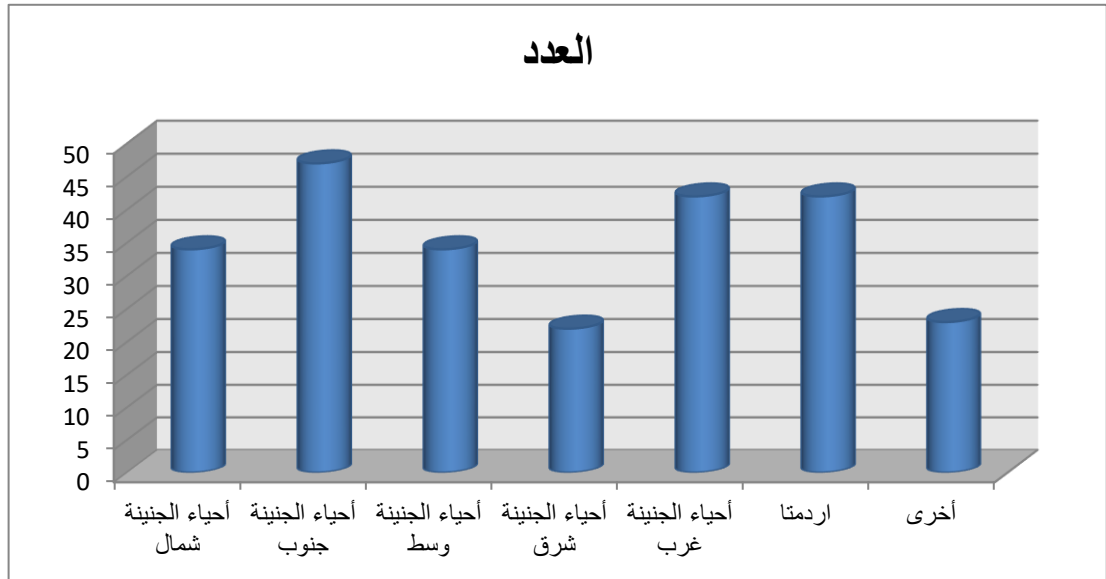
3./ توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن:

جدول (5/2/5) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير مكان السكن.

مكان السكن	العدد	النسبة %
أحياء الجنيبة شمال	34	16.8
أحياء الجنيبة جنوب	47	23.3
أحياء الجنيبة وسط	34	16.8
أحياء الجنيبة شرق	22	10.9
أحياء الجنيبة غرب	42	20.8
اردمتا	42	20.8
أخرى	23	11.4
المجموع	202	%100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

شكل (3/2/5) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي



يتضح من الجدول (5/2/5) والشكل (3/2/5) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة من احياء الجنيينة جنوب حيث بلغت نسبتهم (23.3) %، ثم في المرتبة الثانية الجنيينة غرب وحى اردمتا بنسبة (20.8)%. ثم في المرتبة الثالثة أفراد العينة من احياء الجنيينة وسط والجنيينة شمال بنسبة (16.8)%.

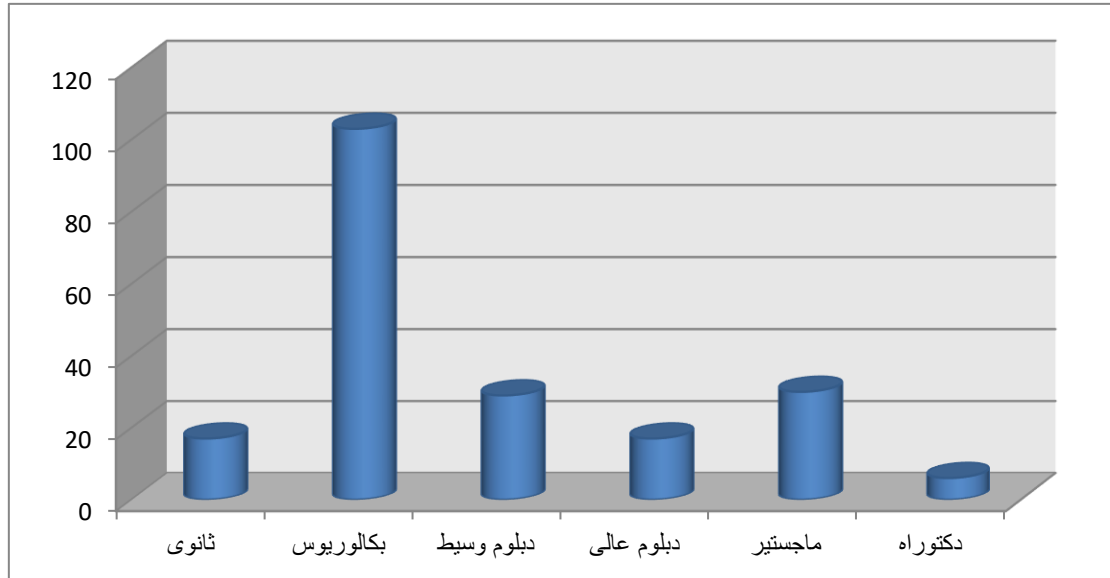
4./ توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

جدول (6/2/5) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %
ثانوي	17	8.3
بكالوريوس	103	51
دبلوم وسيط	29	14.4
دبلوم عالي	17	8.4
ماجستير	30	14.9
دكتوراه	6	3
المجموع	202	%100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

شكل (4/2/5) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي



يتضح من الجدول (6/2/5) والشكل (4/2/5) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة من المستوى التعليمي الجامعي حيث بلغت نسبتهم (51) %، بينما بلغت نسبة أفراد عينة البحث من المستوى فوق الجامعي (الدبلوعالي، الماجستير، الدكتوراه) (26.3)%. أما المستوى الثانوي والدبلوم الوسيط فقد بلغت نسبتهم (22.7)% ويتضح من ذلك أن النسبة العظمى من أفراد العينة ممن يحملون درجات جامعية وفوق الجامعية مما يدل على جودة التأهيل العلمي لعينة الدراسة.

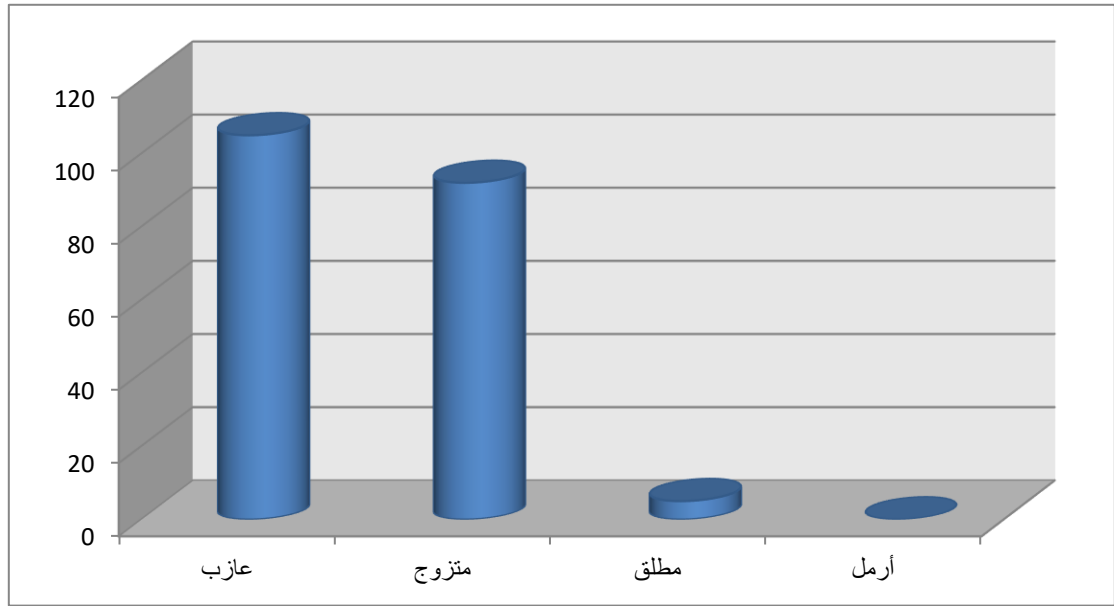
5/ توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

جدول (7/2/5) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية.

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة %
عازب	105	52
متزوج	92	45.5
مطلق	5	2.5
أرمل	0	0
المجموع	202	100%

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

شكل (5/2/5) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية



يتضح من الجدول رقم (7/2/5) والشكل رقم (5/2/5) أن غالبية أفراد العينة من غير المتزوجين حيث بلغت نسبتهم (52) % بينما بلغت نسبة المتزوجين (45.5) % أم أفراد العينة من الحالات الأخرى (مطلق) فقد بلغت نسبتهم (2.5) %.

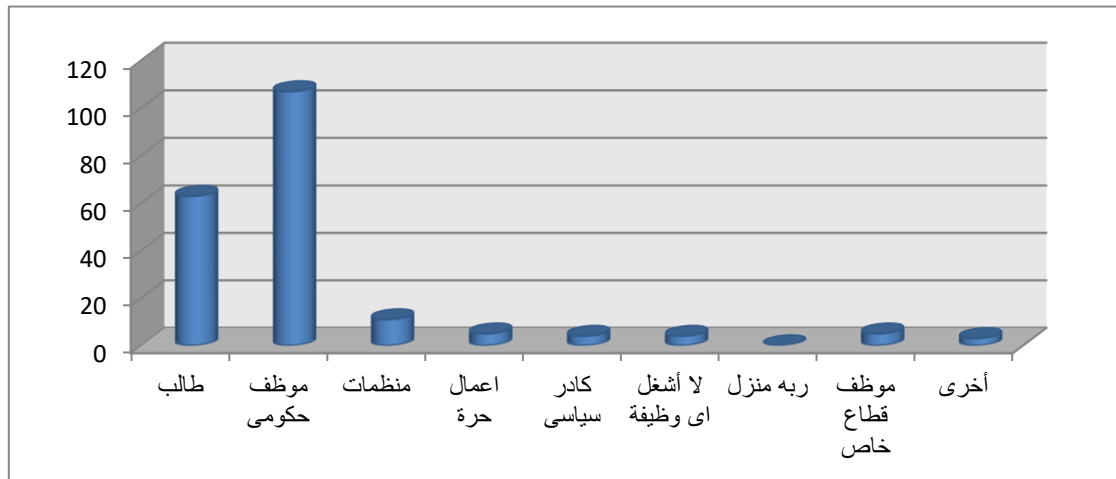
6/ توزيع أفراد العينة حسب جهة العمل

جدول (8/2/5) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير جهة العمل

جهة العمل	العدد	النسبة %
طالب	63	31.2
موظف حكومي	107	53
منظمات	11	5.4
اعمال حرة	5	2.5
كادر سياسي	4	2
لا أشغل اي وظيفة	4	2
ربه منزل	0	0
موظف قطاع خاص	5	2.5
أخرى	3	1.5
المجموع	202	%100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

شكل (6/2/5) توزيع أفراد العينة حسب جهة العمل



يلاحظ من الجدول (8/2/5) والشكل (6/2/5) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة من موظفي الحكومة حيث بلغت نسبتهم (53) % ثم في المرتبة الثانية أفراد العينة من الطلاب بنسبة (31.2) % ثم في المرتبة الثالثة أفراد العينة من المنظمات بنسبة (5.4) %.

القسم الثاني

محور فيديوهات الإنترنت

يشتمل هذا الجزء من الدراسة على تحليل اجابات أفراد عينة الدراسة حول محور فيديوهات الإنترنت حيث تم طرح الاسئلة التالية على أفراد عينة الدراسة:

1/ هل انت من مشاهدى فيديوهات الأنترنترنت

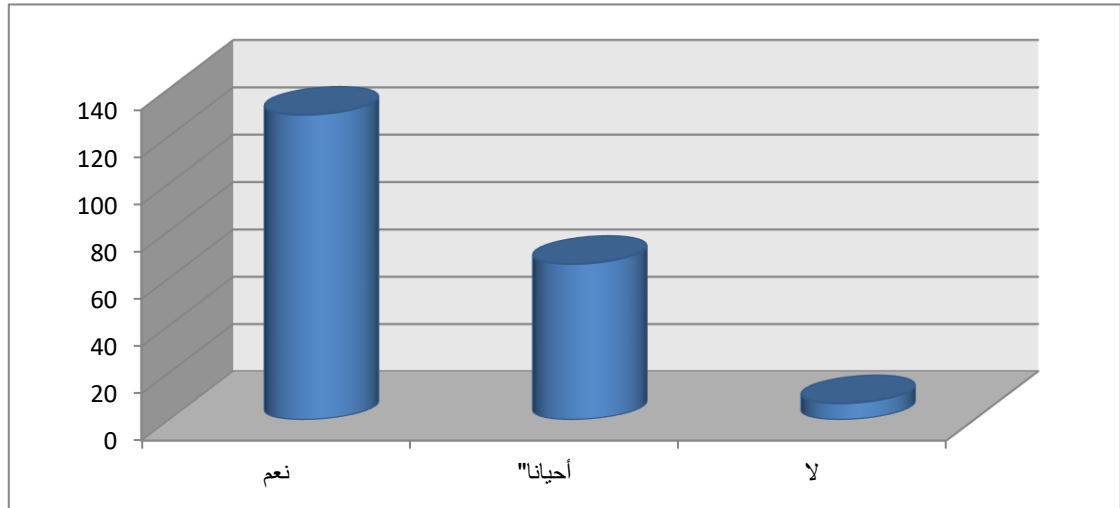
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول مدى مشاهدتهم لفيدويوهات الأنترنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (9/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
نعم	129	63.9
أحياناً	66	32.7
لا	7	3.5
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022

الشكل رقم (7/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (9/2/5) والشكل رقم (7/2/5) أن غالبية أفراد العينة يوافقون على مشاهدتهم لفيدويوهات الأنترنت حيث بلغت نسبتهم (63.9) %. بينما بلغت نسبة الذين يشاهدون أحيانا (32.7) %. أما أفراد عينة الدراسة والذين لا يشاهدون فقد بلغت نسبتهم (3.5) %.

2/ ما وسيلة متابعتك لفيدويوهات الأنترنت

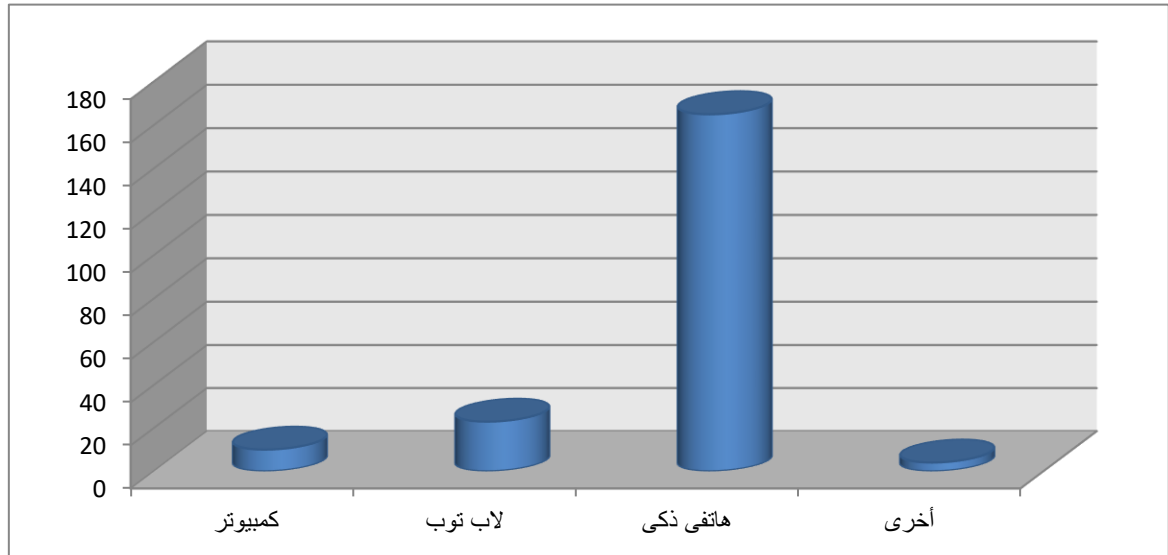
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول الوسيلة التي يشاهدون بها الأنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (10/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
كمبيوتر	10	5
لاب توب	23	11.4
هاتف ذكي	165	81.7
أخرى	4	2
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022

الشكل رقم (8/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (10/2/5) والشكل رقم (8/2/5) أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت عن طريق (الهاتف الذكي) على حيث بلغت نسبتهم (81.7) %. بينما بلغت نسبة الذين يشاهدون عن طريق (اللاب توب) (11.4) %. أما أفراد عينة الدراسة والذين يشاهدون فيديوهات الإنترنت عن طريق (الكمبيوتر) والوسائل الأخرى فقد بلغت نسبتهم (7) %.

3/ ما هو معدل مشاهدتك لفيدويوهات الإنترنت

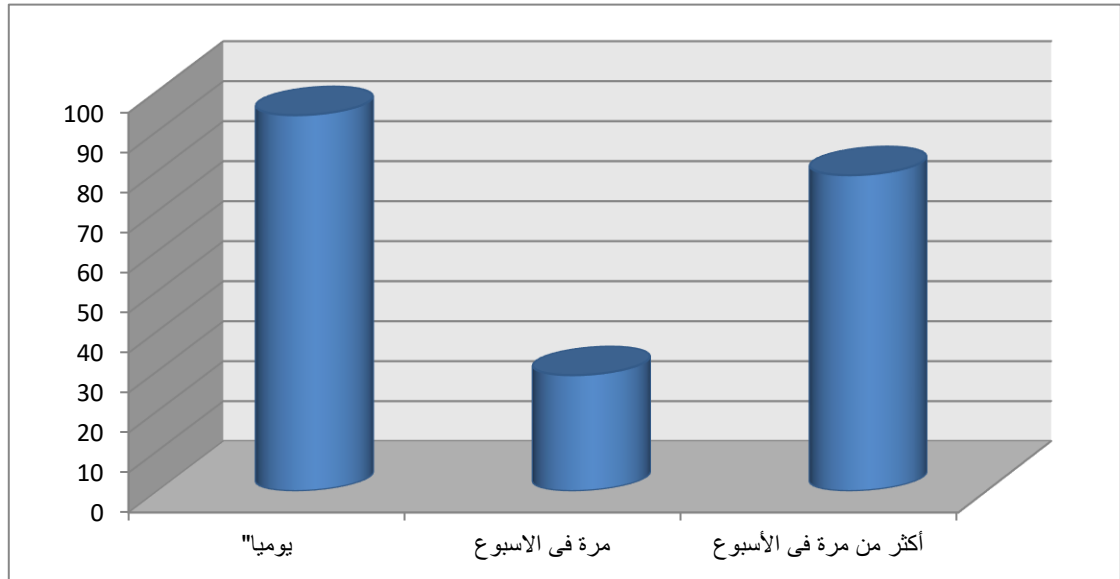
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول معدل مشاهدتهم لفيدويوهات الإنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (11/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
يوميًا	94	46.5
مرة في الاسبوع	29	14.4
أكثر من مرة في الأسبوع	79	39.1
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم(9/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (11/2/5) والشكل رقم (9/2/5) أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت (يومياً) حيث بلغت نسبتهم (46.5) %. بينما بلغت نسبة الذين يشاهدون (أكبر من مرة في الأسبوع) (39.1) %. أما أفراد عينة الدراسة والذين يشاهدون فيديوهات الإنترنت مرة في الأسبوع فقد بلغت نسبتهم (14.4) %.

4/ أى منصات الإنترنت تتابع

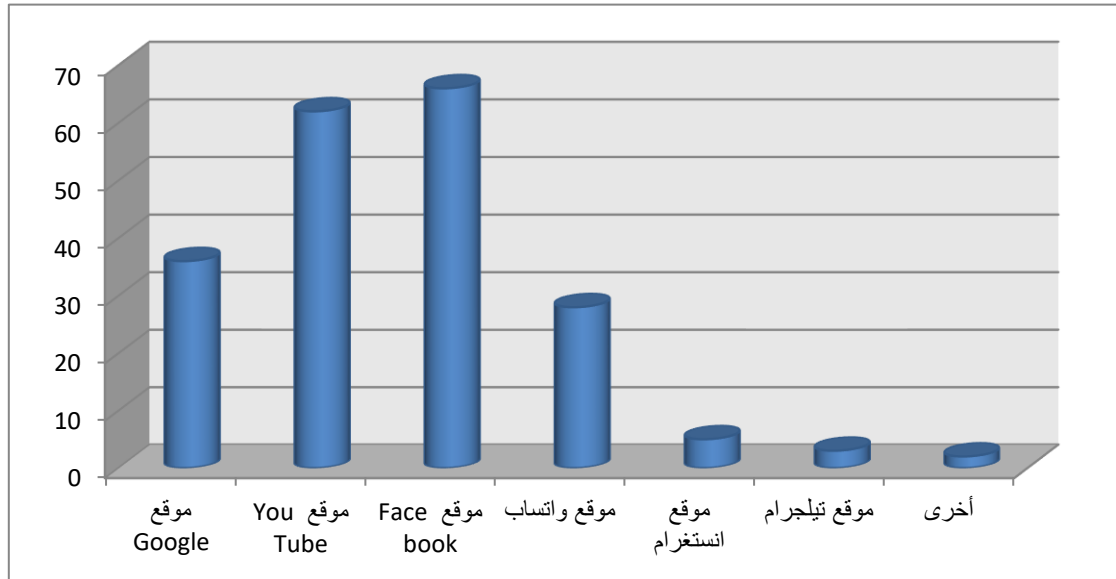
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول المنصات التي يتابعون بها الأنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(12/2/ 5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
موقع Google	36	17.8
موقع You Tube	62	30.7
موقع Face book	66	32.7
موقع واتساب	28	13.9
موقع انستغرام	5	2.5
موقع تيلجرام	3	1.5
أخرى	2	1
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

الشكل رقم (10/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (12/2/5) والشكل رقم (10/2/5) أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت عن طريق منصة (موقع Face book) على حيث بلغت نسبتهم (32.7)%. ثم في المرتبة الثانية عن طريق (موقع You Tube) بنسبة (30.7)%. ثم في المرتبة الثالثة عن طريق (موقع واتساب) بنسبة (13.9)%.

5/ عدد ساعات متابعتك لفيدويوهات الإنترنت في أثناء اليوم

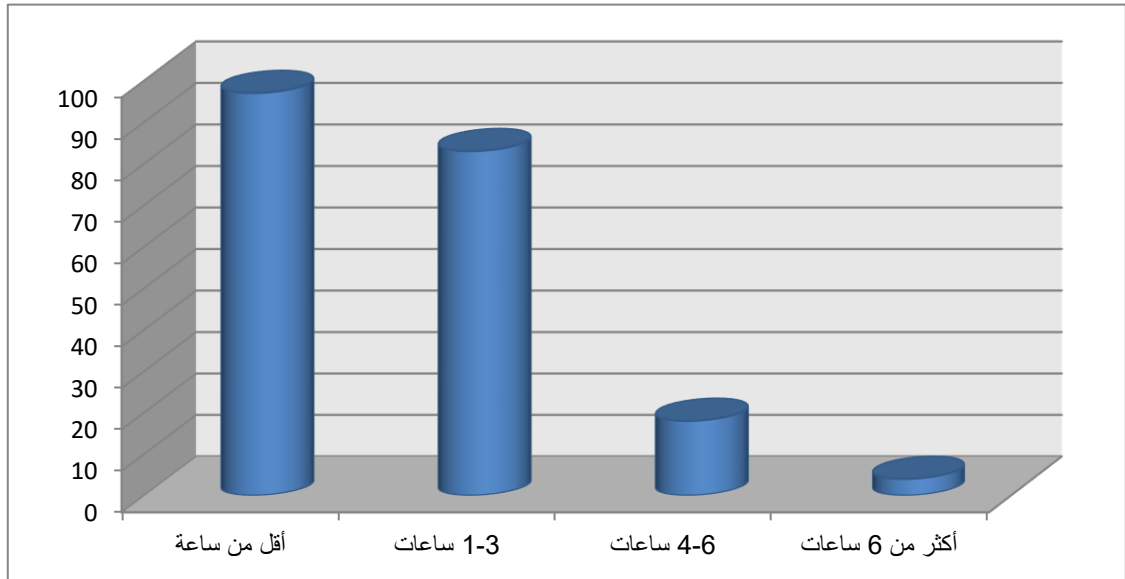
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول عدد الساعات التي يشاهدون فيها الأنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (13/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
أقل من ساعة	97	48
1-3 ساعات	83	41.1
4-6 ساعات	18	8.9
أكثر من 6 ساعات	4	2
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم(5/11) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (5/13) والشكل رقم (5/11) أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت (أقل من ساعة يوميا) على حيث بلغت نسبتهم (48)%. ثم في المرتبة الثانية الذين يشاهدون ما بين (1-3) ساعات بنسبة (41.1)%. أما أفراد عينة الدراسة والذين يشاهدون فيديوهات الإنترنت أكثر من 6 ساعات فقد بلغت نسبتهم (2)%.
/6 ما أهمية فيديوهات الانترنت

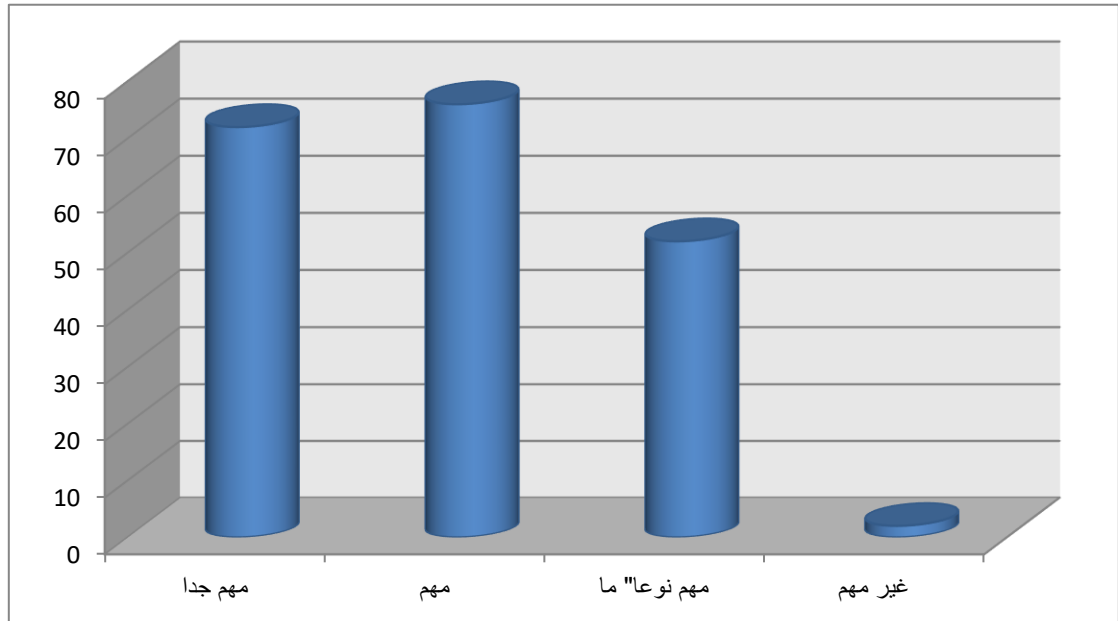
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول أهمية فيديوهات الإنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(5/14) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة%
مهم جدا	72	35.6
مهم	76	37.6
مهم نوعا ما	52	25.7
غير مهم	2	1
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم (12/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (14/2/5) والشكل رقم (12/2/5) أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن مشاهدة فيديوهات الإنترنت يعتبر مهم حيث بلغت نسبتهم (37.5)%. بينما بلغت نسبة الذين قالو مهم (35.6)%. أما أفراد عينة الدراسة والذين قالوا غير مهم فقد بلغت نسبتهم (1)%.
7/ ما أهم أسباب استخدامك لفيدويوهات الإنترنت

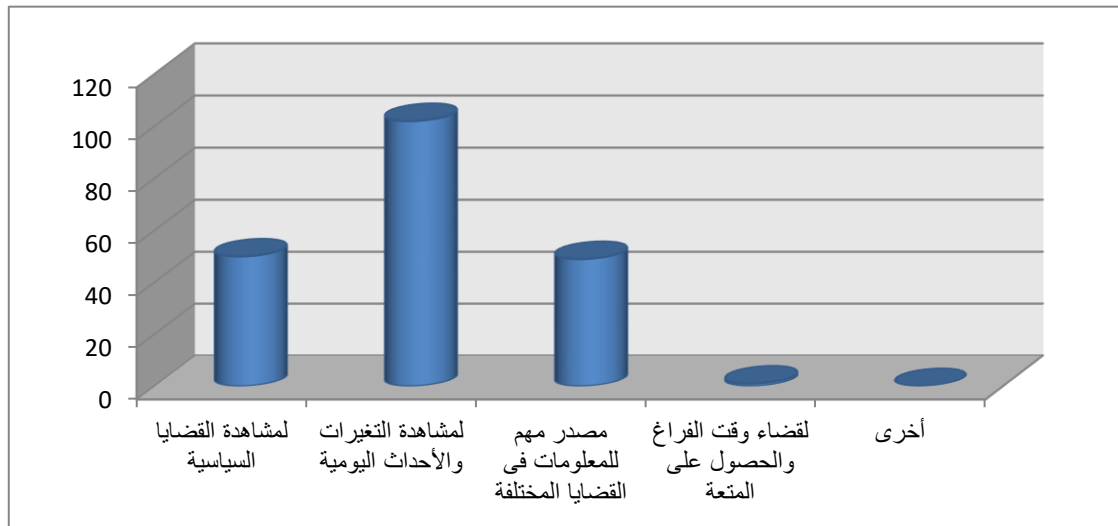
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول الوسيلة التي يشاهدون بها الأنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (15/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
لمشاهدة القضايا السياسية	50	24.8
لمشاهدة التغيرات والأحداث اليومية	102	50.5
مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة	49	24.3
لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة	1	0.5
أخرى	0	0
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم (13/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (15/2/5) والشكل رقم (15/2/5) أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الأنترنت بسبب (مشاهدة التغيرات والأحداث اليومية) على حيث بلغت نسبتهم (50.5) % . ثم في المرتبة الثانية الذين يشاهدون فيديوهات الأنترنت بسبب (مشاهدة القضايا السياسية) بنسبة (24.8) % ثم بينما بلغت نسبة الذين يشاهدونها بسبب (مصدر مهم للمعلومات في القضايا المختلفة) في المرتبة الثالثة بنسبة (24.3) % . ثم في المرتبة الأخيرة بسبب (قضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة) بنسبة (0.5) % .

8/ ما مدى ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها من فيديوهات الأنترنت

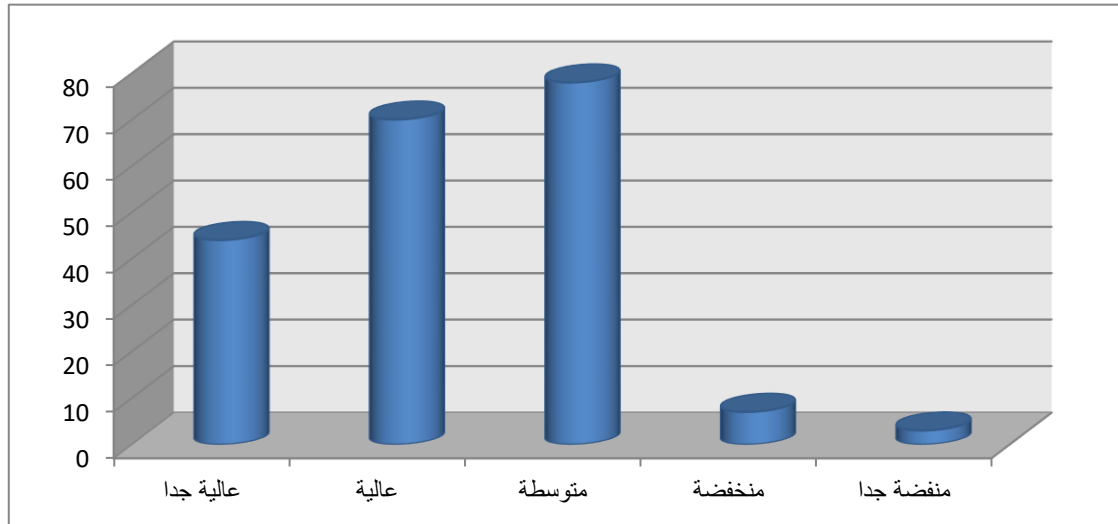
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول مدى ثقتهم بالمعلومات التي يحصلون عليها من فيديوهات الأنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (16/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
عالية جدا	44	21.8
عالية	70	34.7
متوسطة	78	38.6
منخفضة	7	3.5
منخفضة جدا	3	1.5
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم (14/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (16/2/5) والشكل رقم (14/2/5) أن غالبية أفراد العينة تقتهم بالمعلومات التي يحصلون عليها من فيديوهات الإنترنت تتراوح ما بين عالية وعالية جدا حيث بلغت نسبتهم (56.5)%. بينما بلغت نسبة الذين قالوا منخفضة ومنخفضة جدا (5)%. أما أفراد عينة الدراسة والذين تعتبر تقتهم متوسطة فقد بلغت نسبتهم (38.6)%.

9/ هل انت من متابعي القضايا السياسية التي تهم وطنك عبر فيديوهات الأنترنت

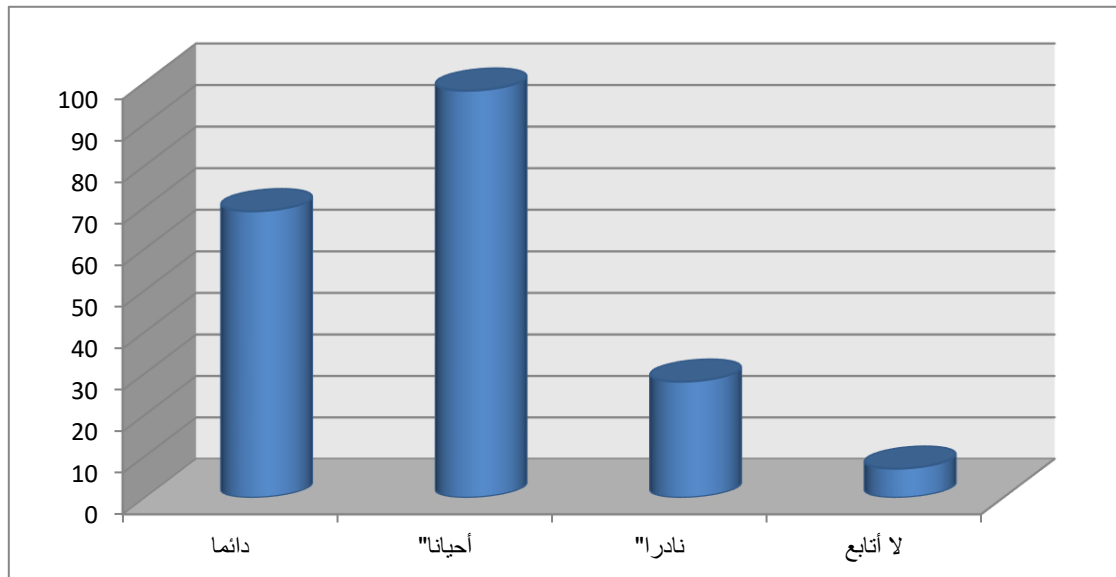
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول مدى متابعتهم للقضايا السياسية التي تهم وطنهم عبر فيديوهات الأنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (17/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة%
دائما	69	34.2
أحيانا	98	48.5
نادرا	28	13.9
لا أتابع	7	3.5
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم (15/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (17/2/5) والشكل رقم (15/2/5) أن غالبية أفراد العينة يتابعون أحيانا للقضايا السياسية التي تهتم وطنهم عبر فيديوهات الأنترنت حيث بلغت نسبتهم (48.5)%. بينما بلغت نسبة الذين نادرا ما يتابعون (13.9)%. أما أفراد عينة الدراسة والذين يتابعون بصورة دائمة فقد بلغت نسبتهم (34.2)%.

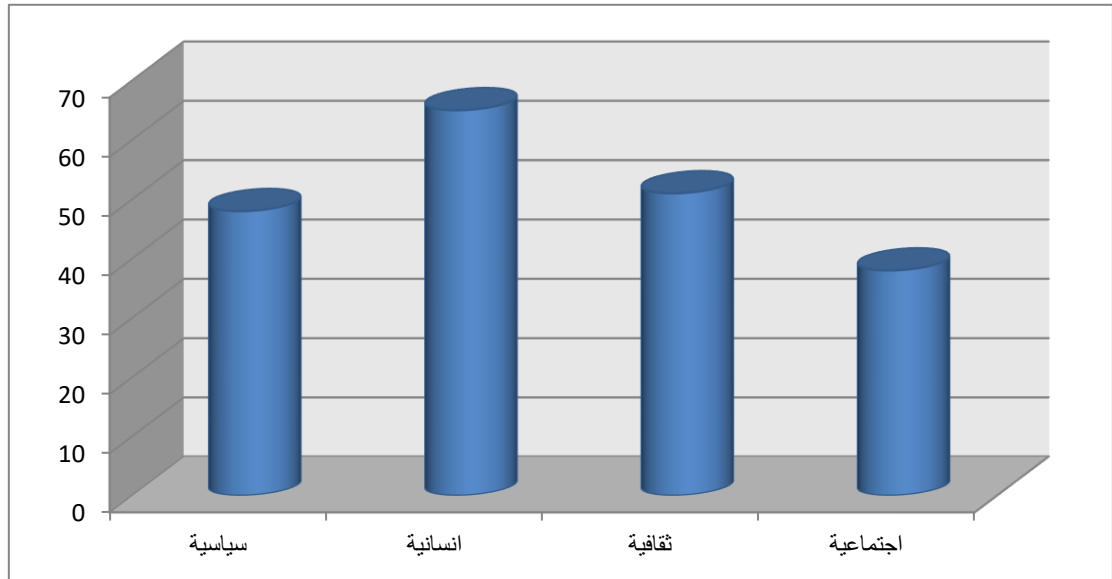
10/ ما هي أهم القضايا التي تحرص متابعتها بصورة أكبر عبر فيديوهات الأنترنت ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول القضايا التي يحرصون على متابعتها بصورة أكبر عبر فيديوهات الأنترنت تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (18/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
سياسية	48	23.8
انسانية	65	32.2
ثقافية	51	25.2
اجتماعية	38	17.9
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم (16/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (18/2/5) والشكل رقم (16/2/5) أن غالبية أفراد العينة يحرصون على متابعة القضايا الإنسانية بصورة أكبر عبر فيديوهات الأنترنت حيث بلغت نسبتهم (32.2) %، ثم في المرتبة الثانية القضايا (الثقافية) بنسبة (25.2) %، ثم المرتبة الثالثة القضايا (السياسية) بنسبة (23.8) %، ثم المرتبة الأخيرة القضايا (الاجتماعية) بنسبة (17.9) %.

11/ هل لمشاهدة فيديوهات الأنترنت أي إيجابيات في تشكيل الوعي السياسي

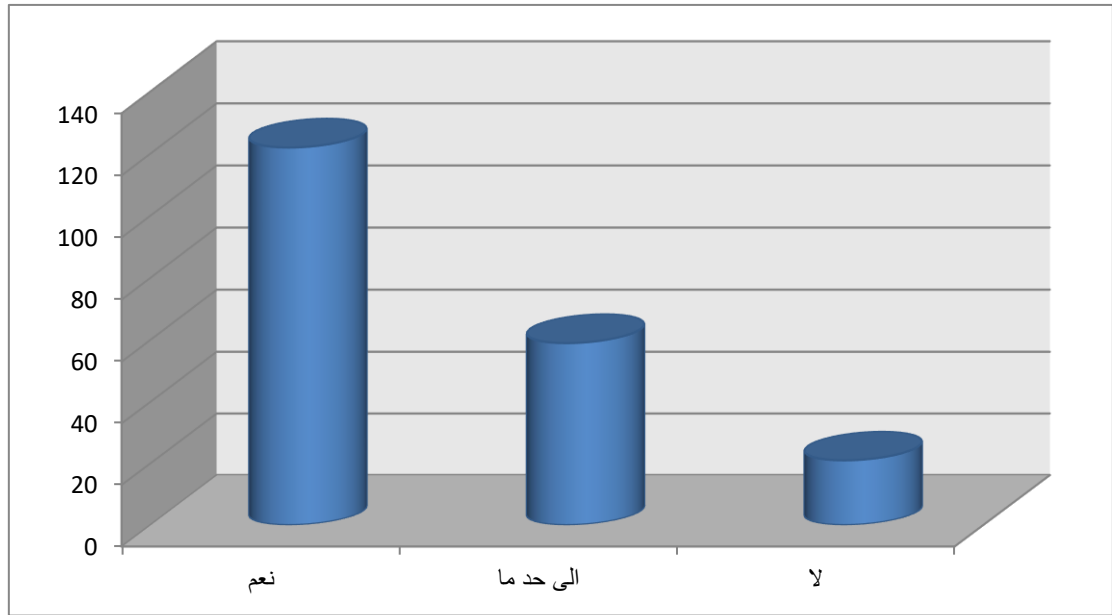
ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول إيجابية مشاهدة فيديوهات الأنترنت في تشكيل الوعي السياسي تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (19/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة (%)
نعم	122	60.4
الى حد ما	59	29.2
لا	21	10.4
المجموع	202	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم (17/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (19/2/5) والشكل رقم (17/2/5) أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن هناك إيجابيات لمشاهدة فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي حيث بلغت نسبتهم (60.4) %. بينما بلغت نسبة الذين لا يوافقون على ذلك (10.4) %. أما أفراد عينة الدراسة والذين يوافقون الى حد ما فقد بلغت نسبتهم (29.2) %.

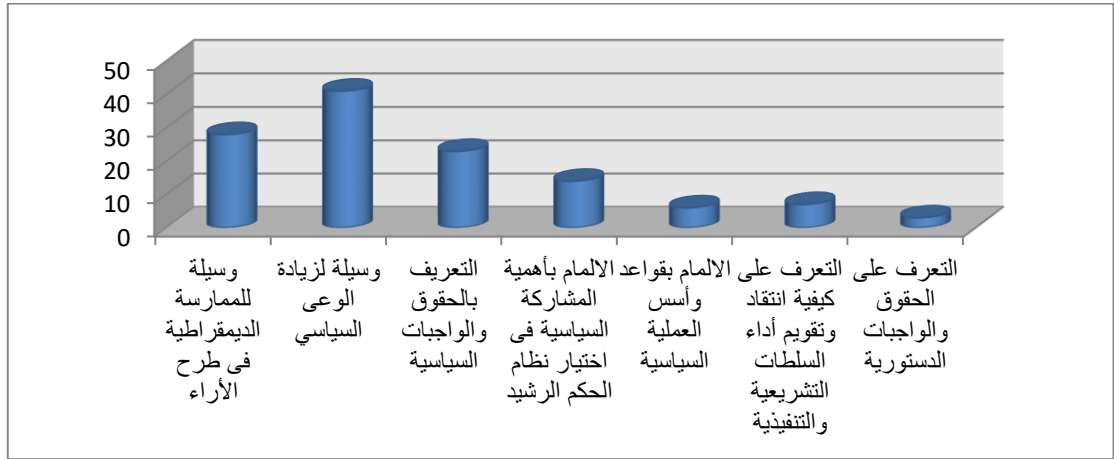
12/ اذا كانت الاجابة بنعم ما ايجابيات فيديوهات الانترنت في تشكيل الوعي السياسي ولمعرفة آراء عينة الدراسة حول مدى ايجابيات فيديوهات الانترنت في تشكيل الوعي السياسي تم توجيه هذا السؤال فكانت إجاباتهم كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (20/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة

الإجابة	العدد	النسبة %
وسيلة للممارسة الديمقراطية في طرح الآراء	28	23
وسيلة لزيادة الوعي السياسي	41	33.6
التعريف بالحقوق والواجبات السياسية	23	18.9
الالمام بأهمية المشاركة السياسية في اختيار نظام الحكم الرشيد	14	11.5
الالمام بقواعد وأسس العملية السياسية	6	4.9
التعرف على كيفية انتقاد وتقويم أداء السلطات التشريعية والتنفيذية	7	5.7
التعرف على الحقوق والواجبات الدستورية	3	2.5
المجموع	122	100

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2022.

جدول رقم (18/2/5) التوزيع التكراري لإجابات أفراد العينة على العبارة



يتضح من الجدول رقم (20/2/5) والشكل رقم (18/2/5) أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن من إجابيات فيديوهات الإنترنت في تشكيل الوعي السياسي يعتبر وسيلة لزيادة الوعي السياسي حيث بلغت نسبتهم (33.6) %، ثم في المرتبة الثانية (وسيلة للممارسة الديمقراطية في طرح الآراء) بنسبة (23) %، ثم في المرتبة الثالثة (التعريف بالحقوق والواجبات السياسية) بنسبة (18.9) %.

رابعاً: النتائج

- 1- أن غالبية أفراد العينة من الذكور بنسبة بلغت 66.8% وهذه النسبة توضح أن الذكور أكثر اهتماماً بالقضايا السياسية من الإناث.
- 2- أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 20 وأقل من 30 سنة بنسبة بلغت 50%، وتقاسمت الفئات الأخرى النصف الآخر من النسبة الكلية.
- 3- توصلت الدراسة أن المستوى التعليمي للمبحوثين غلبتهم من حملة البكالوريوس بنسبة بلغت 51% بينما تقاسمت مستوى الدبلوم العالي، والماجستير، والدكتور النسبة المتبقية وهي 49%.
- 4- أوضحت الدراسة أن نسبة 52% من عينة الدراسة هم غير متزوجين، مما يعني لديهم الزمن والوقت في مشاهدة ومتابعة فيديوهات الإنترنت بشكل أكثر من المتزوجين.
- 5- توصلت الدراسة أن معظم أفراد العينة هم من موظفي الحكومة بنسبة بلغت 53% ثم تلتها الطلاب بنسبة 31.2%، والمنظمات بنسبة 5.4%.
- 6- توصلت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت بنسبة 97.5%، والذين لا يشاهدون 3.5% فقط مما يوضح أن غالبية من رواد ومتابعة فيديوهات الإنترنت.
- 7- توصلت الدراسة على أن وسيلة متابعة فيديوهات الإنترنت هي عن طريق (الهاتف الذكي) بنسبة بلغت 81.7%، وتوزعت النسبة الباقية عبر (اللاب توب والكمبيوتر) بنسبة 19.3%.
- 8- أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يشاهدون فيديوهات الإنترنت بصورة دائمة بنسبة بلغت 46.5% وهي نسبة مشاهدة عالية مما يسهم ويدعم نتائج هذه الدراسة عن الوعي السياسي لدى الشباب. دراسة أن أكثر منصات التواصل لمشاهدة فيديوهات الإنترنت وهي (Facebook) بنسبة 32.7% وتلتها موقع (Youtube) بنسبة 30.7%، ومن توزعت النسبة الباقية على الوتساب، وإنستغرام، والتيلجرام.

- 9- أوضحت الدراسة أن ساعات مشاهدة فيديوهات الإنترنت من قبل المبحوثين لأكثر من ساعة يومياً بلغت نسبتهم 50%، والذين يتابعون لساعة وأقل بنسبة 48%، والذين يتابعون لساعات طويلة أكثر من 6 ساعات يومياً بلغت نسبتهم 2% فقط.
- 10- استتجت الدراسة أن غالبية أفراد العينة على أن مشاهدت الفيديوهات ضرورة من الضروريات لزيادة الوعي السياسي لديهم بنسبة بلغت 73.1% وهذه الضرورة يمكن أن تسهم في الوعي السياسي لدي الشباب.
- 11- أوضحت الدراسة سبب مشاهدت فيديوهات الإنترنت بشكل منتظم هو ما يدور من متغيرات وأحداث يومية جديرة بالمشاهدة بنسبة بلغت 50.5% في المرتبة الأولى، وتلتها في المرتبة الثانية مشاهدة القضايا السياسية بنسبة بلغت 24.8%، والمرتبة تعتبر الفيديوهات مصدر مهم لإستقاء المعلومات بصورة يومية، وجاءت في المرتبة الثالثة بسبب قضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة بنسبة 0.5%، وهذا يوضح أن أفراد عينة الدراسة لديهم الثقافة العالية للإطلاع على المستجدت في الساحة السياسية.
- 12- توصلت الدراسة أن أفراد العينة يتقنون فيما يقدم لهم من معلومات عبر فيديوهات الإنترنت بنسبة 56.5%، والذين تثقهم متوسطة بلغت نسبتهم 38.6%، وهذه الثقة يمكن أن تتعكس سلباً أو ايجاباً لمشاهدت في الإنترنت وعلى السلم الأهلي.
- 13- توصلت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يتابعون بصورة مستمرة القضايا السياسية التي تهم وطنهم بنسبة عالية 82.7% يمكن أن يسهم في الوعي السياسي لديهم وينعكس على السلم الأهلي، بينما الذين نادراً ما يتابعون بلغت نسبتهم 13.9% فقط.
- 14- توصلت الدراسة أن أفراد العينة يحرصون علي مشاهدت فيديوهات القضايا الإنسانية بصورة أكبر على الإنترنت بنسبة 32.2%، وتلتها في المرتبة الثانية مشاهدت القضايا الثقافية بنسبة 25.2%، وتلتها القضايا السياسة بنسبة 23.8%، وفي المرتبة الأخيرة مشاهدت القضايا الاجتماعية.
- 15- استتجت الدراسة أن مشاهدة فيديوهات الإنترنت شيء ايجابي في تشكيل الوعي السياسي لدي الشباب بنسبة بلغت 60.4%، أما الذين يرون أنه سلبي بلغت نسبتهم 10.4%، وإلى حد ما 29.2%.
- 16- توصلت الدراسة من ايجابيات فيديوهات الإنترنت زيادة الوعي بنسبة 33.6%، وجاءت المرتبة الثانية وسيلة لممارسة الديمقراطية في طرح الآراء بنسبة 23%، وفي المرتبة الأخيرة التعرف بالحقوق والواجبات السياسية بنسبة 18.9%.

خامساً: التوصيات

- 1- على شركات الاتصالات توفير شبكة إنترنت قوية للتغلب علي ضعف الشبكة.
- 2- على شركات الاتصالات التقليل من تعريفه الإنترنت المتريدة بين الحين والآخر.
- 3- على القيام بأمر الدولة مراقبة الفيديوهات التي تحرض علي العنف والتحريض وخطاب الكراهية.
- 4- نشر الحوارات والندوات السياسية عبر منصات التواصل المختلفة لزيادة الوعي السياسي لدي الشباب.
- 5- نشر الفيديوهات التي تدعو إلي التعايش السلمي المجتمعي بصورة أوسع لضمان السلم الأهلي.

- 6- إبراز الحقائق والبيانات الصحيحة حول الأحداث السياسية لنشر الوعي السياسي في أوساط الشباب.
- 8- ضرورة الأهتمام بالفديوهات التي تعكس الواقع السياسي بزيادة المادة العلمية التي تيبث عبرها لدفع الشباب لزيادة استخدامها، وبالتالي مساعدتهم علي زيادة التحصيل المعرفي لتحقيق الوعي السياسي القائم علي الأسس العلمية.

المصادر والمراجع

- 1- عبدالحميد، محمد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، دار النشر، القاهرة.
- 2- عبدالحميد، حمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة.
- 3- عبدالحميد، محمد، المدونات، الإعلام البديل، عالم الكتب للنشر، القاهرة 2009م.
- 4- العبد، عاطف عدلى، القنوات المتخصصة، دار الإيمان للنشر، القاهرة 2006م.
- 5- الهادى، محمد محمد، ومصطفى جودت صالح، معيير جودة المحتوى الإلكتروني، 2015م.
- 6- بخيت، السيد، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2004م.
- 7- الدبسي، عبدالكريم، و زهير الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعى في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات، ج40، الطبعة الأولى 2013م.
- 8- حجازى، محمد، الوعي السياسي في العالم العربى، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الاسكندرية 2007.
- 9- على، إسماعيل، الإعلام الجديد والتحديات النظرية، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية 2015.
- 10- عبدالمعطى، عبدالباسط، توزيع الفقر في القرية المصرية، دار الثقافة الجديدة، القاهرة 1979.
- 11- العاقد، أحمد، من نسق الانغلاق إلى نسق الانفتاح - عن التواصل الثقافي في القنوات الفضائية العربية، مجلة العربية للثقافة العدد 33، تونس 1997.
- 12- حلس، موسى عبدالرحيم، مدخل إلى علم الاجتماع، مكتبة ومطبعة دار المنار، غزة، فلسطين 2003.
- 13- الحلواني، ماجي، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، القاهرة 1993.
- 14- عبدالفتاح، عز، مقدمة في الأحصاء الوصفي والأستدلالي بإستخدام
- 15- عطوي، جودت عزت، أساليب البحث العلمي، SPSS، القاهرة، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى 1981.

الصحف والدوريات العلمية

- 1- يوسف، خولة محى الدين، دور الأمم المتحدة في بناء السلام، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد الثالث 2011.
- 2- محمد، وليد سالم، النظام الفردى (الاولتقراطى) دراسة نظرية للسلطة المطلقة، مجلة ابحاث، العدد الثانى، المجلد 11، جامعة الموصل 2011.

3- العاقد، أحمد، من نسق الانغلاق إلى نسق الانفتاح - عن التواصل الثقافي في القنوات الفضائية العربية، مجلة العربية للثقافة العدد 33، تونس 1997.

4- الشمري، علي، الصراع الاجتماعي والتغيير السلمي اساليبه ومراحله ونماذجه، مجلة نبأ، العدد 67، 2002.

5- العبيدي، آمال سليمان، الهوية في ليبيا، ورقة علمية، مركز دراسات الوحدة العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 267، بيروت 2001.

الرسائل الجامعية

1- حمودة، طارق علي، التليفزيون الرقمي والتليفزيون المحمول، دراسة مقارنة ماجستير 2013م.

2- جواد، خالد سليمان، حماية المدنيين في زمن النزاعات المسلحة غير الدولية إطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية القانون جامعة بغداد 2005م.

3- وطفة، علي، التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي، بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، جامعة دمشق، كلية التربية.

4- حمودة، أحمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الدول العربية، القاهرة 2013م.

5- خليل، عرفات، دور المدرسة الثانوية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلاب، ورقة مقدمة للمؤتمر السنوي السابع للبحوث السياسية، مركز الدراسات السياسية، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، القاهرة 1994.

6- العتيبي، فهد محمد مؤنس، دور وسائل الإعلام الكويتي الرسمي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة نظر طلبة جامعة الكويت، رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم السياسية، جامعة آل البيت، الكويت 2018.

7- يحيى، فاروق أحمد، الإعلام التفاعلي ودوره في تعزيز الوعي السياسي بدارفور، إطروحة دكتوراه منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الاتصال 2017.

8- جواد، خالد سلمان، حماية المدنيين في زمن النزاعات المسلحة غير الدولية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية القانون، جامعة بغداد 2005.

9- أمين، محمد، مشكلة بناء الدولة دراسة ابيستمولوجية وفق ادبيات السياسة المقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر 2014.

10- علي، صالح محمود، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب، دراسة حالة، إطروحة دكتوراه، جامعة ساورثن كاليفورنيا، قسم الإعلام، الولايات المتحدة الامريكية 2011.