

جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

"دور الإعلام التقليدي والجديد في تنمية المهارات النقدية لدى
الشباب المصري : دراسة ميدانية"

إعداد:

غادة ممدوح سيد

مدرس مساعد بكلية الآداب - قسم الإعلام/جامعة بنها

إشراف:

أ.د/ عدلي رضا

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد المرسي

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة

٢٠١٦

مقدمة:

لقد كان لثورات الربيع العربي دوراً مهماً وحاسماً في زعزعة أركان النظام الإعلامي العربي خلال العقد الأخير، وتجلّى ذلك بوضوح أكبر في البلدان التي تجبرت فيها عوامل الحراك السياسي والاحتقان الاجتماعي منذ مطلع ذلك العقد، وربما تكون مصر وتونس واليمن من أبرز تلك البلدان، فقد سمحت ظروف الهامش الديمقراطي والحريات النسبية المتاحة لديها بتحفيز الصحافة والفضائيات الخاصة وتوظيف أدوات ما صار يُعرف بالإعلام الجديد (New Media) في التمرد على ثوابت الإعلام الرسمي وتحرير قطاعات واسعة من الجمهور من سطوته. ومن غير المبالغة في هذا السياق القول بأن التضافر والتلاقح الفريد الذي نشأ بين وسائط الإعلام التقليدية الأكثر حرية وبين تقنية الإعلام الأحدث التي عجز النظام الإعلامي العربي عن احتوائها قد لعب الدور الأهم في تهيئة أجيال الربيع العربي للثورة وبلورة توجهاتها السياسية والاجتماعية، وهنا يمكن التأكيد على أنه إذا كان القهر السياسي والاجتماعي لأنظمة الاستبداد والاستغلال هو المفجّر لثورات الشعوب فإن الإعلام الحر والمستقل هو الذي يهيئ ويعجّل بإنجازها.

وفي الوقت الحاضر فإن هذا الأثر لوسائل الإعلام على الديمقراطية العالمية تجرّى تقويته بتحويلات رقمية في مجال المعلومات والاتصالات، وإمكانيات هذه الثورة التكنولوجية في بناء الديمقراطية العالمية واضحة، ومواقع الشبكة العالمية والمدونات وتويتر، وخدمة الرسائل النصية القصيرة، وخدمة رسائل الوسائط المتعددة، وغيرها من الأشكال الجديدة لوسائل الإعلام تبشر بتحسين مشاركة المواطنين في السياسات العالمية، حيث تقدم شبكات المعلومات والاتصالات العالمية الوسائل لخلق فلك رقمي عام للمداولات الديمقراطية. وقد غيرت التكنولوجيات الرقمية الجديدة دور الإعلاميين في العمليات الديمقراطية؛ لأن شبكة الإنترنت، والتليفونات المحمولة، ومثيلاتها تمنح المشاهدين قوة أعظم للتأثير على إنتاج الأخبار والتدفق الحر للمعلومات، وفقدت الصحافة احتكارها لإنتاج الأخبار، بينما على سبيل المثال، يقوم المدونون الهواة بنشر الأخبار بروايتهم الخاصة. وفي الوقت نفسه تقل قدرة المحررين على وضع جدول الموضوعات عندما يتوافر للمشاهدين المزيد من الاختيارات فيما يتعلق بمحتوى الأخبار وكيفية معالجتها. وفي الماضي كان التسلسل الهرمي من أعلى إلى أسفل يحكم العلاقة بين منتجي الأخبار والمشاهدين، وعلى العكس من ذلك الآن - تعمل وسائل الإعلام الرقمية الجديدة بمزيد من العلاقات الأفقية، وبذلك توفر وسائل الإعلام الجديدة أساساً للديمقراطية الرقمية.

ونتيجة لذلك ظهرت ما يسمى بالممارسات الديمقراطية للعديد من الشعوب وخاصة في المنطقة العربية، حيث تعد الشبكة العنكبوتية العالمية وخاصة Web 2.0 وسيط قوي لتسهيل نمو ديمقراطية الإعلام، حيث إنها توفر لمستخدميها صوتاً ومنبراً وإمكانية الوصول إلى وسيلة الإنتاج، حيث يتيح الويب لكل شخص مشاركة المعلومات على الفور دون حواجز لعمل إدخال عبر بنية تحتية مشتركة، وعادةً ما ينظر إليه كمثال على القوة المحتملة لديمقراطية الإعلام. إن استخدام تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لترويج المعارضة والإصلاح السياسي يضفي مصداقية على نموذج الديمقراطية الإعلامية،

ويتضح هذا في الاحتجاجات واسعة النطاق في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والتي تعرف باسم الربيع العربي ، فقد سمحت مواقع الإعلام الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر ويوتيوب للمواطنين بالتواصل سريعاً مع بعضهم البعض وتبادل المعلومات وتنظيم الاحتجاجات المناهضة لحكوماتهم. وبينما لا يمكن القول بأن للإعلام الاجتماعي وحده الفضل في نجاح هذه التظاهرات، فلقد لعبت التقنيات دوراً هاماً في إحلال التغيير في تونس ومصر وليبيا. وتوضح هذه الأفعال أنه يمكن إطلاع الجمهور على الأخبار عبر قنوات الإعلام البديلة ويمكنهم تغيير سلوكهم وفقاً لها.

مشكلة الدراسة:

من المهم أن يكتسب المواطنون أنواعاً جديدة من معرفة وسائل الإعلام التي تسمح لهم باستخدام وسائل الاتصال الرقمية بالطرق التي تعزز الديمقراطية العالمية، ومن الضروري أن يكتسب الشباب بصفة خاصة خبرة البيئة الإعلامية، وأن يتعلموا كيفية استهلاك المحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى كيفية إنتاجه وتوصيله إلى الجماهير. وتحتاج فلسفة استخدام الإنترنت الجديدة إلى دمج التدريب الفني الأساسي من جانب والتحليل النقدي الاجتماعي والسياسي من الجانب الآخر، وإلى مشاركة العناصر المؤثرة في عملية التعلم مثل: المدرسين، والمحاضرين، والوالدين، وصانعي السياسات الوطنية والعالمية، ومصادر الإعلام ذاتها. والهدف هو جعل المواطنين الشباب المستخدمين لوسائل الإعلام ناشطين سياسياً وعلى درجة عالية من الوعي. ومن هذا المنطلق تتحدد **مشكلة الدراسة** في كيفية قيام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تشكيل المهارات النقدية للشباب المصري بداية من استقبال المعلومة مروراً بمراحل مثل التحليل والتعديل وحتى الإضافة عليها وذلك نحو أهم القضايا المصرية المعاصرة - ألا وهي الديمقراطية - من ناحية، ومن ناحية أخرى عما إذا كانت تستطيع تلك الوسائل من إرساء مفهوم حقيقي للديمقراطية في ظل ما تشهده الساحة المصرية من ممارسات ديمقراطية نسبية.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة سواء على المستوى النظري أو على المستوى التطبيقي ومصدر هذه الأهمية يتمثل في العديد من الأمور التي نشير إليها بإيجاز على النحو التالي:

- الأهمية النظرية (العلمية): تستمد الدراسة أهميتها النظرية من النقاط التالية:

١. ما شهدته الساحة المصرية من أحداث سياسية بدءاً من ثورة الـ ٢٥ من يناير وما أثارته من تساؤلات حول إمكانية تطبيق مبادئ الديمقراطية من تعبئة ومشاركة سياسية من قبل أفراد الجمهور المصري.
٢. تزايد الوقت الذي يقضيه الشباب على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وتحولهم من مستقبلي للمعلومة إلى مشاركين في صنعها، فأصبح بإمكانهم التعليق على الخبر والإضافة عليه وتحليله ونقده واستقبال الردود عليه.

- الأهمية التطبيقية (العملية):

وتأتي الأهمية التطبيقية للدراسة فيما تسهم به النتائج المتوصل إليها في:

١. الاستفادة من نتائج الدراسة الميدانية التي ستجريها الباحثة على عينة من الشباب المصري المُستخدم بالفعل لشبكات التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية، ومقارنة هذه النتائج بمثيلاتها من دراسات الإعلام الجديد السابقة لهذه الدراسة.

٢. توجيه الباحثين بإجراء المزيد من الدراسات التي تناولت الصحف والمدونات الإلكترونية ولكن الاجتماعية والنفسية منها، نظرا لقيام الكثيرين بدراسة المدونات السياسية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الميدانية إلى الكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين مشاهدة مضامين وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد (القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت) وتنمية وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب الجامعي المصري نحو قضية أبرز قضايا الديمقراطية متمثلة في الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥، وتحديد نوع هذه العلاقة، ويتفرع منه:

- الكشف عن معدلات اعتماد الشباب المصري على الإعلام التقليدي والجديد (القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت) في الحصول على معلومات بشأن قضية الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥.
- الكشف عن أي الوسائل التقليدية أم الجديدة التي تزيد من درجة حرية الشباب الجامعي المصري في التعبير عن آرائهم ومواقفهم وتنمية مهاراتهم النقدية نحو قضية الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥.

الدراسات السابقة:

باستعراض ما أمكن من أدبيات البحث العلمي في مجال الإعلام الجديد تبين كثرة تلك الدراسات العلمية التي تناولت وسائل الإعلام الجديدة بأشكالها المختلفة، وأن هناك دراسات وأوراق بحثية لها علاقة مباشرة وأخرى غير مباشرة بالموضوع المذكور، وعلى هذا الأساس قسمت الباحثة الدراسات السابقة لمحورين، على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تناولت مصطلح الإعلام الجديد بمسمياته المختلفة.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في دعم حرية الرأي والتعبير والمهارات النقدية لدى الشباب.

المحور الأول: دراسات تناولت مصطلح الإعلام الجديد بمسمياته المختلفة:

دراسات هذا المحور متعددة ومتنوعة منها ما تناول وذكر مصطلح الإعلام الجديد صراحة أو ما يناظره كالإعلام البديل ووسائل الإعلام الاجتماعية، وهناك دراسات تناولت شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك وتويتر)، ومنها ما تناول مواقع التدوين الإلكتروني (بلوج)، ومنها أيضا ما اهتم بالمنتديات، وأخرى تناولت مواقع مشاركة الفيديوهات والصور كموقعي (يوتيوب وفليكر)، وهنا سوف تكتفي الباحثة بذكر الدراسات التي ركزت على الإعلام الجديد بمصطلحاته المختلفة دون تطبيقاته، ومن هذه الدراسات على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

١. دراسة "سيرجيو بيكازو وآخرون" (Sergio Picazo, et al., 2012)^(١) بعنوان "فهم المخاطر والفوائد والبدائل الاستراتيجية لتطبيقات وسائل الاعلام الاجتماعية في القطاع العام": والتي توصلت إلى أن استخدام الحكومات لوسائل الاعلام الاجتماعية قد تؤدي إلى تحسين الاتصال ومشاركة المواطنين، ومزيد من الشفافية، ونقل أفضل للممارسات فيما بين الوكالات الحكومية ومواطنيها، وقد ذكر المبحوثون أن تطبيقات وسائل الاعلام الاجتماعية تشجيع على التغيير في ثقافة الحكومة والممارسات التنظيمية.
٢. دراسة "كيفين هيالي" (Kevin Healey, 2011)^(٢) بعنوان "تمو الشبكات: وسائل الإعلام الجديدة وتغير دور الدين في الحياة العامة الأمريكية": والتي توصلت إلى أن مصادر وسائل الإعلام الجديدة مثل المدونات ويوتيوب قد لعبت دورا مهما وواضحا في السياسات الدينية الأمريكية، فعلى سبيل المثال، فقد ساهمت منذ عام ٢٠٠٤ في زيادة تواطؤ من جانب الإنجليين مع الحزب الجمهوري، فهي أكثر حرية في تداولها لمثل هذه الموضوعات الدينية عن وسائل الإعلام التقليدية ، كما كشفت الدراسة أن لوسائل الإعلام الجديدة دورا بارزا في مشاركة الشباب في الممارسات الديمقراطية عن طريق دخولهم في مناقشات حول القضايا المختلفة وكتابة تعليقاتهم على بعض المدونات.
٣. دراسة "سميرة شيخاني" (٢٠١٠)^(٣) بعنوان "الإعلام الجديد في عصر المعلومات": والتي توصلت إلى أن عصر المعلومات قد أفرز نمطا إعلاميا جديدا يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من السمات من أهمها: التفاعلية وتفتيت الاتصال واللاتزامية وقابلية التحويل والتوصيل والتحرك والوسائط المتعددة والشيوع والانتشار، وأن التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بوسائلها الاتصالية المختلفة لم تقض على التكنولوجيات القديمة بوسائلها المختلفة، بل إنها شكلت امتدادا طبيعيا وتطويرا لهذه الوسائل القديمة.
٤. دراسة "وائل إسماعيل عبد الباري" (Wail Ismail Abdel Barry, 2009)^(٤) بعنوان "الواقع الاجتماعي للإعلام الجديد وقضايا الحقبة الرقمية": وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة سببية للاعتماد المشترك/ المتبادل بين الجمهور عبر الإنترنت ومستوى المضمون المتاح، كما أن هناك علاقة متبادلة بين ثراء وجود محتوى الرسالة من جهة وفائدتها للجمهور من جهة ثانية.
٥. دراسة "كانكارا نافاسارتين" (Navasartian Kanakara, 2008)^(٥) بعنوان "دور وسائل الإعلام الجديدة في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٨": والتي توصلت إلى: وفر استخدام الاتصال الإلكتروني مع جمهور الناخبين كما كبيرا من المعلومات والتي تم تداولها بشكل سريع على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الكشف عن رغبة الجمهور في الاتصال بمختلف الجماعات الأخرى من الجمهور على مواقع الشبكات الاجتماعية كآلية جديدة بالنسبة للناخب الأمريكي في التعرف على الجوانب الأخرى من شخصية المرشح.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في دعم حرية الرأي والتعبير والمهارات النقدية لدى الشباب.

١. دراسة "إيناس محمود" (٢٠١٣)^(٦) بعنوان "دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباب بعض مهارات التفكير الناقد لديهم": والتي توصلت إلى: جاءت دوافع الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك والمرتبطة بمهارات التفكير الناقد والتي يتم إشباعها هي ثلاث مهارات: مهارة الاستنتاج والتفسير ومعرفة المسلمات والافتراضات، كما جاء الذكور أكثر تقضيلًا للمشاركة بصفحات الصحف على الفيس بوك بموضوعات السياسة عن الإناث.

٢. دراسة "إيمان محمد حسني" (٢٠١٢)^(٧) بعنوان "المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصري كمكون لإعلامه الخاص": والتي توصلت إلى: وجود فروق جوهريّة بين المبحوثين الحاصلين على تدريبات المعرفة الإعلامية من طلاب الكليات الإعلامية وأقرانهم من المبحوثين غير الحاصلين على هذه التدريبات من الكليات والتخصصات العلمية الأخرى فيما يتعلق بالقدرة على الوصول إلى رسائل وسائل الإعلام، والاختيار الواعي للمنتجات الإعلامية، والاستخدام المتوازن لوسائل الإعلام، والاستخدام المتقدم لتطبيقاتها، والاستخدام النشط الإيجابي لها، والقدرة على خلق الإعلام الخاص والوعي بالحقوق القانونية، فيما لم يثبت نفس الأمر فيما يتعلق بتقدير قيمة المنتج الإعلامي، وترشيد زمن التعرض لوسائل الاعلام، والتعرض لأكثر من وسيلة إعلامية والاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، أو الوعي بكيفية انتاج المنتج الإعلامي أو القدرة على استخدام وسائل الإعلام في تطوير الحياة اليومية وممارسة الحقوق الديمقراطية.

٣. دراسة "السيد محمد" (٢٠١٢)^(٨) بعنوان "دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير": والتي توصلت إلى: أن القائم بالاتصال لم يتدخل برأيه في (٩٣%) من مشاركات الجمهور، وهو ما يشير إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية تدعم حرية التعبير إلى حد كبير حيث تسمح للجمهور بالتعبير عن رأيه بشكل محايد دون محاولة من جانب القائم بالاتصال للقفز على هذا الرأي وتغييره أو محاولة إبراز رأي معين في الحلقة دون غيره من الآراء.

٤. دراسة "سناء عبد الرحمن" (٢٠٠٩)^(٩) بعنوان "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية ودورها في التعبير عن الرأي: دراسة لمضمون وجمهور منتدى "العربية نت": والتي توصلت إلى: يتضح أن نسبة ضئيلة للغاية تبلغ (٣,٤%) من المستخدمين سبق وأن اتصلوا ببرامج تليفزيونية فضائية عربية للتعبير عن آرائهم في القضايا التي تطرحها تلك البرامج، أما فيما يتعلق بوسائل الاتصال الجديدة فقد أشار (٣٢%) من المبحوثين إلى أنهم يقومون بين الحين والآخر بمراسلة صحف ومواقع إلكترونية للرد على المحررين أو إرسال أسئلة وتعليقات وتصحيحات حول بعض الموضوعات المطروحة في تلك المواقع، وأشار (٢٠,٥%) منهم إلى أنهم يستخدمون المجتمعات الإلكترونية مثل الفيس بوك Facebook والننت لوج net log لنشر آرائهم وتعليقاتهم حول الأحداث والقضايا الجارية.

٥. دراسة "سيد بخيت"(٢٠٠٩)^(١٠) بعنوان "أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل": والتي توصلت إلى: أن أبرز الأشكال التي يشارك من خلالها المستخدمين في إنتاج مضامين منشورة على المواقع الإعلامية كانت هي التعليق على الأخبار والمقالات والتعريف بأكثر الموضوعات مقروئية وتعليقاً، والمشاركة في المناقشات الحية، وإضافة المادة كعلامة مرجعية لأنفسهم، كما كشفت الدراسة عن قلة مشاركة المستخدمين في إنتاج مضامين على هذه المواقع.

٦. دراسة "جنيفر ماري"(Jennifer MarieAlmjeld, 2008)^(١١) بعنوان "فتيات ماي سبيس: وسائل الإعلام الجديدة كوسيلة للنوع الاجتماعي لممارسة التربية الإعلامية وبناء الهوية": والتي توصلت إلى: أنه من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقع ماي سبيس يمكن التوصل لفهم أفضل للكيفية التي يعبر بها الاناث عن أنفسهم وممارسة أدوارهم الانثوية، كما أن هذه الدراسة يمكن أن توفر نظرة ثاقبة للمداخل النقدية والأبحاث المستقبلية لهذه المجتمعات الافتراضية وممارسات محو الأمية.

٧. دراسة "حسني محمد نصر"(٢٠٠٧)^(١٢) بعنوان "المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي": والتي توصلت إلى: أنه رغم أن شبكة الإنترنت - قبل ظهور المدونات - كانت تتيح فرصاً متعددة للأفراد للتعبير عن الرأي من خلال منتديات الحوار والمجموعات البريدية، فإن المدونات قد تجاوزت العيوب التي تعاني منها هذه الوسائل مثل ضعف القدرة على التعبير عن الرأي الشخصي بشكل مركز وبالمساحة التي يرغب فيها الفرد، والرقابة والتصفية التي يفرضها مشرف المنتدى أو المجموعة البريدية على المداخلات، وانتهت الدراسة إلى أن المدونات منذ ظهورها في السنوات الأخيرة من القرن العشرين أصبح لها دور كبير في الدفاع عن حرية التعبير ودعم حالة التعدد التي تعيشها المجتمعات الإنسانية المختلفة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة والتعليق عليها:

١. قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، المحور الأول/ يتعلق بدراسات تناولت الإعلام الجديد أو البديل بمسمياته المختلفة بصرف النظر عن القضايا التي يعالجها، والمحور الثاني/ فهو عبارة عن دراسات تناولت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تشكيل المهارات النقدية للشباب ودعم التعددية وحرية التعبير عن الرأي نحو الموضوعات المختلفة، وهناك من الدراسات ما جمعت في عنوانها بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة مثل دراسة(Daniel Romer, et al, 2013).

٢. يختلف تناول مصطلح الإعلام الجديد أو الحديث من دراسة لأخرى، فهناك من الدراسات التي ذكرت الإعلام البديل مثل دراسة(محمد جاد، ٢٠١٢)، وأخرى تناولته بمسمى وسائل الإعلام الاجتماعية مثل دراسة(Sergio Picazo, et al., 2012)، وعلى الرغم من تنوع وكثرة الدراسات التي تناولت الإعلام الجديد new media أو ما يسمى بصحافة المواطن Citizen Journalism بأشكاله المختلفة من مواقع للتواصل الاجتماعي(الفيس وتويتر)، ومواقع مشاركة الفيديو(يوتيوب، جوجل)، أو مواقع المدونات(بلوج)، أو حتى مواقع مشاركة الصور(فليكر)، وأخيراً المنتديات الإلكترونية، إلا أن الباحثة - في دراسات المحور

الأول- ركزت على الدراسات التي ذكرت لفظ الإعلام الجديد صراحة أو ما يعادله دون التطرق لأشكاله المختلفة السابق ذكرها.

٣. تم التركيز في هذه الدراسة على أغلب الأوراق البحثية التي تناولت الجانب **العملي** أو التطبيقي، فكانت هناك دراسات تحليلية (تحليل مضمون) مثل دراسة (Kevin Healey, 2011) وأخرى دراسات جمهور (ميدانية)، ودراسة (نشوى جمال ، ٢٠١١)، وهناك من الدراسات ما جمع بين التحليلي والميداني مثل دراسة (محمد جاد، ٢٠١٢)، وكانت هناك العديد من الدراسات النظرية^(١٣) التي لم تطرق لها الباحثة وذلك للاستفادة منها في الجانب النظري من دراستها.

٤. طبقت الغالبية العظمى من الدراسات على **مجتمع الشباب** المراهقين باعتبار أن هذه الفئة هي عماد المجتمع وأساس قيامه وتشهد العديد من التطورات والتغيرات كما أنهم (أي الشباب) أكثر استخداما لوسائل الاتصال، ومن الدراسات التي اهتمت بتلك الفئة كانت دراسة (نشوى جمال الدين، ٢٠١١)، (أميرة النمر، ٢٠٠٧)، (Daniel Romer, et al, 2013).

٥. معظم الدراسات استعانت بأداة **الاستبيان** كأهم أداة في جمع البيانات وأسلوب تحليل المضمون ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليهما في دراستها، والعديد من الدراسات اعتمدت على **منهج المسح** بشقيه (التحليلي والوصفي) فكان من أكثر المناهج استخداما لذا جاء اختياره في هذه الدراسة.

٦. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في استخدامها **للجوانب المنهجية** ومشكلة الدراسة وأيضا في صياغة فروض الدراسة الحالية حيث تم اشتقاقها من نظرية الاعتماد، واختيار الإطار النظري حيث اعتمدت معظم الدراسات على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها أنسب النظريات وأكثرها استخداما في الدراسات الإعلامية التي تقيس التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام، ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليها كإطار نظري لدراساتها.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

١. **نوع الدراسة:** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية (الكمية) التي تهدف لمعرفة مدى اعتماد الشباب على وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد وعلاقة ذلك بتنمية مهاراتهم النقدية.

٢. **منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي.

٣. **أدوات جمع البيانات:** اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة التي ضمت عددا من المقاييس التي تم إدخالها على البرنامج الإحصائي spss حيث تضم مخرجات كل مقياس ثلاث درجات هي: المستوى المنخفض، المستوى المتوسط، والمستوى المرتفع وتختلف درجات هذه المستويات من مقياس لآخر كما هو موضح في جداول ونماذج مقاييس الدراسة، ومن أهم تلك المقاييس:

- مقياس معدل مشاهدة القنوات الفضائية.
- مقياس معدل استخدام الإنترنت.
- مقياس المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام التقليدية.

- مقياس المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام الجديدة.
 - ٤. الإطار النظري للدراسة: تم الاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
 - ٥. عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة الميدانية ٤٠٠ مبحوثاً من شباب الجامعات، وهي عينة عشوائية طبقية، كما تم تحديد مجتمع الدراسة في شباب الجامعات الحكومية (جامعة القاهرة، جامعة بنها) والخاصة (جامعة فاروس، أكاديمية الشروق)، وقد تم اختيار شباب الجامعات للأسباب التالية:
 - لأنهم الفئة الأكثر تطوراً وتحركاً في المجتمع.
 - هم الشريحة الأكثر تجمعاً سواء داخل الجامعة أو المقاهي والنوادي.
 - هم أكثر قدرة على تقبل كل جديد، وأكثر مواكبة لما يحدث من تطورات حولهم.
 - هم أصحاب الحق في تحديد مستقبل المجتمع وتلّس السبل التي يمكن أن تُسلم إليه.
- وتوضح الجداول التالية خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للجامعات الأربعة

الجامعة	ك	%
١. جامعة القاهرة (حكومية).	١٠٠	٢٥
٢. جامعة بنها (حكومية).	١٠٠	٢٥
٣. جامعة فاروس (خاصة).	١٠٠	٢٥
٤. أكاديمية الشروق (خاصة).	١٠٠	٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٢)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

النوع	ك	%
١. ذكور.	٢٠٠	٥٠
٢. إناث.	٢٠٠	٥٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٣)
توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المستوى الاجتماعي الاقتصادي	ك	%
١. مستوى منخفض (٥-١٣).	٢٨	٧
٢. مستوى متوسط (١٤-٢١).	٩٩	٢٤,٨
٣. مستوى مرتفع (٢٢-٢٩).	٢٧٣	٦٨,٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى المشاركة في الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥

المشاركة	ك	%
١. شارك.	١٧٨	٤٤,٥
٢. لم يشارك.	٢٢٢	٥٥,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة وفقا للإنتماء السياسي لأي من الأحزاب المصرية

الإنتماء السياسي	ك	%
٣. ينتمي.	٣٦	٩
٤. لا ينتمي.	٣٦٤	٩١
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

١. ما معدل تعرض الشباب عينة الدراسة لكل من وسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) و وسائل الإعلام الجديدة (شبكة الإنترنت)؟.
٢. ما اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو تشكيل المهارات النقدية من وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد؟.

ثانياً: فروض الدراسة:

تنطلق فروض هذه الدراسة من نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" والإطلاع النقدي على نتائج الدراسات السابقة، حيث أمكن للباحثة تطوير الفروض التالية:

١. توجد علاقة ارتباط طردي موجب - دالة إحصائياً بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.
٢. توجد علاقة ارتباط طردي موجب - دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية)، والجديدة (الإنترنت) للحصول على معلومات حول قضايا الديمقراطية المصرية و حدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا للمتغيرات الثلاثة النوع، نوع التعليم.

اختبار الصدق لاستمارة الاستبيان:

يُقصد بالصدق هنا مدى قياس الاستبانة لما وضعت له وأن يكون محتواها له علاقة مباشرة بما يُراد قياسه، وقد قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين^(١) المتخصصين في علوم الإعلام والسياسة والاجتماع، وذلك للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بإجراء بعض التعديلات المتعلقة بصياغة بعض الأسئلة وترتيبها ونمطها، وكذلك إضافة بدائل جديدة ومتنوعة، وتم تعديل استمارة الاستبانة وفقا لأهم التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم السادة المحكمين.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج مقاييس الدراسة:

١. معدل مشاهدة الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في مدى مشاهدة، وعدد أيام، ومتوسط ساعات مشاهدة الشباب الجامعي المصري للقنوات الفضائية، وشكل لمقياس التعرض للفضائيات، وهذا ما توضحه الجداول التالية:

١/١ مدى مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

جدول رقم (٦)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقا لنوع الجامعة ومدى مشاهدتهم للقنوات الفضائية

الجامعة	الحكومية			الخاصة			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
١. دائما.	٨٣	٤١,٥	٢	٧٠	٣٥	٢	١٥٣	٣٨,٣	٢
٢. أحيانا.	١٠٠	٥٠	١	٩٤	٤٧	١	١٩٤	٤٨,٥	١
٣. نادرا.	١٧	٨,٥	٣	٣٦	١٨	٣	٥٣	١٣,٣	٣
المجموع	٢٠٠	١٠٠		٢٠٠	١٠٠		٤٠٠	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٨,١٠١ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,١٤١ مستوى المعنوية = ٠,٠١٧ الدلالة = ٠,٠٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن جميع عينة الدراسة من الذكور والإناث يشاهدون القنوات الفضائية بوجه عام، وتتوزع درجات مشاهدتهم لهذه القنوات على النحو التالي: جاءت نسبة (٤٨,٥%) من الشباب الجامعي عينة الدراسة

(١) أسماء السادة الأساتذة المحكمين (طبقا للترتيب الهجائي من الأقدم للأحدث):

١. أ.د/ اعتماد خلف معبد أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.
٢. أ.د/ بركات محمد عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
٣. أ.د/ خالد صلاح الدين حسن أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
٤. أ.د/ سامي محمد نصار أستاذ بقسم أصول التربية بمعهد الدراسات التربوية جامعة القاهرة.
٥. أ.د/ عادل عبد الغفار أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
٦. أ.د/ علي عبد السلام أستاذ بقسم علم النفس كلية الآداب جامعة بنها.
٧. أ.د/ محمود يوسف أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.

ممن يشاهدون القنوات الفضائية بشكل غير منتظم وهم من كانت إجاباتهم (أحيانا) حيث جاءوا في المرتبة الأولى موزعة بين (٥٠%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٤٧%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثانية من يشاهدون القنوات الفضائية بشكل منتظم وهم من كانت إجاباتهم (دائما) ونسبتهم (٣٨,٣%) موزعة بين (٤١,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٣٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثالثة جاء من يشاهدونها بندرة (نادرا) وكانت نسبته (١٣,٣%) موزعة بين (٥٨,٥٠%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٨%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نوال عبدالله (٢٠١٠)^(١٤) التي توصلت إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العربية بصفة غير منتظمة - أحيانا - وكانت نسبته (٥٣,٢%)، يليهم من يشاهدونها بصفة دائمة بنسبة (٤٤%)، ودراسة وجدي حلمي (٢٠٠٩)^(١٥) التي توصلت إلى أن النسبة الكبرى من أفراد العينة يشاهدون التلفزيون أحيانا ثم يليهم من يشاهدونه دائما، وتختلف مع دراسة جيهان أحمد فؤاد (٢٠٠٧)^(١٦) التي توصلت إلى أن نسبة (٧٩,٣%) من العينة يشاهدون التلفزيون بصفة دائمة، و (٢٠,٧%) يشاهدونه أحيانا.

- أوضحت النتائج التفاضلية أنه بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٨,١٠١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٠١٧ ومستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في مدى تعرضهم للقنوات الفضائية.

٢/١ عدد أيام مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

جدول رقم (٧)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقا لنوع الجامعة وعدد أيام مشاهدتهم للقنوات الفضائية

الجامعة الأيام	الحكومية			الخاصة			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
١. يوم واحد.	٩	٤,٥	٤	٨	٤	٥	١٧	٤,٣	٥
٢. من ٢ - ٣ أيام.	٢٤	١٢	٣	٣٦	١٨	٤	٦٠	١٥	٤
٣. من ٤ - ٦ أيام.	٤٠	٢٠	٣	٣٩	١٩,٥	٣	٧٩	١٩,٨	٣
٤. ٧ أيام.	٥٨	٢٩	٢	٤٨	٢٤	٢	١٠٦	٢٦,٥	٢
٥. حسب الظروف.	٦٩	٣٤,٥	١	٦٩	٣٤,٥	١	١٣٨	٣٤,٥	١
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٣,٤١٥ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠,٠٩٢ مستوى المعنوية = ٠,٤٩١ الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن عدد أيام مشاهدة الشباب الذكور والإناث عينة الدراسة للقنوات الفضائية في الأسبوع تتوزع على النحو التالي: جاء الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة (٣٤,٥%)، موزعة على شباب الجامعات الحكومية والخاصة بنسبة متساوية (٣٤,٥%)، يليهم في المرتبة الثانية الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية لمدة ٧ أيام أي بصفة منتظمة في المرتبة الثانية ونسبتهم (٢٦,٥%)، موزعة بين (٢٩%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٢٤%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثالثة الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية من ٤-٦ أيام ونسبتهم (١٩,٨%)، موزعة بين (٢٠%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٩,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وجمع النسب الثلاث الأولى نجد أن أكثر من نصف الشباب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بصفة منتظمة وهم كثيفو المشاهدة ونسبتهم (٨٠,٨%)، وفي المرتبة الرابعة جاء من يشاهدون القنوات الفضائية من ٢-٤ أيام ونسبتهم (١٥) ويطلق عليهم متوسطي التعرض، موزعة بين (١٢%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٨%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وأخيرا وفي المرتبة الرابعة جاء من يشاهدون القنوات الفضائية يوم واحد ونسبتهم (٤,٣%) وهم (قليلي - منخفضي) التعرض، موزعة بين (٤,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٤%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.
- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٣,٤١٥ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائيا بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في عدد أيام تعرضهم للقنوات الفضائية.

٣/١ متوسط عدد ساعات مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

جدول رقم (٨)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقا لنوع الجامعة ومتوسط عدد ساعات مشاهدتهم اليومية للقنوات الفضائية

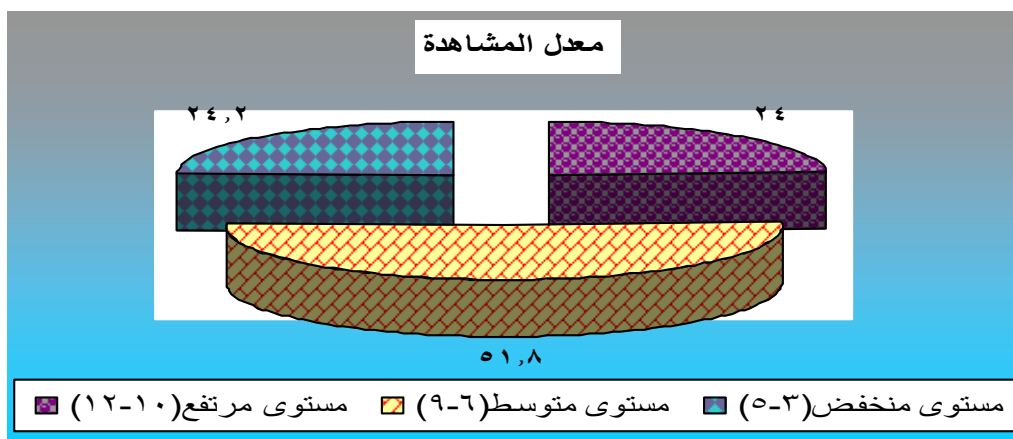
الجامعة		الحكومية			الخاصة			المجموع	
		ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%
١. أقل من ساعة.		١٦	٨	٤	١٧	٨,٥	٤	٣٣	٨,٣
٢. من ساعة لأقل من ٣ ساعات.		٧٧	٣٨,٥	١	٥٦	٢٨	٢	١٣٣	٣٣,٣
٣. أكثر من ٣ ساعات.		٣٨	١٩	٣	٣٣	١٦,٥	٣	٧١	١٧,٨
٤. حسب الظروف.		٦٩	٣٤,٥	٢	٩٤	٤٧	١	١٦٣	٤٠,٨
المجموع		٢٠٠	١٠٠		٢٠٠	١٠٠		٤٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٧,٥٣٣ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,١٣٦ مستوى المعنوية = ٠,٠٥٧ الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن متوسط ساعات مشاهدة الشباب الذكور والإناث عينة الدراسة للقنوات الفضائية في اليوم يتوزع على النحو التالي: يشاهد (٤٠,٨%) من الشباب عينة الدراسة القنوات الفضائية حسب الظروف، موزعة بين (٣٤,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٤٧%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثانية جاء من يشاهدها أكثر من ٣ ساعات بنسبة (١٧,٨%)، موزعة بين (١٩%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٦,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، أي أن أكثر من نصف الشباب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بكثافة، وجاء في المرتبة الثالثة من يشاهدها بنسبة (٣٣,٣%) من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات، موزعة بين (٣٨,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٢٨%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وجاء في المرتبة الرابعة من يشاهدها أقل من ساعة بنسبة (٨,٣%)، موزعة بين (٨%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٨,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة. وتدلنا هذه النتيجة على أن التلفزيون مازال يحظى بنسبة مشاهدة عالية من قبل الجماهير وأنه الوسيلة الأكثر توفراً ويسراً. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مصطفى حمدي (٢٠١٠)^(١٧) التي توصلت إلى أن نسبة تساوي (٤٦,٢%) من الشباب عينة الدراسة يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية أكثر من ساعتين، ودراسة نوال عبد الله (٢٠١٠)^(١٨) التي توصلت إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية أكثر من ساعتين بنسبة (٥٥,٦%).
- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣ ، وجد أنها = ٧,٥٣٣ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٠٥٧ ، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥ ، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في متوسط ساعات تعرضهم للقنوات الفضائية.

٤/١ مقياس معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:



شكل رقم (١)

مقياس معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث للقنوات الفضائية بصفة عامة كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية بصفة عامة في المرتبة الأولى بمعدل (١٠٢ تكرارا) بنسبة (٥١,٨%)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المنخفض لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية بمعدل (٩٧ تكرارا) بنسبة (٢٤,٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٩٦ تكرارا) بنسبة (٢٤%) وربما يعود ذلك لانشغالهم بأعمال أخرى أو لعدم توفر جهاز الاستقبال في أماكن تواجدهم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة وجدي حلمي (٢٠٠٩)^(١٩) التي توصلت إلى أن أكثر من نصف المبحوثين من متوسطي التعرض للتلفزيون بنسبة (٤٦%)، وتختلف مع دراسة نوال عبد الله (٢٠١٠)^(٢٠) التي توصلت إلى النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية بكثافة بنسبة (٤٨%)، يليهم متوسطي مشاهدة بنسبة (٣٧,٦%)، ودراسة عادة ممدوح (٢٠١٢) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية بمعدل مرتفع بنسبة (٤٩,٢%)، يليها فئة متوسطي مشاهدة بنسبة (٤٠%)^(٢١).

٢. معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في مدى مشاهدة، وعدد أيام، ومتوسط الاستخدام اليومي للشبكة، وشكل لمقياس استخدام شبكة الإنترنت، وهذا ما توضحه الجداول التالية:

١/٢ مدى استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

جدول رقم (٩)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقا لنوع الجامعة ومدى استخدامهم لشبكة الإنترنت

الجامعة	الحكومية			الخاصة			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
٤. دائما.	١٦٤	٨٢	١	١٦٧	٨٣,٥	١	٣٣١	٨٢,٨	١
٥. أحيانا.	٣١	١٥,٥	٢	٢٧	١٣,٥	٢	٥٨	١٤,٥	٢
٦. نادرا.	٥	٢,٥	٣	٦	٣	٣	١١	٢,٨	٣
المجموع	٢٠٠	١٠٠		٢٠٠	١٠٠		٤٠٠	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٠,٣٩٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠,٠٣١ مستوى المعنوية = ٠,٨٢١ الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن جميع عينة الدراسة من الذكور والإناث يستخدمون شبكة الإنترنت، وتتوزع درجات استخدامهم لهذه الشبكة على النحو التالي: جاءت نسبة (٨٢,٨%) من الشباب الجامعي عينة الدراسة ممن يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل منتظم وهم من كانت إجاباتهم (دائما) حيث جاءوا في المرتبة الأولى موزعة بين (٨٢%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٨٣,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثانية من يستخدمونها

بشكل غير منتظم وهم من كانت إجاباتهم (أحيانا) ونسبتهم (١٤,٥%) موزعة بين (١٥,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٣,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثالثة جاء من يستخدمونها بندرة وهم من كانت إجاباتهم (نادرا) وكانت نسبتهم (٢,٨%) موزعة بين (٢,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٣%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٠,٣٩٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٨٢١، أى أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في مدى استخدامهم شبكة الإنترنت.

٢/٢ عدد أيام استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

جدول رقم (١٠)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقا لنوع الجامعة وعدد أيام استخدامهم لشبكة الإنترنت

الجامعة	الحكومية			الخاصة			المجموع	
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%
١. يوم واحد في الأسبوع.	-	-	-	٦	٣	٥	٦	١,٥
٢. من ٢:٣ أيام.	٩	٤,٥	٤	٩	٤,٥	٤	١٨	٤,٥
٣. من ٤:٦ أيام.	١٨	٩	٣	٢٤	١٢	٢	٤٢	١٠,٥
٤. ٧ أيام.	١٥٣	٧٦,٥	١	١٥١	٧٥,٥	١	٣٠٤	٧٦
٥. حسب الظروف.	٢٠	١٠	٢	١٠	٥	٣	٣٠	٧,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	٤٠٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٠,٢٠٤ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠,١٥٨ مستوى المعنوية = ٠,٠٣٧ الدلالة = ٠,٠٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن عدد أيام استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة من الذكور والإناث لشبكة الإنترنت في الأسبوع تتوزع على النحو التالي: جاء الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت ٧ أيام في الأسبوع في المرتبة الأولى بنسبة (٧٦%) من إجمالي الشباب عينة الدراسة، موزعة على شباب الجامعات الحكومية والخاصة بنسبة تكاد تكون متساوية فكانت بنسبة (٧٦,٥%) للأولى بنسبة (٧٥,٥%) للثانية، يليهم في المرتبة الثانية الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت من ٤-٦ أيام أي في المرتبة الثانية ونسبتهم (١٠,٥%)، موزعة بين (٩%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٢%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثالثة الشباب الذين يشاهدون يستخدمون شبكة الإنترنت حسب الظروف ونسبتهم (٣%)، موزعة بين (١٠%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

الخاصة، وفي المرتبة الرابعة جاء من يستخدمون الشبكة من ٢-٣ أيام ونسبتهم (٤,٥%) موزعة بالتساوي بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة بنسبة (٤,٥%)، وفي المرتبة الخامسة جاء الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت لمدة يوم واحد فقط في الأسبوع ونسبتهم (١,٥%).

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤، وجد أنها = ١٠,٢٠٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٠٣٧ ومستوى دلالة = ٠,٠٥، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في عدد أيام استخدامهم شبكة الإنترنت.

٣/٢ متوسط عدد ساعات استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت اليومي:

جدول رقم (١١)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقاً لنوع الجامعة ومتوسط عدد ساعات استخدامهم لشبكة الإنترنت

الجامعة			الحكومية			الخاصة			المجموع		
متوسط الساعات			ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
١. أقل من ساعة.			٥	٢,٥	٤	٧	٣,٥	٤	١٢	٣	٤
٢. من ساعة لأقل من ٣ ساعات.			٣٤	١٧	٣	٣٦	١٨	٣	٧٠	١٧,٥	٣
٣. أكثر من ٣ ساعات.			١٠٥	٥٢,٥	١	٩٨	٤٩	١	٢٠٣	٥٠,٨	١
٤. حسب الظروف.			٥٦	٢٨	٢	٥٩	٢٩,٥	٢	١١٥	٢٨,٨	٢
المجموع			٢٠٠	١٠٠		٢٠٠	١٠٠		٤٠٠	١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٠,٧١٠ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٠٤٢ مستوى المعنوية = ٠,٨٧١ الدلالة = غير دالة

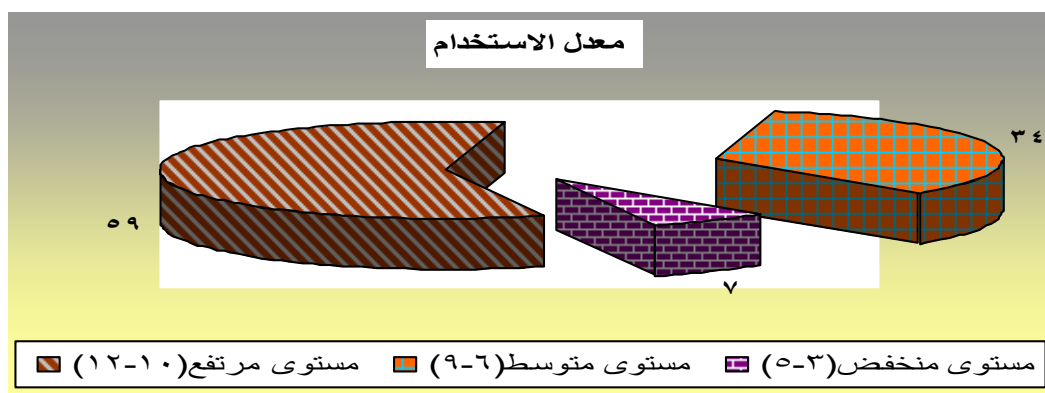
تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن متوسط عدد ساعات استخدام الشباب الذكور والإناث عينة الدراسة لشبكة الإنترنت يتوزع على النحو التالي: جاءت فئة أكثر من ٣ ساعات في المرتبة الأولى بنسبة (٥٠,٥%) من إجمالي الشباب عينة الدراسة، موزعة بين (٥٢,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٤٩%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة حسب الظروف بنسبة (٢٨,٨%)، موزعة بين (٢٨%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٢٩,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وجاءت فئة من ساعة لأقل من ٣ ساعات في المرتبة الثالثة بنسبة (١٧,٥%) موزعة بين (١٧%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٨%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، أما فئة أقل من ساعة فقد جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (٣%)، موزعة بين (٢,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٣,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا ٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٠,٧١٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٨٧١، أى أن مستوى المعنوية

أكبر من ٠,٠٥، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في متوسط ساعات استخدامهم اليومي لشبكة الإنترنت.

٤/٢ مقياس معدل الاستخدام اليومي لشبكة الإنترنت من قبل الشباب عينة الدراسة:

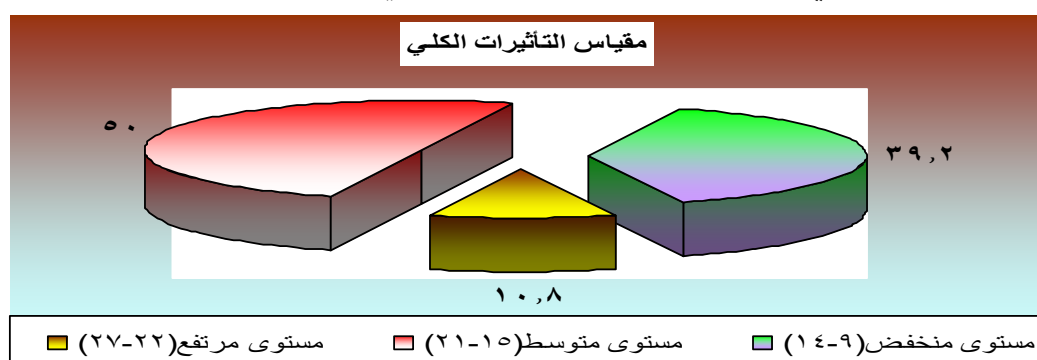


شكل رقم (٢)
مقياس معدل استخدام شبكة الإنترنت

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل استخدام الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث لشبكة الإنترنت كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المرتفع لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت في المرتبة الأولى بمعدل (٢٣٦ تكراراً) بنسبة (٥٩%)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المتوسط لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت بمعدل (١٣٦ تكراراً) بنسبة (٣٤%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المنخفض بمعدل (٢٨ تكراراً) بنسبة (٧%).

٣. مقياس التأثيرات الكلية بأبعاده الثلاثة (المعرفية + الوجدانية + السلوكية) للتغطية الإعلامية لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية المصرية:



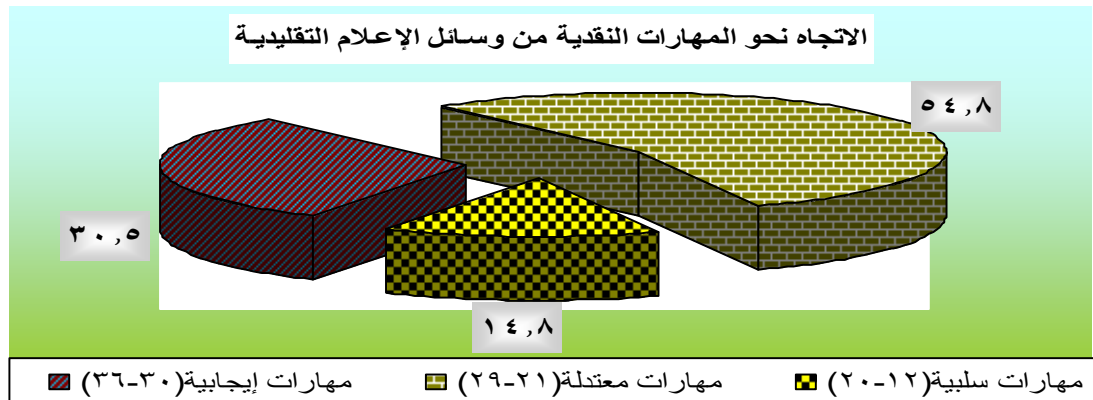
شكل رقم (٣)
مقياس تأثيرات التغطية الإعلامية الكلية بأبعاده الثلاثة

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل على أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من تأثيرات

وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتعطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (٢٠٠ تكراراً) بنسبة (٥٠%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ المستوى المنخفض من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتعطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (١٥٧ تكراراً) بنسبة (٣٩,٢%)، وفي المرتبة الثالثة جاء المستوى المرتفع من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتعطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (٤٣ تكراراً) بنسبة (١٠,٨%).

٤. مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام التقليدية:



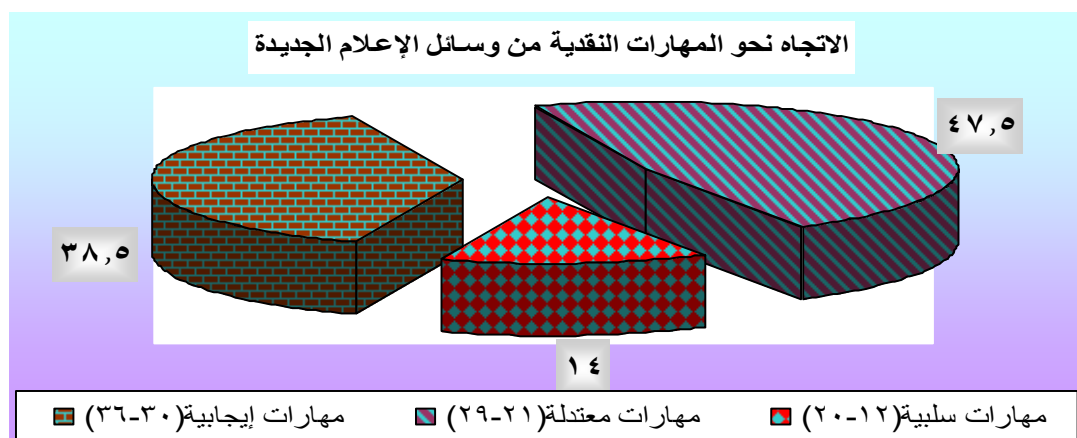
شكل رقم (٤)

مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام التقليدية

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل على أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات المشكلة من وسائل الإعلام التقليدية، وذلك بمعدل (٢١٩ تكراراً) بنسبة (٥٤,٨%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ الاتجاه الإيجابي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (١٢٢ تكراراً) بنسبة (٣٠,٥%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتجاه السلبي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (٥٩ تكراراً) بنسبة (١٤,٨%).

٥. مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام الجديدة:



شكل رقم (٥)

مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام الجديدة

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل على أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام الجديدة وذلك بمعدل (١٩٠ تكرارا) بنسبة (٤٧,٥%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ الاتجاه الإيجابي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (١٥٤ تكرارا) بنسبة (٣٨,٥%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتجاه السلبي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (٥٦ تكرارا) بنسبة (١٤%).

ثانيا: نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباط طردي موجب – دالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية".

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "بيرسون" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول (١٢)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية

تشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.		كثافة التعرض
الدالة	قيمة بيرسون (P)	
دالة ٠,٠٥	٠,١١٣	كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية).
دالة ٠,٠١	٠,٣٢١	كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت).
٤٠٠		ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباط طردي موجب ودال إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، حيث كانت قيمة بيرسون (٠,١١٣) وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، من ناحية أخرى وجدت أيضا علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، حيث كانت قيمة بيرسون (٠,٣٢١) وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠١)، وبذلك نقبل كليا الفرض بأنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زاد ذلك من تنمية مهاراتهم النقدية نحو قضايا الديمقراطية المصرية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط طردي موجب – دالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية)، والجديدة (الإنترنت) للحصول على معلومات حول قضايا الديمقراطية المصرية وحدث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري".

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "بيرسون" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول (١٣)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وحدث
تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية

التأثيرات	التأثيرات المعرفية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات السلوكية	
	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	الدالة
كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية).	٠,٠٠٢	غير دالة	٠,٠٢٥	غير دالة	٠,٠٢٧	غير دالة
كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت).	٠,٠٠٦	غير دالة	٠,١٥٣	دالة	٠,١٠٥	دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدام معامل ارتباط بيرسون عدم وجود علاقة ارتباط دال إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) وحدث تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية، وبذلك يتم رفض هذا الفرض كلياً، بينما وجدت علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت) وحدث تأثيرات وجدانية وسلوكية، حيث كانت قيمة بيرسون (٠,١٥٣) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وذلك بالنسبة للتأثيرات الوجدانية، أما بالنسبة للتأثيرات السلوكية فقد كانت قيمة بيرسون (٠,١٠٥) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، أما في حالة التأثيرات المعرفية وجدت علاقة ولكنها غير دالة إحصائياً، وبذلك نقبل الفرض جزئياً في حالة كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة وحدث تأثيرات وجدانية أو سلوكية فقط، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة زادت تأثير مستخدميها وجدانياً وسلوكياً فقط.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للمتغيرات الثلاثة النوع، نوع التعليم، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

١. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للنوع، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٤)

الفروق بين متوسطات درجات المهارات النقدية الناتجة عن تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا للنوع

المهارات	النوع	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدالة
التفسير (التحليل)	الذكور	٢٠٠	٦,٦٩٠٠	١,٦٥١٥٣	١,٣٨٨	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	٦,٤٦٠٠	١,٦٦١٩٩		
التقييم	الذكور	٢٠٠	٧,٠٤٠٠	١,٤٩٩٨٨	١,٩٧٩	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	٦,٧١٠٠	١,٨٢٠٠٢		
إبداء الرأي	الذكور	٢٠٠	٧,٠٠٥٠	١,٣٨٠٠٤	٠,٥٣٠	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	٦,٩٢٥٠	١,٦٢٨٦٩		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي التقليدي)	الذكور	٢٠٠	٥,٣٥٥٠	١,٩٤٨٨٤	٠,١٢٧	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	٥,٣٣٠٠	١,٩٨٢٦١		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي الجديد)	الذكور	٢٠٠	٦,٥٥٥٠	٢,٠٥٨٦٨	١,٦٠٦	غير دالة
	الإناث	٢٠٠	٦,٢٣٠٠	١,٩٨٩١٩		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا للنوع، أي أن عنصر النوع ليس له أي تأثير على تشكيل وتنية المهارات النقدية سواء الناتجة من وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة، وبذلك نرفض الفرض كليا حيث وجدت فروق ولكنها غير دالة إحصائياً بين فئات العينة تبعا لمتغير النوع (ذكور/إناث) والمهارات النقدية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

٢. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا لنوع التعليم الجامعي، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٥)

الفروق بين متوسطات درجات المهارات النقدية الناتجة عن تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا لنوع التعليم الجامعي

المهارات	نوع التعليم	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة
التفسير (التحليل)	حكومي	٢٠٠	٦,٧٦٥٠	١,٥٢٦٩٠	٢,٣٠٣	٠,٠٥
	خاص	٢٠٠	٦,٣٨٥٠	١,٧٦٤١٨		
التقييم	حكومي	٢٠٠	٦,٩٠٠٠	١,٧١٠١٥	٠,٢٩٨	غير دالة
	خاص	٢٠٠	٦,٨٥٠٠	١,٦٤٠٤١		
إبداء الرأي	حكومي	٢٠٠	٦,٩٥٥٠	١,٤٠٤٥٨	٠,١٣٢	غير دالة
	خاص	٢٠٠	٦,٩٧٥٠	١,٦٠٨٥١		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي التقليدي)	حكومي	٢٠٠	٥,٢٥٥٠	١,٩٩٤٩٦	٠,٨٩١	غير دالة
	خاص	٢٠٠	٥,٤٣٠٠	١,٩٣٢٣٠		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي الجديد)	حكومي	٢٠٠	٦,٢٣٥٠	٢,٠٤٤٦٧	١,٥٥٦	غير دالة
	خاص	٢٠٠	٦,٥٥٠٠	٢,٠٠٤٣٩		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا لنوع التعليم الجامعي (حكومي/خاص) وذلك فيما يتعلق بمهارة واحدة فقط وهي (مهارة التحليل) لصالح أصحاب التعليم الحكومي بمتوسط حسابي قدره (٦,٧٦٥٠) مقابل (٦,٣٨٥٠) لأصحاب التعليم الخاص، وأكد اختبار (ت) هذه النتيجة حيث كانت قيمة (ت) = ٢,٣٠٣ والفارق النسبي دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠٥، أي أن أصحاب التعليم الحكومي أكثر تحليلا وتفسيرا لما تعرضه وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد عن أصحاب التعليم الخاص، في حين أظهر اختبار (ت) وجود فروق ولكنها غير دالة إحصائيا في باقي المهارات النقدية، وبذلك نقبل الفرض جزئيا بوجود فروق دالة إحصائية بين أصحاب التعليم الحكومي والخاص ونوعية المهارات النقدية (التحليل/التفسير) - لصالح أصحاب التعليم الحكومي - الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد، أي أن نوع التعليم ليس له أي تأثير في تشكيل وتنمية باقي المهارات النقدية.

الخلاصة ومناقشة النتائج:

سعت الدراسة للكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين مشاهدة مضامين وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد (القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت) وتنمية وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب الجامعي المصري نحو قضية أبرز قضايا الديمقراطية متمثلة في الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥، وتحديد نوع هذه

العلاقة، في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وباستخدام منهج المسح على عينة قدرها ٤٠٠ مبحوثاً من الشباب الجامعي المصري، وقد خلصت الدراسة لمجموعة نتائج أهمها:

١. جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للقنوات الفضائية في المرتبة الأولى بمعدل (١٠٢ تكراراً) بنسبة (٥١,٨%).
٢. جاءت فئة المستوى المرتفع لمعدل استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لشبكة الإنترنت في المرتبة الأولى بمعدل (٢٣٦ تكراراً) بنسبة (٥٩%).
٣. كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه بعض القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (٢٠٠ تكراراً) بنسبة (٥٠%).
٤. كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات المشكلة من وسائل الإعلام التقليدية، وذلك بمعدل (٢١٩ تكراراً) بنسبة (٥٤,٨%).
٥. كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام الجديدة وذلك بمعدل (١٩٠ تكراراً) بنسبة (٤٧,٥%).
٦. كشف اختبار بيرسون عن وجود علاقة ارتباط طردي موجب ودال إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية كما كشف نفس الاختبار عن وجود علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية..
٧. كشف اختبار بيرسون عدم وجود علاقة ارتباط دال إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) وحدث تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية، وبذلك يتم رفض هذا الفرض كلياً، بينما وجدت علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت) وحدث تأثيرات وجدانية وسلوكية فقط، أما في حالة التأثيرات المعرفية وجدت علاقة ولكنها غير دالة إحصائياً.
٨. أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للنوع، أي أن عنصر النوع ليس له أي تأثير على تشكيل وتتيه المهارات النقدية سواء الناتجة من وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة.
٩. أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً لنوع التعليم الجامعي (حكومي/خاص) وذلك فيما يتعلق بمهارة واحدة فقط وهي (مهارة التحليل) لصالح أصحاب التعليم الحكومي.

مراجع الدراسة:

¹Picazo-Vela, Sergio., Gutiérrez-Martínez, Isis., & Luna-Reyes, Luis Felipe. Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector. **Government Information Quarterly**, Vol.29, Issue.4, 2012.pp.504-511.

²HEALEY, KEVIN. "The spirit of networks: new media and the changing role of religion in American public life". **Unpublished PHD thesis**. (Urbana, Illinois: University of Illinois at Urbana-Champaign, the Graduate College, 2011).

³سميرة شيخاني. الإعلام الجديد في عصر المعلومات. **مجلة جامعة دمشق**، المجلد ٢٦، العدد الأول + الثاني. (سوريا: جامعة دمشق، ٢٠١٠). صص ٤٣٥-٤٨٠.

⁴Abdel Barry, Wail Ismail. The Social Reality of New Media: paradoxical issues in the digital era. **Egyptian journal of public opinion research**, Vol.9, Third Issue (January – June). (Cairo university: faculty of mass communication, 2009).pp.41-70.

⁵Kanakara, Navasartian. Digging for votes: An analysis of 2008 presidential candidates use of new media. **Unpublished master thesis**. (U.S.A: A university of southern California, 2008).

⁶إيناس محمود حامد أحمد. دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباب بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٤٣، يناير/يونيه. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٣). صص ١٣٩-١٨٩.

⁷إيمان محمد حسني عبد الله. المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصري كمكون لإعلامه الخاص: دراسة في ضوء مدخل الإدراك فوق المعرفي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد ٤٠، إبريل/يونيو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢). صص ١-٦٥.

⁸السيد محمد أبو شعيشع. "دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير". **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢).

⁹سناء عبد الرحمن. التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية ودورها في التعبير عن الرأي دراسة لمضمون وجمهور منتدى "العربية نت". بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر بعنوان: **الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات في الفترة من ٧-٩ يوليو**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثاني، ٢٠٠٩). صص ١٠١٣-١٠٧٠.

¹⁰سيد بخت. أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٩، العدد ٣، يناير/يونيو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩). صص ٦٥-١٥٠.

¹¹Almjeld, Jennifer Marie. "The girls of my space: new media as gendered literacy practice and identity construction". **Unpublished PHD thesis**. (State University in partial: the Graduate College of Bowling Green, 2008).

¹²حسني محمد نصر. المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٨، العدد ٣، يوليو/سبتمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧). صص ١-٤٦.

¹³للمزيد من الاطلاع انظر:

- دراسات المؤتمر العلمي الأول بعنوان: **مستقبل الإعلام العربي بعد الثورات في الفترة من ٩-١٢ مارس**. (جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، ٢٠١٢).

- ودراسات المؤتمر الدولي بعنوان: **الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد في الفترة من ٧-٩ إبريل**. (مملكة البحرين: جامعة البحرين، قسم الإعلام والسياحة والفنون، ٢٠٠٩).

¹⁴نوال عبدالله علي الحزورة. "التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقته بإدراك الجمهور البيئي لأدوار المرأة في المجتمع". **رسالة ماجستير غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٠). صص ٢٠٥.

¹⁵وجدي حلمي عبد الظاهر (٢٠٠٩). "معالجة الدراما العربية التي يعرضها التلفزيون المصري لقضايا الفساد في المجتمع وعلاقتها بإدراك الجمهور واتجاهاته نحوها". **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون). صص ٣١٠.

¹⁶جيهان أحمد فؤاد (٢٠٠٧). "العلاقة بين صورة رجال وسيدات الأعمال في الدراما التلفزيونية وإدراك الجمهور لواقعهم الاجتماعي". **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون). صص ٣٣٣-٣٣٤.

¹⁷مصطفى حمدي أحمد محمد. "أثر التعرض للقنوات الفضائية العربية والأجنبية على السلوك الاجتماعي للشباب المصري". **رسالة دكتوراه غير منشورة**. (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٠). صص ١٣٨.

¹⁸نوال عبدالله علي الحزورة (٢٠١٠). **مرجع سابق**. صص ٢٠٦.

¹⁹وجدي حلمي عبد الظاهر (٢٠٠٩). **مرجع سابق**. صص ٣١٥.

^{٢٠} نوال عبد الله (٢٠١٠). مرجع سابق. ص ٢٠٨.

^{٢١} غادة ممدوح سيد (٢٠١٢). "معالجة العنف في الافلام العربية والأجنبية بالقنوات الفضائية وعلاقته بالميول العدوانية لدى الشباب المصري". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢). ص ٢٥١-٢٥٢.