

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 الأدب - 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

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 تفجرت فيها عوامل الحراك السياسي والاحتقان الاجتماعي منذ مطلع ذلك العقد، وربما تكون مصر وتونس واليمن من أبرز تلك البلدان، فقد سمحت ظروف الهاشم الديمقراطي والحربيات 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 سطوطه. ومن غير المبالغة في هذا السياق القول بأن التضافر والتلاحم الفريد الذي نشأ بين وسائل الإعلام التقليدية الأكثر حرية وبين تقنية الإعلام الأحدث التي عجز النظام الإعلامي العربي عن احتوائهما قد لعب الدور الأهم في تهيئة أجيال الربيع العربي للثورة وبلورة توجهاتها السياسية والمجتمعية، وهنا يمكن التأكيد على أنه إذا كان القهر السياسي والاجتماعي لأنظمة الاستبداد والاستغلال هو المفجّر لثورات الشعوب فإن الإعلام الحر والمستقل هو الذي يهدي ويُعيّن بإنجازها.

وفي الوقت الحاضر فإن هذا الأثر لوسائل الإعلام على الديمقراطية العالمية تجري تقويته بتحولات رقمية في مجال المعلومات والاتصالات، وإمكانيات هذه الثورة التكنولوجية في بناء الديمقراطية العالمية واضحة، ومواقع الشبكة العالمية والمدونات وتوسيعها، وخدمة الرسائل النصية القصيرة، وخدمة رسائل الوسائل المتعددة، وغيرها من الأشكال الجديدة لوسائل الإعلام تبشر بتحسين مشاركة المواطنين في السياسات العالمية، حيث تقدم شبكات المعلومات/الاتصالات العالمية الوسائل لخلق فاك رقمي عام للدول الديمقراطيات. 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، فقدت الصحافة احتكارها لإنتاج الأخبار، بينما على سبيل المثال، يقوم المدونون الهواة بنشر الأخبار برواياتهم الخاصة. وفي الوقت نفسه نقل 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 بالمارسات 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 موقع الإعلام الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر ويوتوب للمواطنين بالتواصل سريراً مع بعضهم البعض وتبادل المعلومات وتنظيم الاحتجاجات المناهضة لحكوماتهم. وبينما لا يمكن القول بأن للإعلام الاجتماعي وحده الفضل في نجاح هذه التظاهرات، فقد 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 السياسي 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 بالإضافة إليها وذلك نحو أهم القضايا المصرية المعاصرة - ألا وهي الديمقراطية - من ناحية، ومن ناحية أخرى بما 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 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 وموقع التواصل الاجتماعي، وتحولهم من مستقبلي للمعلومة إلى مشاركي في صنعها، فأصبح بإمكانهم التعليق على الخبر بالإضافة 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 المستخدم 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، نظراً لقيام الكثيرين بدراسة المدونات السياسية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الميدانية إلى الكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين مشاهدة مصامين 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، ويترقب 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 ومواقعهم 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 لمحوريين، على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تناولت مصطلح الإعلام الجديد بسمياته المختلفة.

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

المحور الأول: دراسات تناولت مصطلح الإعلام الجديد بسمياته 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 (الـ فيسبوك وتويتر)، ومنها ما تناول موقع التدوين الإلكتروني (بلوج)، ومنها أيضاً ما اهتم بالمنتديات، وأخرى تناولت موقع مشاركة الفيديوهات والصور كموقع (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 بيكارو وآخرون"(^(١)عنوان "فهم المخاطر والفوائد البديلة 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"^(٢)عنوان "نمو الشبكات: وسائل الإعلام الجديدة وتغيير دور الدين في الحياة العامة الأمريكية": والتي توصلت إلى أن مصادر وسائل الإعلام الجديدة مثل المدونات ويوتيوب قد لعبت دوراً مهماً وواضحاً في السياسات الدينية الأمريكية، فعلى سبيل المثال، فقد ساهمت منذ عام ٢٠٠٤ في زيادة تواطؤ من جانب الإنجيليين مع الحزب الجمهوري، فهي أكثر حرية في تداولها لمثل هذه الموضوعات الدينية عن وسائل الإعلام التقليدية ، كما كشفت الدراسة أن لوسائل الإعلام الجديدة دوراً بارزاً في مشاركة الشباب في الممارسات الديمقراطية عن طريق دخولهم في مناقشات حول القضايا المختلفة وكتابه تعليقاتهم على بعض المدونات.
٣. دراسة "سميرة شيخاني"^(٣)عنوان "الإعلام الجديد في عصر المعلومات": والتي توصلت إلى أن عصر المعلومات قد أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من السمات من أهمها: التفاعلية وتفتت الاتصال واللاتزامنية وقابلية التحويل والتوصيل والتحرك والوسائط المتعددة والشيوخ والانتشار، وأن التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بوسائلها الاتصالية المختلفة لم تقض على التكنولوجيات القديمة بوسائلها المختلفة، بل إنها شكّلت امتداد طبيعياً وتطورياً لهذه الوسائل القديمة.
٤. دراسة "وائل إسماعيل عبد الباري"^(٤)عنوان "الواقع الاجتماعي للإعلام الجديد وقضايا الحقبة الرقمية": وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة سلبية للاعتماد المشترك / المتبادل بين الجمهور عبر الإنترنت ومستوى المضمون المتاح، كما أن هناك علاقة متبادلة بين ثراء وجودة محتوى الرسالة من جهة وفائدة الجمهور من جهة ثانية.
٥. دراسة "كانكارا نافاسارتين"^(٥)عنوان "دور وسائل الإعلام الجديدة في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٨": والتي توصلت إلى: وفر استخدام الاتصال الإلكتروني مع جمهور الناخبين كما كثيراً من المعلومات والتي تم تداولها بشكل سريع على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الكشف عن رغبة الجمهور في الاتصال بمختلف الجماعات الأخرى من الجمهور على موقع 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)^(١) بعنوان "دُوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباب بعض مهارات التفكير الناقد لديهم" والتي توصلت إلى: جاءت دُوافع الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك والمرتبطة بمهارات التفكير الناقد والتي يتم إشبعها هي ثلات مهارات: مهارة الاستنتاج والتفسير ومعرفة المسلمات والافتراضات، كما جاء الذكور أكثر تقضيلاً للمشاركة بصفحات الصحف على الفيس بوك بموضوعات السياسة عن الإناث.
٢. دراسة "إيمان محمد حسني" (٢٠١٢)^(٢) بعنوان "المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصري كمكون لإعلامه الخاص" والتي توصلت إلى: وجود فروق جوهيرية 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 الإعلام، 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)^(٣) 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 رأى معين في الحلقة دون غيره من الآراء.
٤. دراسة "سناء عبد الرحمن" (٢٠٠٩)^(٤) 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 (٤,٣٪) 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 (٥٢,٥٪) منهم إلى أنهم يستخدمون المجتمعات الإلكترونية مثل الفيس بوك Facebook والتنت لوج log net لنشر آرائهم وتعليقائهم حول الأحداث والقضايا الجارية.

٥. دراسة "سید بخت" (٢٠٠٩)^(١٠) بعنوان "أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضممين الإعلامية": دراسة في المفاهيم وبيئة العمل": والتي توصلت إلى: أن أبرز الأشكال التي يشارك من خلالها المستخدمين في إنتاج مضممين منشورة على المواقع الإعلامية كانت هي التعليق على الأخبار والمقالات والتعريف بأكثر الموضوعات مقرئية وتعليقًا، والمشاركة في المناقشات الحية، وإضافة المادة كعلامة مرجعية لأنفسهم، كما كشفت الدراسة عن قلة مشاركة المستخدمين في إنتاج مضممين على هذه المواقع.
٦. دراسة "جينifer 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 موقع الشبكات الاجتماعية مثل موقع ماي سبيس يمكن التوصل لفهم أفضل للكيفية التي يعبر بها الإناث عن أنفسهم وممارسة أدوارهم الانثوية، كما أن هذه الدراسة يمكن أن توفر نظرة ثاقبة للمداخل النقدية والأبحاث المستقبلية لهذه المجتمعات الافتراضية وممارسات حمو الأممية.
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 المدخلات، وانتهت الدراسة إلى أن المدونات منذ ظهورها في السنوات الأخيرة من القرن العشرين أصبح لها دور كبير في الدافع 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 بسمياته 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 عونانها 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 بمعنى 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 موقع للتواصل الاجتماعي (الفيس وتويتر)، وموقع مشاركة الفيديو (يوتيوب، جوجل)، أو موقع المدونات (بلوج)، أو حتى موقع مشاركة الصور (فيلايك)، 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 عmad المجتمع وأساس قيامه وتشهد العديد من التطورات والتغيرات كما أنهم(أي الشباب) أكثر استخداماً 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 بآداة 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 استخداماً لذا جاء اختياره في هذه الدراسة.

٦. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في استخدامها **للحوافن المنهجية** ومشكلة الدراسة وأيضاً في صياغة فروض الدراسة الحالية حيث تم اشتقاقها من نظرية الاعتماد، و اختيار الإطار النظري حيث اعتمدت معظم الدراسات على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها أنساب النظريات وأكثرها استخداماً في الدراسات الإعلامية التي تقيس التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام، ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليها إطاراً نظرياً لدراستها.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

١. نوع الدراسة: تُعد 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 صحيحة الاستقصاء بالمقابلة التي ضمت عدداً من المقاييس التي تم إدخالها على البرنامج الإحصائي spss حيث تضم مخرجات كل مقياس ثلاثة درجات هي: المستوى المنخفض، المستوى المتوسط، والمستوى المرتفع وتختلف درجات هذه المستويات من مقياس آخر كما هو موضح في جداول ونماذج مقاييس الدراسة، ومن أهم تلك المقاييس:

- مقياس معدل مشاهدة القنوات الفضائية.

- مقياس معدل استخدام الإنترنت.

- مقياس المهارات النقدية الشكلة من وسائل الإعلام التقليدية.

- مقياس المهارات النقدية الشكلة 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 تجتمعاً سواء داخل الجامعة أو المقاهي والنوابي.
 - هم أكثر قدرة على تقبل كل جديد، وأكثر مواكبة لما يحدث من تطورات حولهم.
 - هم أصحاب الحق في تحديد مستقبل المجتمع وتلمس السبل التي يمكن أن تُسلم إليه.
- وتوضح الجداول التالية خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للجامعات الأربع

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

جدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً لنوع

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

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

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

جدول رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى المشاركة في الإنتخابات البرلمانية ٢٠١٥

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

جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للإنتماء السياسي لأي من الأحزاب المصرية

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

تساؤلات وفرضات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

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

ثانياً: فرضات الدراسة:

تتطلق فرضيات هذه الدراسة من نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" والإطلاع النبدي على نتائج الدراسات السابقة، حيث أمكن للباحثة تطوير الفرضيات التالية:

- توجد علاقة ارتباط طردي موجب - دالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضایا الديمقراطية المصرية.
- توجد علاقة ارتباط طردي موجب - دالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية(القنوات الفضائية)، والجديدة(الإنترنوت) للحصول على معلومات حول قضایا الديمقراطية المصرية وحدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري.
- توجد فروق ذات دالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقاييس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للمتغيرات الثلاثة النوع، نوع التعليم.

اختبار الصدق لاستمرارة الاستبيان:

يُقصد بالصدق هنا مدى قياس الاستبانة لما وضعت له وأن يكون محتواها له علاقة مباشرة بما يُراد في قياسه، وقد قامت الباحثة بعرض استمار 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 ونطحها، وكذلك إضافة بدائل جديدة ومتعددة، وتم تعديل استمار الاستبانة وفقاً 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 رئيسية تمثل في مدى مشاهدة، وعدد أيام، ومتى ساعات مشاهدة الشباب الجامعي المصري للقنوات الفضائية، وشكل لقياس التعرض للفضائيات، وهذا ما توضحه الجداول التالية:

١/١ مدى مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

جدول رقم (٦)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقاً لنوع الجامعة ومدى مشاهدتهم للقنوات الفضائية

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

قيمة كا = ٢١٠١ ، درجة الحرية = ٢ ، معامل التوافق = ٠,١٤١ ، مستوى المعنوية = ٠,٠١٧ ، الدالة = ٠,٠٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن جميع عينة الدراسة من الذكور والإإناث 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 (طبقاً للترتيب الهجائي من الأقدم للأحدث):

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

ممن يشاهدون القنوات الفضائية بشكل غير منظم وهم من كانت إجاباتهم (أحياناً) حيث جاءوا في المرتبة الأولى موزعة بين (٥٥%) 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 منظم وهم من كانت إجاباتهم (دائماً) ونسبتهم (٣٨,٣%) موزعة بين (١,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٣٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثالثة جاء من يشاهدونها بندرة (نادراً) وكانت نسبتهم (١٣,٣%) موزعة بين (٥٨,٥%) 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^(١)) التي توصلت إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العربية بصفة غير منتظمة - أحياناً - وكانت نسبتهم (٥٣,٢%)، يليهم من يشاهدونها بصفة دائمة بنسبة (٤%), ودراسة وجدي حمي (٢٠٠٩^(٢)) التي توصلت إلى أن النسبة الكبرى من أفراد العينة يشاهدون التليفزيون أحياناً ثم يليهم من يشاهدونه دائماً، وتختلف مع دراسة جيهان أحمد فؤاد (٢٠٠٧^(٣)) التي توصلت إلى أن نسبة (٧٩,٣%) من العينة يشاهدون التليفزيون بصفة دائمة، و (٢٠,٧%) يشاهدونه أحياناً.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٨,١٠١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ١٧، ومستوى دلالة = ٠,٠٥، أي 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 وفقاً لنوع الجامعة وعدد أيام مشاهدتهم للقنوات الفضائية

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

قيمة كا٢ = ٣,٤١٥ درجة الحرية = ٤ معامل التوافق = ٠,٩٢ مستوى المعنوية = ٠,٤٩١ الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن عدد أيام مشاهدة الشباب الذكور والإإناث عينة الدراسة للقنوات الفضائية في الأسبوع توزع 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 ونسبة(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 ونسبة(١٩,٨%)، موزعة بين (٢٠%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٩,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وبجمع النسب الثلاث الأولى نجد أن أكثر من نصف الشباب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بصفة منتظمة وهم كثيرون المشاهدة ونسبة(٨٠,٨%)، وفي المرتبة الرابعة جاء من يشاهدون القنوات الفضائية من ٤-٢ أيام ونسبة(١٥%) ويطبق عليهم متوسطي التعرض، موزعة بين (١٢%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (١٨%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وأخيراً وفي المرتبة الرابعة جاء من يشاهدون القنوات الفضائية يوم واحد ونسبة(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 كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٤ ، وجد أنها = ٣,٤١٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٤٩١ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥ مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً 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 وفقاً لنوع الجامعة ومتوسط عدد ساعات مشاهدتهم اليومية للقنوات الفضائية

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

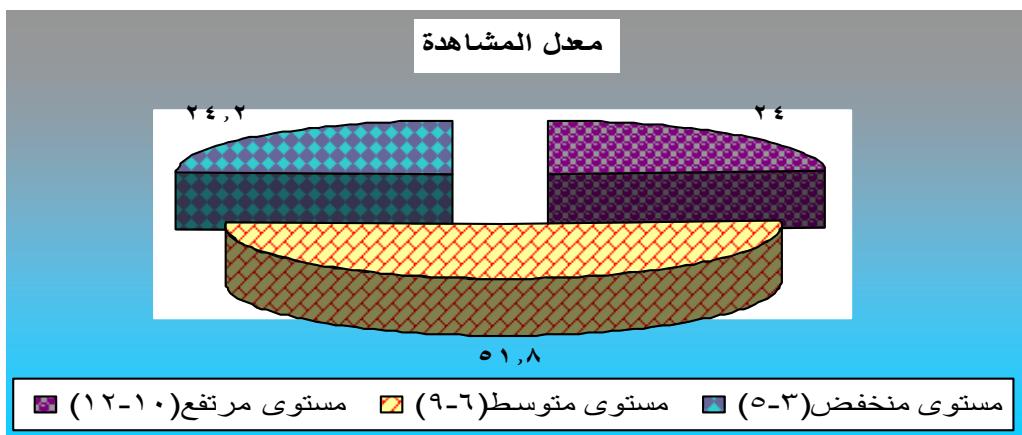
قيمة كا٢ = ٧,٥٣٣ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,١٣٦ مستوى المعنوية = ٠,٠٥٧ الدالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن متوسط ساعات مشاهدة الشباب الذكور والإإناث 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. وتتلننا هذه النتيجة على أن التليفزيون ما زال يحظى بنسبة مشاهدة عالية من قبل الجماهير وأنه الوسيلة الأكثر توفرًا ويسراً. وتفق 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 ٢١ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣ ، وجد أنها = ٧,٥٣٣ وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية = ٠,٠٥٧ ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥ ، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائيًا 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 والإإناث 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 (٣٤,٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (٦٦ 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 متقطعي التعرض للتلفزيون بنسبة (٤٦%), وتخالف مع دراسة نوال عبد الله (٢٠١٠)^(٢٠) التي توصلت إلى النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية بكثافة بنسبة (٤٨%), يليهم متوسطي المشاهدة بنسبة (٣٧,٦%)، ودراسة غادة ممدوح (٢٠١٢) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية بمعدل مرتفع بنسبة (٤٩,٢%)، يليها فئة متقطعي المشاهدة بنسبة (٤٠%).^(٢١)

٢. معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسية تتمثل في مدى مشاهدة، وعدد أيام، ومتوسط الاستخدام اليومي لشبكة، 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 وفقاً لنوع الجامعة ومدى استخدامهم لشبكة الإنترنت

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

قيمة كا٢ = ٣٩٤٠، درجة الحرية = ٢، معامل التوافق = ٠,٣١، مستوى المعنوية = ٠,٨٢١، الدالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن جميع عينة الدراسة من الذكور والإإناث يستخدمون شبكة الإنترنت، وتتوزع درجات استخدامهم لهذه الشبكة على النحو التالي: جاءت نسبة (٨٢,٨%) من الشباب الجامعي عينة الدراسة من يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل منتظم وهم من كانت إجاباتهم(دائماً) 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 منظم وهم من كانت إجاباتهم (أحياناً) ونسبتهم (٤٥٪) موزعة بين (١٥٪) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٣٥٪) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثالثة جاء من يستخدمونها بقدرة وهم من كانت إجاباتهم (نادراً) وكانت نسبتهم (٢٨٪) موزعة بين (٢٥٪) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٣٪) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحسب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ٣٩٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠٠٨٢١، أي أن مستوى المعنوية أكبر من ٠٠٥، 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 وفقاً لنوع الجامعة وعدد أيام استخدامهم لشبكة الإنترنت

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

قيمة كا٢ = ١٠٢٤، درجة الحرية = ٤، معامل التوافق = ٠٠٣٧، مستوى معنوية = ٠٠٥٨، الدالة = ٠٠٥

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن عدد أيام استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة من الذكور والإإناث 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 وبنسبة (٧٥,٥٪) للثانية، يليهم في المرتبة الثانية الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت من ٦-٤ أيام أي في المرتبة الثانية ونسبة (١٠,٥٪)، موزعة بين (٦٩٪) 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 ونسبة (٣٪)، موزعة بين (١٠٪) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٥٪) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات

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

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا٢ 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 أي أن مستوى المعنوية أصغر من ٠,٠٥، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في عدد أيام استخدامهم شبكة الإنترنط.

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

جدول رقم (١١)

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

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

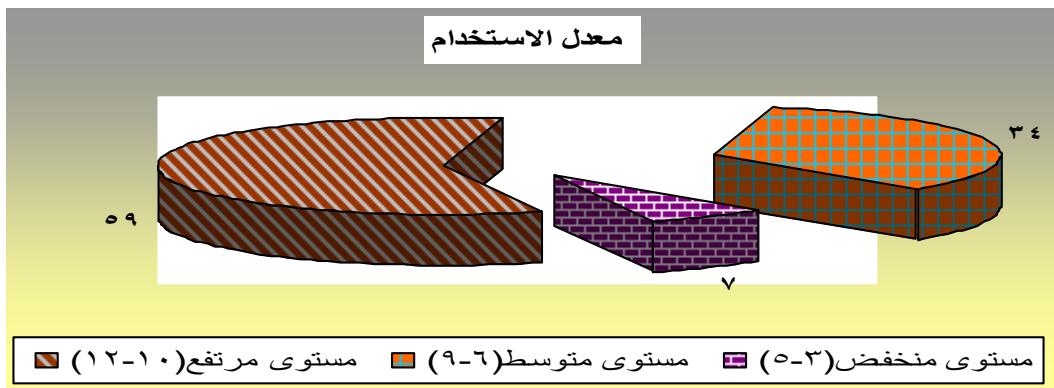
قيمة كا٢ = ٠,٧١٠ درجة الحرية = ٣ معامل التوافق = ٠,٤٢ مستوى المعنوية = ٠,٨٧١ الدلالة = غير دالة تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن متوسط عدد ساعات استخدام الشباب الذكور والإإناث عينة الدراسة لشبكة الإنترنط 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 (٣%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (٣,٥%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٣، وجد أنها = ٠,٧١٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = ٠,٨٧١، أي أن مستوى المعنوية

أكبر من ٥٠٠، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في متوسط ساعات استخدامهم اليومي لشبكة الإنترنت.

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

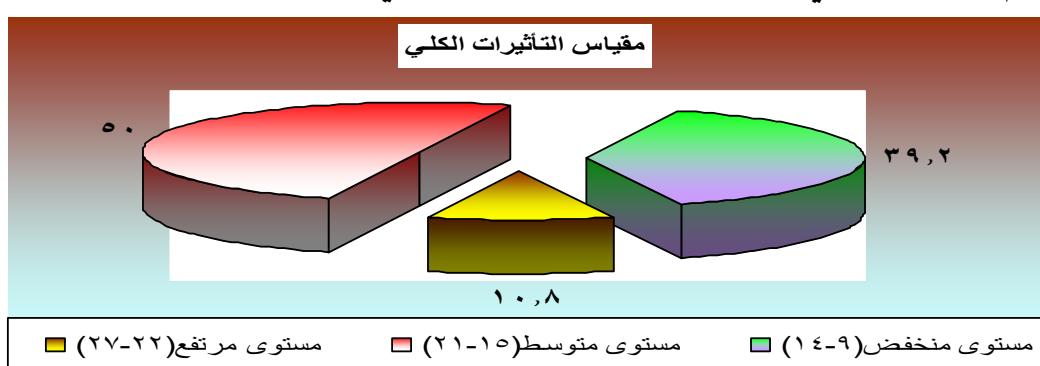


شكل رقم (٢)
مقياس معدل استخدام شبكة الإنترنت

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل استخدام الشباب عينة الدراسة من الذكور والإثاث 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 + الوجودانية + السلوكية) للتغطية الإعلامية لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية المصرية:



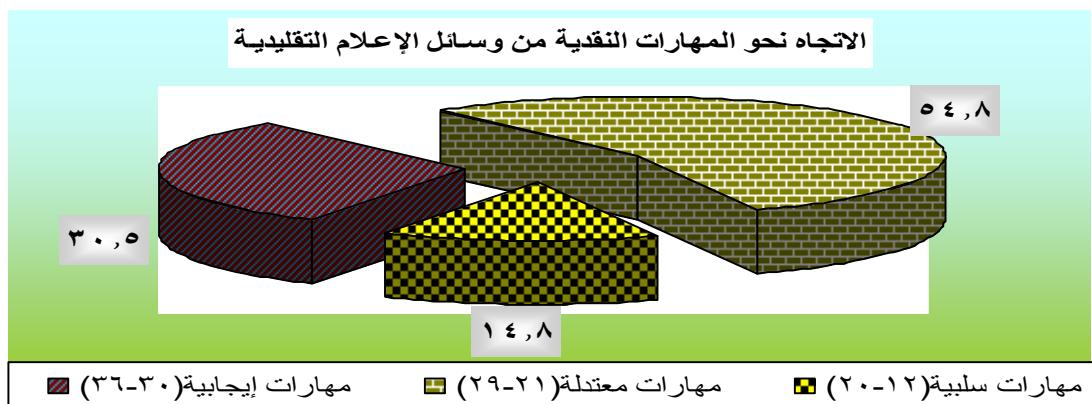
شكل رقم (٣)
مقياس تأثيرات التغطية الإعلامية الكلية بأبعاده الثلاثة

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 للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (٢٠٠ تكرارا) بنسبة (٥٥٪)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ المستوى المنخفض من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (١٥٧ تكرارا) بنسبة (٣٩,٢٪)، وفي المرتبة الثالثة جاء المستوى المرتفع من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (٤٣ تكرارا) بنسبة (١٠,٨٪).

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



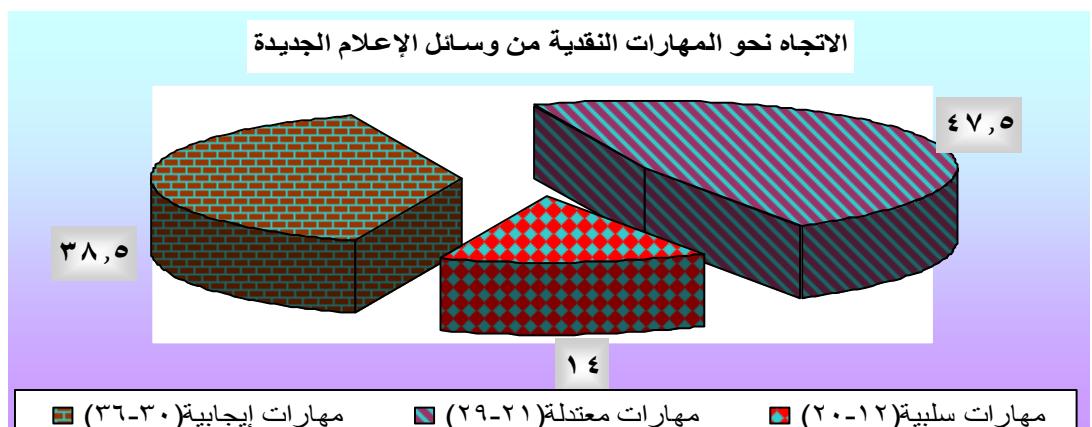
شكل رقم (٤)

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 (٤٤,٨ تكرارا) بنسبة (٥٤,٨٪)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ الاتجاه الإيجابي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (١٢٢ تكرارا) بنسبة (٣٠,٥٪)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتجاه السلبي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (٥٩ تكرارا) 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 %).

ثانياً: نتائج اختبارات الفرض:

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)	
٠,٠٥ دالة	٠,١١٣	كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية).
٠,٠١ دالة	٠,٣٢١	كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت).
٤٠٠		ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدم معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباط طردي موجب ودالة 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 أيضاً 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 كلية الفرض بأنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زاد ذلك من تمية 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 وحدوث تأثيرات معرفية وجاذبية 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 وحدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية

التأثيرات السلوكية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات المعرفية		التأثيرات	كثافة التعرض
الدالة	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون		
غير دالة	٠,٠٢٧	غير دالة	٠,٠٢٥	غير دالة	٠,٠٠٢	كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية(القنوات الفضائية).	
دالة	٠,٠٥	٠,٠٥ دالة	٠,١٥٣	غير دالة	٠,٠٠٦	كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة(الإنترنت).	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدم معامل ارتباط بيرسون عدم وجود علاقة ارتباط دال إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية(القنوات الفضائية) وحدوث تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية، وبذلك يتم رفض هذا الفرض كلياً، بينما وجدت علاقة ارتباط طريدي موجب بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة(الإنترنت) وحدوث 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 وحدوث 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 دالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لقياس 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 لقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً لنوع، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (١٤)

الفرق بين متوسطات درجات المهارات النقدية الناتجة عن تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً لنوع

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

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 تبعاً لنوع، أي أن عنصر النوع ليس له أي تأثير على تشكيل وتنمية المهارات النقدية سواء الناتجة من وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة، وبذلك نرفض الفرض كلياً حيث وجدت فروق ولكنها غير دالة إحصائياً بين فئات العينة تبعاً 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 تبعاً لنوع التعليم الجامعي، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (١٥)

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

الدالة	قيمة (ت)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	نوع التعليم	المهارات
٠,٠٥	٢,٣٠٣	١,٥٢٦٩٠	٦,٧٦٥٠	٢٠٠	حكومي	التفسير(التحليل)
		١,٧٦٤١٨	٦,٣٨٥٠	٢٠٠	خاص	
غير دالة	٠,٢٩٨	١,٧١٠١٥	٦,٩٠٠	٢٠٠	حكومي	التقييم
		١,٦٤٠٤١	٦,٨٥٠	٢٠٠	خاص	
غير دالة	٠,١٣٢	١,٤٠٤٥٨	٦,٩٥٥٠	٢٠٠	حكومي	إبداء الرأي
		١,٦٠٨٥١	٦,٩٧٥٠	٢٠٠	خاص	
غير دالة	٠,٨٩١	١,٩٩٤٩٦	٥,٢٥٥٠	٢٠٠	حكومي	الإبداع(الإنتاج الإعلامي التقليدي)
		١,٩٣٢٢٣	٥,٤٣٠٠	٢٠٠	خاص	
غير دالة	١,٥٥٦	٢,٠٤٤٦٧	٦,٢٣٥٠	٢٠٠	حكومي	الإبداع(الإنتاج الإعلامي الجديد)
		٢,٠٠٤٣٩	٦,٥٥٠	٢٠٠	خاص	

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

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 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 تحليلاً وتفسيراً لما تعرضه وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد عن أصحاب التعليم الخاص، في حين أظهر اختبار(ت) وجود فروق ولكنها غير دالة إحصائياً في باقي المهارات النقدية، وبذلك نقبل الفرض جزئياً بوجود فروق دالة إحصائياً 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 مضمرين 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 لقنوات 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 (٤٨,٥%).
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 (٧,٥%).
٦. كشف اختبار بيرسون عن وجود علاقة ارتباط طردي موجب دال 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) وحدوث تأثيرات معرفية أو وجاذبية أو سلوكية، وبذلك يتم رفض هذا الفرض كلياً، بينما وجدت علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة(الإنترنت) وحدوث تأثيرات وجاذبية 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 لمقاييس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للنوع، أي أن عنصر النوع ليس له أي تأثير على تشكيل وتنمية 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 لمقاييس 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:

- ^١Picazo-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.
- ^٢HEALEY, 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).
- ^٣سميرة شيخاني. الإعلام الجديد في عصر المعلومات. **مجلة جامعة دمشق**، المجلد ٢٦ ، العدد الأول + الثاني.(سوريا: جامعة دمشق، ٢٠١٠). ص ٤٣٥ - ٤٨٠ .
- ^٤Abdel 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.
- ^٥Kanakara, 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).
- ^٦إيناس 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/يونيو.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٣). ص ١٣٩ - ١٨٩ .
- ^٧إيمان محمد حسني عبد الله. المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصري كمكون لإعلامه الخاص: دراسة في ضوء مدخل الإدراك فوق المعرفي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد ٤، إبريل/يونيو.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢). ص ١-١٥ .
- ^٨السيد محمد أبو شعیش. "دور برامج المشاركه الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير". رسالة ماجستير غير منشورة.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٢).
- ^٩سناء عبد الرحمن. التفاعليه في الصحافة الإلكترونيه العربيه ودورها في التعبير عن الرأي دراسة لمضمون وجمهور منتدى "العربيه نت". بحث ورد في: المؤتمر العالمي الدولى الخامس عشر بعنوان: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات في الفترة من ٩-٧ يوليو.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثاني، ٢٠٠٩). ص ١٣٠ - ١٠٧ .
- ^{١٠}سيد بخيت. أدوار مستخدمي الواقع الإلكتروني في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل. **المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٩، العدد ٣، يناير/يونيو.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩). ص ٦٥ - ٦٠ .
- ^{١١}Almjeld, 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).
- ^{١٢}حسني محمد نصر. المدونات الإلكترونيه ودعم التعبير عن التعديه في العالم العربي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد ٨، العدد ٣، يوليو/سبتمبر.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧). ص ٤٦ - ١ .
- ^{١٣}للمزيد من الاطلاع انظر:
- دراسات المؤتمر العلمي الأول بعنوان: مستقبل الإعلام العربي بعد الثورات في الفترة من ٩-٧ مارس. (جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، ٢٠١٢).
- ودراسات المؤتمر الدولي بعنوان: الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة.. عالم جديد في الفترة من ٩-٧ إبريل. (ملكة البحرين: جامعة البحرين، قسم الإعلام والسياحة والفنون، ٢٠٠٩).
- ^{١٤}نوال عبدالله على الحزورة. "التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقتها بإدراك الجمهور اليمني لأدوار المرأة في المجتمع". رسالة ماجستير غير منشورة.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٠). ص ٢٥٥ .
- ^{١٥}وجدي حلمي عبد الظاهر(٢٠٠٩). "معالجة الدراما العربية التي يعرضها التليفزيون المصري لقضايا الفساد في المجتمع وعلاقتها بإدراك الجمهور واتجاهاته نحوها". رسالة دكتوراه غير منشورة.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون). ص ٣١٠ .
- ^{١٦}جيحان أحمد فؤاد(٢٠٠٧). "العلاقة بين صورة رجال وسيدات الأعمال في الدراما التليفزيونية وإدراك الجمهور لواقعهم الاجتماعي". رسالة دكتوراه غير منشورة.(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون). ص ٣٣٣ - ٣٣٤ .
- ^{١٧}مصطفى 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). ص ١٣٨ .
- ^{١٨}نوال عبدالله على الحزورة(٢٠١٠). مرجع سابق. ص ٢٠٦ .
- ^{١٩}وجدي حلمي عبد الظاهر(٢٠٠٩). مرجع سابق. ص ٣١٥ .

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

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