سلوكيات الشباب وعلاقاتها بالممارسات التفاعلية للإعلام الجديد

بسمة علي يحيى الحسيني

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

د/ نهلة زيدان الحوارني

مدرس العلاقات العامة بقسم الإعلام جامعة المنصورة

نبذة

شهدت شبكة الانترنت نموا ملحوظا في اوائل عقد التسعينيات من القرن الماضي وتطورت شبكة الويب العالميه ، وأدى هذا التطور الهائل الذي صاحب دخول العالم في حقبة الاتصال الرقمي الى تشكيل بيئه اتصاليه واعلاميه جديده ، لها خصائص مغايره لما كان متعارف عليه من قبل .

الدراسات السابقة :-

• المحور الأول :-الدراسات التي اهتمت بتناول الإعلام الجديد وأدواره .

• المحور الثاني :- الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام الجديد بالشباب .

مشكله الدراسة : -

التعرف علي أهمية وطبيعة الدور الذي تلعبه الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب المصري نحو القضايا المختلفة.

أهميه الدراسة :-

1-أهمية دراسة الاعلام الجديدة كوسيلة اتصال تكنولوجية حديثة بين فئات الشباب المصري .

أهداف الدراسة : -

1-معرفة تأثير هذا التعرض للشباب لوسائل الإعلام البديل على سلوكيات و أخلاقيات الشباب المصري .

تساؤلات الدراسة :-

1- ما تأثير هذه الوسائل الاعلام الجديدة على سلوكيات وأخلاقيات الشباب ؟

 فروض الدراسة :-

1-توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين اعتماد الشباب علي وسائل الإعلام الجديد وبين تأثير هذه الوسائل علي سلوكياته.

الإطار النظري للدراسة : نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

 الإجراءات المنهجية للدراسة :-

 نوع الدراسة : دراسة وصفية .

 منهج الدراسة : منهج المسح الإعلامي .

 مجتمع الدراسة والعينة : الشباب المصري - أربع محافظات (القاهرة – الأسكندرية – الدقهلية – بني سريف).

 أداة جمع البيانات:ــ أداة الإستبيان .

نتائج الدراسة :-

1- درجة تأثر سلوكيات أفراد العينة أثناء استخدامهم مواقع الإنترنت التفاعلية ، حيث جاء (الاعلام الجديد له تأثير كبير علي ردود أفعالي كأثناء متابعتي للأخبار أو التواصل مع الاصدقاء) في المرتبة الأولى .

2- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصــائية بين اعتماد الشباب علي وسائل الإعلام الجديد وبين تأثير هذه الوسائل علي سلوكياته

Youth behaviours and their relationship to interactivity in the new media

Early 1990s and developed the World Wide Web. This tremendous development, which brought the world into the era of digital communication, has created a new media and communication environment with different characteristics than previously recognized.

Previous studies:-

• The first axis: - Studies that dealt with dealing with the new media and its roles.

• The second axis: - Studies that dealt with the relationship of new media to youth

Problem of the study: -

Recognize the importance and nature of the role played by the interactive practices of the new media in shaping the attitudes and behaviors of Egyptian youth towards different issues.

The importance of studying :-

1 - The importance of studying the new media as a means of modern technological communication between the Egyptian youth groups.

Objectives of the study: -

1 - To know the impact of this exposure to youth for alternative media on the behavior and ethics of Egyptian youth.

Study questions: -

1. What is the impact of these new media on the behaviors and ethics of young people?

Study hypotheses:

1-There is a significant correlation between the dependence of young people on the new media and the impact of these methods on their behavior.

2-The theoretical framework of the study: the theory of dependence on the media

Methodological procedures for the study:

Type of study: descriptive study

Method of study: the methodology of the media survey.

Study and sample population: Egyptian youth - four governorates (Cairo - Alexandria - Dakahlia - Bani Siwef).

Data collection tool: questionnaire tool.

Results:-

1 - The degree of impact on the behavior of the sample members while using the interactive Internet sites, where (new media has a great impact on the reactions of my actions during the follow-up news or contact with friends) in the first place.

2 - Proved the validity of the hypothesis that there is a correlation relationship of statistical significance between the adoption of youth on the new media and the impact of these methods on the behavior.

مقدمة

شهدت شبكة الانترنت نموا ملحوظا في اوائل عقد التسعينيات من القرن الماضي وتطورت شبكة الويب العالميه ، و شكل الاعلام البديل جزءآ من هذا النمو و التطور ، وهو المصطلح الذي يشير الى الجيل الثاني من الخدمات المقدمه عبر شبكة الانترنت مثل : مواقع التواصل الاجتماعي ، والتدوين ، ومواقع نشر الصور والفيديو ، الامر الذي ادى الى اعادة تشكيل مسار العمليه الاتصاليه باشراك المستخدم كجزء منها وقد اعطى ذلك التطور دفعه جديده لجميع وسائل الاعلام بأشكالها كافه ، حيث جعلت خصائص التفاعليه الفوريه و المساحه غير المحدوده التي اتاحتها الانترنت من هذه الشبكه وسيله مثلى للنشر الالكتروني وصناعة وانتاج المعلومات وتداولها ، فضلا عن الكلفه المنخفضه وسهولة النفاذ عبر الحدود الجغرافيه ، وامكانية توظيف عناصر الوسائط المتعدده في الوسيله الاعلاميه كعناصر جاذبه للنشر الالكتروني .

والتطور الذي حدث في علم الاتصال أدى إلى إنتاج إشكاليات جديدة لا يمكن حلها إلا بالرجوع إلى مقاربة جامعة وشاملة تأخذ بعين الاعتبار تعقد العناصر الفاعلة في عملية التواصل ووضعها الديناميكي ومن هذا المنطق نجد أن العولمة فرضت نفسها بعد انتهاء الحرب الباردة , وأفرزت نظاما عالميا يعتمد على اإلنتاج العالمي الدولي الذي كان من مميزات الثورة الاتصالية التي رافقتها حركة اجتماعية دولية, وأصبحت تستخدم بموجبها أشكالا جديدة من وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال المرئية, خلقت نوع من التلقي الأُممي , والتي بدورها أدت الى التعاظم المتسارع والمستمر في قدرة وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية بين المجتمعات بفضل ماتوفره التكنولوجيا الحديثة.

وأدى هذا التطور الهائل الذي صاحب دخول العالم في حقبة الاتصال الرقمي الى تشكيل بيئه اتصاليه واعلاميه جديده ، لها خصائص مغايره لما كان متعارف عليه من قبل ، فاتجه الاتصال الى التفتيت او ما يعرف بالاجماهيريه Demassification مع نشاة العديد من الوسائل الاتصاليه المختلفه ،والتي تمكن الفرد من اختيار المضمون الاعلامي الذي يريده وفي الوقت الذي يناسبه ،و اتاحت التكنولوجيا الرقميه امكانية التزاوج والاندماج convergence بين وسائل الاتصال المختلفه ، فظهرت اشكال اعلاميه واتصاليه تجمع مابين اكثر من وسيله قديمه ، وذلك بالضافه الى مزايا اخرى عديده مثل : القدره على نقل البيانات بصورها المختلفه بجوده فائقه وسرعه هائله .

وفي هذا السياق نجح الاعلام البديل في جمع كل التناقضات في مكان واحد وتعضيد مكانته عبر ادواته الاستثنائيه Extraordinary Tools التي مكنت الجمهور من التماس وانتاج المعلومات وتداولها ، وعلاوه على المشاركه المباشره في صنع السياسه العامه ، وهذا ما دفع بعديد من المنظمات والافراد بمختلف انتمائتها وتوجهاتها الى تبني هذا البديل الجديد من وسائل الاتصال في عملية نشر المعلومات وتداولها في المجالات السياسيه والاقتصاديه والاجتماعيه كافه ،واصبح المستخدم له حرية الإختيار في الوصول الى كل ماهو متاح من معلومات والحصول عليها وتداولها عبر وسائل الاعلام البديل المختلفه .

الدراسات السابقة

بعد الإطلاع علي العديد من الدراسات السابقة للإستفادة بما تتناوله من موضوعات وما توصلت إليه من نتائج في إجراء هذه الدراسة ، ومن الدراسات التي تم الرجوع إليها ما اهتمت بالإعلام الجديد وأدواره ومميزاته وأشكاله ، ومنها ما بتأثير الإعلام الجديد علي سلوك الشباب، وبناءاً علي ذلك تم تقسيم محاور الدراسة إلي محوررين هما:-

المحور الأول :-الدراسات التي اهتمت بتناول الإعلام الجديد وأدواره

المحور الثاني :- الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام الجديد بالشباب

المحور الأول :- الدراسات التي اهتمت بتناول الإعلام الجديد وأدواره

1 -دراسة إيمان صابر صادق بعنوان "استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري ”الفيس بوك نموذجًا" (2017)(1)

سعت الدراسة الراهنة للكشف عن عادات استخدام الفيس بوك في مصر من قبل ”الشباب الجامعى المصرى، فضلاَ عن طبيعة المضامين المنشورة على صفحات الشخصيات العامة ”الفنية والدينية”، والمنظمات الحكومية والخاصة، ومنظمات المجتمع المدنى، وبعض الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية، فضلاً عن المجموعات المغلقة ، واعتمدت الدراسة على منهج الوصف والتحليل، وأسلوب المسح بالعينة في كل من الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية ،وقامت الباحثة بتطبيق ست مجموعات نقاشية على (54) مفردة من الشباب الجامعي المصري في الفئة العمرية من (18-24 عامًا).

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها :-

تنوعت الموضوعات المنشورة بصفحات التحليل كل على حسب الاهتمام وتخصص الصفحة؛ فأغلب الموضوعات المنشورة على صفحة مصطفى حسني كانت دينية، أما صفحة الفنان محمد صبحي فغلب عليها الموضوعات الفنية ، في حين اهتمت صفحات المجتمع المدني بالترويج لأنشطتها بهدف حشد متبرعين للمرضى والتوعية بالأمراض المختلفة، أما صفحات المؤسسات الإعلامية فقد تنوعت موضوعاتها ما بين السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتكنولوجية، والصحية، وجاءت صفحات المنظمات الحكومية لترصد دور المؤسسات الحكومية وجهودها في المجالات المختلفة سياسية وتعليمية.

أما صفحة اتصالات مصر فقد اهتمت بالتسويق من خلال الإعلام بعروض وباقات اتصالات، فيما اهتمت القائمات على مجموعة كلام نواعم بالفيس بوك بالرد على استفسارات أعضاء المجموعة حول الموضوعات المختلفة.

أوضحت نتائج الدراسة أن معظم المواد التى تم نشرها بصفحات التحليل لم يكن بها تحديد للنطاق الجغرافي باستثناء صفحات المؤسسات الإعلامية ، حيث اتسمت بتنوع النطاق الجغرافى، كما تنوعت الشخصيات الفاعلة في صفحات المؤسسات الإعلامية، وصفحات المنظمات الحكومية، بينما غلبت الشخصيات الفاعلة الدينية بصفحة مصطفى حسني، والشخصيات الفنية الفاعلة بصفحة الفنان محمد صبحى، بينما لم يتم تحديد الشخصيات الفاعلة في أغلب المواد المنشورة بصفحات المجتمع المدني ومجموعة كلام نواعم.

2-دراسة زينب مصطفى عبدالفتاح بعنوان " تأثير تعرض الجمهور المصرى للإعلام الجديد على قارئية المجلات المطبوعة - دراسة ميدانية" (2017)(2)

سعت هذه الدراسة لتوضح مدى تأثير استخدام الجمهور المصرى للوسائل الإعلامية الإلكترونيه الحديثة على قارئية المجلات المطبوعة, حيث تم تطبيق هذه الدراسة على عينة مختارة من الجمهور المصرى. تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية والتــعرف على أسباب ودوافع التعرض وعلاقتها بنوع الوسيلة التى يفضل الجمهور التعرض لها سواء وسيلة إلكترونية أو مجلات مطبوعة وتأثير ذلك على واقعية المضمون المقدم لهم ومحاولة التوصل إلى مؤشرات جديدة لزيادة قارئية المجلات المصرية المطبوعة وزيادة إقبال الجمهور المصرى عليها واعتمدت على منهج المسح الإعلامي من خلال مسح عينه من الجمهور المصرى باستخدام استمارة الإستبيان تبلغ (400مبحوثا بواقع 200من الذكور و200من الإناث)

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها :-

هناك فروق معنودية ذات دلالة احصائية بين تعرض الشباب المصرى لمواقع التواصل الإجتماعى وترتيب أولويات القضايا المجتمعية لديهم.

كما أثبتت نتائج الدراسة قدرة وسائل الإعلام الحديثة فى التأثير على اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم،وزيادة معدل تعرض الشباب المصرى للمواقع الإخبارية الأجنبية باللغة العربية للحصول علي الأخبار والمعلومات عن الأحداث الجارية.

3-دراسة شيماء منتصر نبيه محمد بعنوان " تقويم دور وسائل الإعلام الجديد لتطوير إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الدقهلية" (2016)(3)

 سعت هذه الدراسة لمعرفة دور وسائل الإعلام الجديد المستخدمة في الأندية الرياضية وأهداف وسائل الإعلام الجديد في الأندية الرياضية ومعرفة أنشطه إدارة العلاقات العامة في الأندية الرياضية وأهمية إدارة العلاقات العامة للأعضاء في الأندية الرياضية و تأثير وسائل الإعلام الجديد على أنشطة العلاقات العامة في الأندية الرياضية ، تم اختيار عينه البحث بالطريقة العمديه علي عينة قوامها(148) يمثلون (7) أنديه بمحافظة الدقهلية ( أعضاء مجلس الإدارة - مدراء الأندية الرياضية - ومدير وأخصائي العلاقات العامة - المستفيدين من خدمات الأندية الرياضية, وقد تم تقسيمهم إلى 30 فردا لإجراء الدراسة الاستطلاعية, و118 فردا لإجراء الدراسة الأساسية, وكانت الأدوات المستخدمة في جمع البيانات هي الاستبيان

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها :-

اتفقت عينه البحث على استخدام وسائل الإعلام التالية حسب الأهمية: (البريد الإلكتروني، المواقع الإلكترونية، الإنترنت، الوبيل إنترنت، الهاتف الذكي ومواقع التواصل الاجتماعي) بشكل استخدام مرتفع ووسائل الإعلام الجديد (المجلة الدورية، التليفزيون والفيديو والصحف الإلكترونية) بشكل استخدام متوسط.

وحول ترتيب وسائل الإعلام الجديد وعلى الرغم من ذلك لا يتم تفعيل كافه إمكانيات هذه الوسائل في عمليه الاتصال ويرجع ذلك إلى عدم حرص الإدارة على دعم نظم الإتصال وتحقق الاستفادة الكاملة من وسائل التقنية الحديثة، واستخدام تلك الوسائل كوسيلة تكمليه أو شكليه للوسائل التقليدية.

كما أوضحت نتائج الدراسة عدم تحقق وسائل الاعلام الحديثة الشعور بالأمن الوظيفي ورفع الروح المعنوية لدى العاملين،إغفال أهمية توافر برامج تدريبية خاصة بالعلاقات العامة وأنشطتها داخل الأندية الرياضية.

4- دراسة Wail Ismail Abdel Barryبعنوان "الواقع الاجتماعي للإعلام الجديد وقضايا الحقبة الرقمية"(2009) (4).

استهدفت هذه الدراسة على التعرف على القضايا الجديدة التي تثيرها عمليات استخدام الفضائيات الإعلامية الجديدة (اليوتيوب , فيسبوك , تويتر , ماى سبيس) مثل قضايا :-تجزئة الجمهور و تعددية المحتوى الإعلامي الرقمي , الفضاء العام وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وقد أجريت على عينة الجمهور الرقمي بلغت (200) مفردة.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:-

توجد علاقة سببية للاعتماد المتبادل بين الجمهور عبر الانترنت ومستوى المضمون المتاح

توجد علاقة متبادلة ثراء وجود محتوى الرسالة من جهة وفائدتها من جهة ثانية

تثير نتائج الدراسة بعض القضايا مثل ( تجزئة الجمهور - تعددية المحتوى الإعلامي الرقمي من حيث تعبيره عن الواقع الاجتماعي )

المحور الثاني :- الدراسات التي تناولت علاقة الإعلام الجديد بالشباب

1- دراسة صفا محمد إبراهيم بعنوان " استخدام الشباب للتليفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها :دراسة مقارنة " (2016)(5)

سعت هذه الدراسة لمعرفة مدي انعكاس استخدامات الشباب لكل نوع من وسائل الإعلام الجديدية والتقليدية وما تحققه كل وسيلة من إشباعات ، واعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية (المجال العام - ومدخل الاستخدامات والاشباعات) ،وتم استخدام منهج المسح على الجمهور عن طريق صحيفة استبيان، تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 من الشباب المصرى (من 18– 35 سنة) من الدارسين في جامعة القاهرة، والأزهر، والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، والجامعة الأمريكية، بالمرحلة الجامعية من الذكور والإناث بمختلف التخصصات النظرية والعملية، ومن العاملين بعدد من القطاعات: قطاع البنوك، والعاملين بقطاع الإعلانات والعاملين بمستشفى سرطان الأطفال 57357.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها :-

ما زال التليفزيون يحتل مكانة هامة للشباب بصفة يومية، وأنهم لم يلغوه من حياتهم، بل قل اعتمادهم عليه،الشباب في مرحلة العمل أعلى مشاهدة للتليفزيون بالمقارنة بالشباب في مرحلة الدراسة، جاءت الإشباعات المتحققة من مشاهدة التليفزيون متوسطة، ويرى الشباب أن التليفزيون الحكومى لا توجد لديه حرية في التعبير عن قضايا الشباب في مصر، والتليفزيون الخاص لديه حرية منقوصة.

عدم وجود أي من العينة لا يستخدم وسائل الإعلام الجديدة مما يدل على أهميتها ومكانتها المرتفعة بين الشباب، حيث جاءت معدلات إستخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة مرتفعة حيث كانت يومياً بنسبة 79,8%، مواقع التواصل الاجتماعى كانت أكثر وسائل الإعلام الجديدة التي يفضلها الشباب، ثقة الشباب في وسائل الإعلام الجديدة متوسطة رغم كثافة استخدامهم لها، دوافع الشباب لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة مرتفعة بنسبة 50,3%، إشباعات الإعلام الجديد تتسم بمستوى مرتفع بنسبة 49,3%.

2- دراسة عبد الكريم صالح باحاج بعنوان " استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي"(2013) (6)

سعت هذه الدراسة إلي التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي والكشف عن طبيعة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وتنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح وذلك من خلال استمارة استقصاء كأداة لجمع بيانات دراسة ميدانة من الشباب العربي في عشر دول عربية قوامها 230 مبحوث حيث قام بالتطبيق في كل من السعودية على عدد 84 مفردة وفى مصر على عدد 70 مفردة وفى اليمن على عدد 48 مفردة أما باقي مفردات العينة من الدول العربية السبع الأخرى التي يبلغ عددها 28 مفردة من خلال إجراء مقالات ميدانية معهم في معهد الدراسات العربية ، مكتبة الآداب بجامعة القاهرة.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:-

أشارت النتائج إلي أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت ف مقدمة المواقع التي يستخدمها الشباب العربي عينة الدراسة حيث أظهرت إجابات المبحوثين احتلال موقع اليوتيوب على أعلى نسب الاستخدام بمعدل بلغ 83,9% يليها موقع فيسبوك وماي سبيس بنسبة بلغت 75,2 %وفى الترتيب الثالث جاء موقع تويتر بنسبة 60,4 %.

احتلال المواقع الإخبارية مقدمة المواقع التي يرتادها المبحوثين عينة الدراسة بنسبة بلغت 52,6% يليها بفارق نسبى المواقع الرياضية 30,4%

أكثر من نصف عينة الدراسة من الشباب العربي يستخدمون الانترنت منذ 6سنوات حيث أجاب بذلك 53% من أفراد العينة و 25,2% من أفراد العينة يستخدمون الانترنت من ثلاث سنوات إلى أقل من 6 سنوات

3- دراسة عبد الصادق حسن "بعنوان تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية" (2013)(7)

سعت هذه الدراسة التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي البحريني لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية والتعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على حدود تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح من خلال استمارة استبيان لجمع البيانات وأجريت على عينة قوامها (352) مفردة من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة د لمون في مملكة البحرين من الذكور والإناث خلال الفترة من 1/6/2011 إلى 31/7/2011 .

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:-

وجود فروق ذات دالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة طبقا للمتغيرات الديموغرافية المختلفة في دوافع تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت .

وجود علاقة إرتباطية ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع تعرضهم لهذه المواقع

وجود علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية

4- دراسة McKinney, Bruce C & et al بعنوان " استخدام الشباب الجامعي لموقعي فيسبوك وتويتر من حيث النرجسية" (2012)(8)

سعت هذه الدراسة إلي الكشف عن استخدام الشباب الجامعي لموقعي فيسبوك وتويتر من حيث النرجسية ( التكلف في الحديث مع الآخرين أو الانفتاح على العالم الخارجي ) وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (233) من طلاب جامعتي Northeastern Univeristy و Southern Univiresty بالولايات المتحدة الأمريكية ( 144 من الإناث بنسبة 62% و 89 من الذكور بنسبة 38%).

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:-

يتعلق اتجاه الشباب الجامعي ايجابيا نحو الانفتاح مع تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد مرات استخدام فيسبوك وتويتر،كما يتعلق اتجاه الشباب الجامعي ايجابيا نحو التكلف مع تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد أصدقائهم في موقعي فيسبوك وتويتر وعدد التغريدات Tweets التي يقومون بإرسالها إلي الآخرين .

لا توجد علاقة بين تبادل الشباب الجامعي المتكلف "النرجسي " مع الآخرين وعدد مرات استخدام موقعي فيسبوك وتويتر

التعليق العام على الدراسـات السابقـة

هناك بعض النقاط التي تم ملاحظتها أثناء مراجعة الدراسات السابقه الخاصه بدراسة وسائل الاعلام الجديدة وعلاقتها بالشباب، ويمكن إدراج هذه النقاط فيما يلي:

هناك شبه إجماع يمكن ملاحظته من خلال الإطلاع على نتائج الدراسات السابقه حول دور الوسائل الاعلام الجديدة في تحفيز مستخدميها على المشاركه والتعبير عن أرائهم بحريه في الموضوعات المطروحه على الساحه السياسيه والمجتمعيه بشكل عام .

أشارت أغلب الدراسات إلى أن شبكة الإنترنت تعد أداه للتواصل الإجتماعي

تركيز معظم الدراسات على وسائل الإعلام الجديدة في فئة الإعلام الإجتماعي مثل شبكات التواصل والمدونات ن بالرغم من وجود وسائل بديله إلكترونيه أخرى مثل : الصحف الإلكترونيه التي يحررها المواطنون بأنفسهم ، والإذاعات المجتمعيه التي يتم بثها عبر الإنترنت ، و ربما يكون السبب في ذلك الإمكانيات التفاعليه الهائله التي تتيحها شبكات التواصل الإجتمعاعي وما لعبته من دور فعال في قيام إحتجاجات و إنتفاضات على مستوى العالم.

أوجه الاستفاده من الدراسات السابقة

ساهمت الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية لهذه الدراسة من خلال الإطلاع علي أهمية وطبيعة الدور الذي تلعبه الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب المصري نحو القضايا المختلفة ومن هنا كان لابد من دراسة هذه الظاهرة وهي الإعلام الجديد والتعرف علي قدرتها التأثيرية في الشباب ، وإلي أي مدي تؤثر أدوات الاعلام الجديد في الشباب.

أمكن الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد النظرية التي اعتمدت عليها الدراسة ، وتحديد نوع العينة المناسبة للدراسة ،والاستعانة بنتائج الدراسات السابقة في تحديد طبيعة بعض الأسئلة في صحيفة الاستقصاء ومحاولة تحري الأسئلة والاتجاهات التي لم تغطيها الدراسات السابقة .

واستفادت الباحثة من أدبيات البحث العلمي في تصميم استمارة الإستبيان، وكذلك تحديد نوع العينة وحجمها.

مكنت الباحثة من تحديد فروض الدراسة ،كما ساعدت أيضا في اختيار أدوات جمع البيانات الملائمة للدراسة.

مشكله الدراسة

من أبرز ما شهده العالم أخيرا من تطور علمي وتكنولوجي ما يسمى الاعلام الجديد ونظرا لما يتضمنه من وسائل لها مميزات كثيرة أدى ذلك إلى اتجاه معظم الشعوب إليها وبصفة خاصة فئة الشباب وهم أكثر الفئات استخداماً لهذه لوسائل الإعلام الجديد والتفاعل معها ، كما هناك علاقه بين إستخدام الشباب لوسائل الاعلام الجديد وما يتضمنه من تطبيقات مختلفه وتأثير ذلك على تشكيل أراءهم و إتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعيه والأحداث السياسيه و الإجتماعيه .

وبناءا على ما سبق تتحدد مشكلة البحث في :-

التعرف علي أهمية وطبيعة الدور الذي تلعبه الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب المصري نحو القضايا المختلفة.

أهميه الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من :-

1- أهمية دراسة الاعلام الجديدة كوسيلة اتصال تكنولوجية حديثة بين فئات الشباب المصري وذلك لما تتميز به هذه المواقع من سمات ومميزات تجعل فئة الشباب تقبل عليها وأكثر استخداما لها.

2 - دراسة أخلاقيات الإعلام ودورها في تحديد وظائف وسائل الإعلام في المجتمع ومدى الإلتزام بها في الممارسات الإعلاميه للإعلام البديل .

3- أهمية الشريحة العمرية (الشباب ) التي يتم التطبيق عليها والتي تمثل الشريحة الرئيسية في المجتمع المصري.

4 - الإهتمام بدراسة العوامل التي تجذب الشباب لإستخدام هذه الوسائل و التركيز على أكثر من وسيله للإعلام البديل وليس وسيله واحده .

5- ترصد هذه الدراسة ثأثير الاعلام الجديد على الشباب المصري سواء من الناحية السلبية أو الايجابية علي سلوكياتهم

أهداف الدراسة

1- التعرف على معدلات تعرض الشباب المصري لمواقع الإعلام الجديد على الإنترنت و مواقع التواصل الإجتماعي.

2- معرفة خصائص الشباب الذي يتعرض لوسائل الإعلام على الإنترنت مثل : النوع ، و المستوى الإقتصادي و الإجتماعي ، و إتجاهات و إنتمائات هذا الشباب

3- معرفة تأثير هذا التعرض للشباب لوسائل الإعلام البديل على سلوكيات و أخلاقيات الشباب المصري و أيضا تأثيرها على أرائهم و إتجاهاتهم حول القضايا و الأحداث الجاريه .

4- دراسة الممارسات الإعلاميه لوسائل الإعلام البديل ومساحة الحريه المتاحه لهذه الوسائل و مدى إلتزامها بأخلاقيات الإعلام.

5- رصد بعض المؤشرات التي تلقي الضوء على إمكانيات وقدرات هذه الوسائل الجديده في معالجتها للقضايا المختلفة و تشكيل اراء ومواقف و إنتمائات الشباب نحو هذه القضايا .

تساؤلات الدراسة

في ضوء الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلي تحقيقها يمكن تحديد التساؤلات التي تسعي الدراسة الراهنة الإجابة عليها كما تسعي هذه الدراسة إلي الإجابة على السؤال الرئيسي التالي :-

ماهي معدلات تعرض الشباب عينة الدراسة لمواقع الإعلام الجديدة على الإنترنت (التطبيقات الإعلامية على الفيس بوك ،موقع تويتر، المدونات) ؟

ما تأثير هذه الوسائل الاعلام الجديدة على سلوكيات وأخلاقيات الشباب ؟

ما طبيعة دوافع تعرض الشباب عينة الدراسة لمواقع الإعلام الجديدة على الإنترنت (دوافع ترفيهية واجتماعية في مقابل دوافع معرفيه وإعلامية ) ؟

ما حدود التفاعلية الاتصالية للشباب الجامعي على المواقع المستخدمة ، وما أشكال هذه الأنماط التفاعلية ؟

ما معدل استخدام الشباب الجامعي للإنترنت بمواقعه المختلفة ؟

ما حجم الرقابة على هذه الوسائل ؟

فروض الدراسة :

1- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرات الديموغرافية ( النوع– محل الإقامة – المستوى الاجتماعي والاقتصادي ) المختلفة للشباب ومعدل استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة .

2- هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديدة وأسباب استخدامهم لهذه الوسائل.

3- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين اعتماد الشباب علي وسائل الإعلام الجديد وبين تأثير هذه الوسائل علي سلوكياته.

4- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين اعتماد الشباب علي وسائل الإعلام الجديدة واتجاهتهم نحو هذه الوسائل .

الإطار النظري للدراسة :

يرتكز الإطار النظري لهذه الدراسة علي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تبرهن هذه النظرية على زيادة احتمالية أو إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية نطاقاً واسعاً من التأثيرات المعرفية والسلوكية والعاطفية والوجدانية التي تتوقف علي مقدار ما توفره النظم الإعلامية من خدمات معلوماتية متميزة وأساسية وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استيفاء المعلومات عن الأحداث الجارية فالعلاقة الرئيسية التي تحكم هذه النظرية هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وتستخدم هذه النظرية في الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثار قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستفاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي المحيط بهم(10) .

الإجراءات المنهجية للدراسة :-

في ضوء مشكلة البحث وفروض الدراسة وتساؤلاتها تم تحديد مجتمع الدراسة واختيار أنسب أنواع العينات تمثيلا لهذا المجتمع , وكذلك اختيار نوع المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة , القيام بإجراءات المعالجات الإحصائية اللازمة للخروج بنتائج المسح الميداني .

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وهي " تأثير الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد علي سلوكيات الشباب المصري " .

منهج الدراسة :

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح على عينة من الشباب المصري ومستخدمي وسائل الاعلام الجديد.

مجتمع الدراسة والعينة :

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الشباب المصري في المرحلة العمرية ما بين (18) سنة إلي (25) سنة من الذكور والإناث ، أجرت الباحثة الدراسة على عينة من الشباب المصري قوامها (400) مفردة موزعة على أربع محافظات في جمهورية مصر العربية تمثل الأولي القاهرة (العاصمة) والثانية تمثل الدقهلية (الدلتا) والثالثة تمثل الأسكندرية (الوجه البحري) والرابعة محافظة (بني سويف) حيث تمثل إحدي محافظات (الصعيد) . واستخدامت الباحثة العينة العمدية .

ويوضح الجدول التالي السمات الشخصية لعينة الدراسة

جدول (1)يوضح السمات الشخصية للعينة

يوضح السمات الشخصية للعينة

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| السمات الشخصية | ك | % |
| النوع | ذكر | 200 | 50% |
| أنثي | 200 | 50% |
| الفئات العمرية | أقل من 18 | 200 | 50% |
| من 18 إلي 25 | 108 | 0,27% |
| أكبر من 25 عام | 92 | 0,23% |
| المستوي التعليمي | طالب | 76 | 0,19% |
| تعليم متوسط | 64 | 0,16% |
| تعليم فوق المتوسط | 88 | 0,22% |
| تعليم جامعي | 116 | 0,29% |
| دراسات عليا | 56 | 0,14% |
| محل الإقامة | ريف | 200 | 0,50% |
| حضر | 200 | 0,50% |
| المستوي الاجتماعي والاقتصادي | منخفض | 96 | 0,24% |
| متوسط | 251 | 8,62% |
| مرتفع | 53 | 3,13% |
| إجمالي عدد العينة =400 |

أداة جمع البيانات:ــ

تستخدم الدراسه أداه الاستبيان التى تعد إحدى الوسائل الفعاله فى جمع البيانات والمعلومات والأراء اللازمه ، وهى أداة لتوجيه الأسئله للمبحوثين ، التى تجيب عن تساؤلات الدراسه وتحقق أهدافها وفى اطارها يتم تصميم استمارة استبيان لجمع بيانات الدراسة من المبحوثين.

الأساليب الإحصائية المستخدمة :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم إدخالها بعد ترميزها إلي الحاسب الآلي وتمت معالجة البيانات وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف ب SPSSاختصارًا لـStatistical Package for Social Sciences، وتم الاستعانة بالمعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية :

التكرارات والنسب المئوية

معامل ارتباط بيرسون

اختبار كا2 (Chi2 )

اختبار (ت) (T Test)

اختبار نسبة ف (Anova)

إجراءات الثبات للدراسة الميدانية :

استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار ,حيث قامت الباحثة بعد جمع بيانات الدراسة الميدانية بإجراء دراسة أولية على 5٪ من إجمالي مفردات الدراسة الميدانية (20 مفردة), ثم قامت بإعادة الاختبار عليهم مره أخرى لقياس الثبات، وقد بلغ معامل الثبات 92٪ مما يدل على وجود درجة اتساق عالية بين إجابات المبحوثين .

نتائج الدراسة الميدانية :-

1- مدي استخدام الإنترنت

جدول رقم (2)

يوضح مدى إستخدام المبحوثين للإنترنت

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| م | مدى الاستخدام | ك | ٪ | الترتيب |
| 1 | دائماً | 378 | 94.6% | 1 |
| 2 | أحياناً | 15 | 3.7% | 2 |
| 3 | نادراً | 7 | 1.7% | 3 |
| --- | المجموع | 400 | 100% | -- |

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 94.6٪ من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل دائم ، بينما 3.7٪ من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت أحياناً بنسبة 4.7% ، في حين أن 1.7% من أفراد العينة يستخدومن الإنترنت نادراً .

وتشير هذه النتائج إلي الإنتشار الواسع في استخدام الإنترنت بشكل دائم لم يتميز به من العديد من المميزات عن أي وسيلة إعلامية آخري كسرعة المستخدم في الحصول علي المعلومات والتفاعلية وأنه متاح استخدامه في آي وقت والعديد من المميزات التي تجعل أفراد المجتمع يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل د

2- عدد ساعات استخدامك اليومي للإنترنت

جدول رقم (3)

يوضح المدة التى يقضيها أفراد العينة فى كل جلسة عند إستخدامهم الإنترنت

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| م | عدد الساعات | ك | ٪ | الترتيب |
| 1 | أقل من ساعة | 34 | 8.5% | 6 |
| 2 | أقل من ساعتين | 52 | 13% | 4 |
| 3 | أقل من ثلاث ساعات | 120 | 30% | 1 |
| 4 | أقل من أربع ساعات | 41 | 10.3% | 5 |
| 5 | أقل من خمس ساعات | 89 | 22.2% | 2 |
| 6 | أكثر من خمس ساعات | 64 | 16% | 3 |
| --- | المجموع | 400 | 100% | -- |

توضح بيانات الجدول السابق المدة التى يقضيها أفراد العينة فى كل جلسة عند إستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاءت المدة (من ساعتين إلي أقل من ثلاث ساعات) في المرتبة الأولى بنسبة 30٪ ، وجاءت المدة (من أربعة ساعات إلي أقل من خمس ساعات) في المرتبة الثانية بنسبة 21.2٪ ، وجاءت المدة (خمس ساعات فأكثر) في المرتبة الثالثة بنسبة 16٪ ، وجاءت المدة (من ساعة إلي اقل من ساعتين) في المرتبة الرابعة بنسبة 13٪ ، بينما جاء في المرتبة الخامسة (من ثلاث ساعات إلي أقل من أربع ساعات) بنسبة 10.3% ، وجاء في الترتيب السادس والأخير (أقل من ساعة) بنسبة 8.5%.

وتشير النتائج إلي أن المدة من ساعة إلي ساعتين جاءت في الترتيب الأول للمدة التي يقضيها أفراد العينة لاستخدامهم للإنترنت هي نتائج منطقية حيث أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكة الانترنت بشكل يومي لمدة من ساعة الي ساعتين إلي أن استخدام الإنترنت أصبح عادة يومية لدي مستخدميه ، كما تفاوتت النسب الأخري من من ساعتين إلي أقل من ثلاث ساعات و من ثلاث ساعات إلي أقل من أربع ساعات أنهم يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل غير منتظم يتفق مع أولوياتهم واهتمامهم بالمعرفة من خلال استخدامه.

3- مدى استخدام الشباب- عينة الدراسة- للاعلام الجديد من خلال تحديد درجة الموافقة علي العبارات التالية:

جدول رقم (4)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| درجة الاستخدامالاستخدام | دائماً | أحياناً | نادراَ | عدد النقاط | المتوسط الحسابي | الوزن النسبي | الترتيب |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| استخدم مواقع التواصل الاجتماعي | 204 | 51% | 189 | 47.3% | 7 | 1.7% | 997 | 2.5 | 83.1 | 2 |
| امتلك حساب في الواتس اب | 314 | 78.5% | 63 | 15.7% | 23 | 5.8% | 1091 | 2.7 | 90.9 | 1 |
| امتلك مدونة | 132 | 33% | 152 | 38% | 116 | 29% | 716 | 1.8 | 59.7 | 5 |
| اشارك في المنتدیات | 118 | 29.5% | 174 | 43.5% | 108 | 27% | 810 | 2 | 67.5 | 4 |
| اطالع الصحافة الالكترونیة | 146 | 36.5% | 160 | 40% | 94 | 23.5% | 852 | 2.1 | 71 | 3 |

يوضح درجة استخدام –عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديده

توضح بيانات الجدول السابق يوضح درجة استخدام –عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديده ، حيث جاء (امتلك حساب في الواتس اب) في المرتبة الأولى بوزن نسبي (90.9) ، وجاء (استخدم مواقع التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بوزن نسبي (83.1)، وجاءت (اطالع الصحافة الالكترونیة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي(71) ، وجاءت (اشارك في المنتدیات) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (67.5) ، وجاءت (امتلك مدونة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (59.7).

4-دوافع تعرض - عينة الدراسة - لوسائل الاعلام الجديدة (كمواقع التواصل الإجتماعي – الصحف الإلكترونية –المنتديات.....)

جدول رقم (5)

يوضح دوافع استخدام -أفراد العينة- لوسائل الإعلام الجديد

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| م | دوافع الاستخدام | كن=400 | ٪ | الترتيب |
| 1 | المشاركة التي اتاحها الاعلام الجدید جعلتة الافضل من حیث الاستخدام | 39 | 9.8% | 7 |
| 2 | تعدد الخیارات في الاعلام الجدید جعلته یلبي احتیاجات الجمیع كل علي حسب سنه ونوعه وعاداته | 53 | 13.3% | 3 |
| 3 | نشاط الجمھور وفاعليته أهم مایمیز الاعلام الجدید | 86 | 21.5% | 2 |
| 4 | مرونة الاختیار بالنسبة للاداة والمحتوي جعلت الاعلام الجدید سھل الاستخدام | 41 | 10.3% | 5 |
| 5 | المضامین التي یوفرھا الاعلام الجدید جعلته یلبي احتیاجات الجمھور الثقافیة | 40 | 10.0% | 6 |
| 6 | لعرض الصور ومقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية | 52 | 13.0% | 4 |
| 7 | لإمكانية البحث وتوفر الأرشيف | 89 | 22.3% | 1 |

توضح بيانات الجدول السابق دوافع استخدام أفراد العينة لوسائل الاعلام الجديدة ، حيث جاء (لإمكانية البحث وتوفر الأرشيف) في المرتبة الأولى بنسبة 22.3% ، وجاءت لوجود (نشاط الجمهور وفاعليته أهم مایمیز الاعلام الجدید) في المرتبة الثانية بنسبة 21.5٪ ، وجاءت (تعدد الخیارات في الاعلام الجدید جعلته یلبي احتیاجات الجمیع كل علي حسب سنه ونوعه وعاداته) في المرتبة الثالثة بنسبة13.3% ، وجاءت (لعرض الصور ومقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية ) في المرتبة الرابعة بنسبة 13.0%، وجاء (مرونة الاختیار بالنسبة للاداة والمحتوي جعلت الاعلام الجدید سهل الاستخدام) في المرتبة الخامسة بنسبة 10.3%، وجاء (المضامین التي یوفرھا الاعلام الجدید جعلته یلبي احتیاجات الجمهور الثقافیة) في المرتبة السادسة بنسبة 10.0٪ ، وجاء (المشاركة التي اتاحها الاعلام الجدید جعلتة الافضل من حیث الاستخدام) في المرتبة السابعة بنسبة 9.8%.

5- مدي الاعتماد علي وسائل الإعلام الجديدة في متابعة اهم الأحداث والقضايا

جدول رقم (6)

يوضح مدي اعتماد – عينة الدراسة- علي وسائل الإعلام الجديدة في متابعة اهم الأحداث والقضايا

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مدي الاعتماد | ك | % | الترتيب |
| اعتمد عليها بشكل كبير | 225 | 56.3% | 1 |
| اعتمد عليها إلي حد ما | 150 | 37.5% | 2 |
| نادراً مااعتمد عليها | 25 | 6.2% | 3 |
| الإجمالي | 400 | 100% | -- |

 توضح بيانات الجدول السابق مدي اعتماد – عينة الدراسة- علي وسائل الإعلام الجديدة في متابعة اهم الأحداث والقضايا، حيث جاء (اعتمد عليها بشكل كبير) في المرتبة الأولى بنسبة 56.3٪ ، وجاء (اعتمد عليها إلي حد ما) في المرتبة الثانية بنسبة 37.5٪ ، وجاءت (نادراً ما اعتمد عليها) في المرتبة الثالثة بنسبة 6.2%.

وتوضح النتائج السابقة أن عينة الدراسة تعتمد بشكل كبير وسائل الإعلام الجديدة وذلك يدل علي أهمية هذه الوسائل لديهم وأنها تحقق لديهم العديد من الإشباعات في حصولهم علي المعلومات عن أهم القضايا والأحداث سواء علي المستوي الإقليمي أو الدولي ، ليس ذلك وحسب بل أصبحت هذه الوسائل من أبرز الوسائل التي من خلالها يستطيع المستخدم عرض عليها مشاكله ومقترحاته والتفاعل مع مايعرض عليها .

6- سبب تفضيل-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديد عن غيره من وسائل الاعلام التقليدية

جدول رقم (7)

يوضح سبب تفضيل-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديد عن غيره من وسائل الاعلام التقليدية

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  درجة الموافقةالعبارات | اوافق  | محايد | لا اوافق | عدد النقاط | المتوسط الحسابي | الوزن النسبي | الترتيب | الاتجاه |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| لفاعلیة الاتصال والتواصل | 235 | 58.7% | 129 | 32.3% | 36 | 9% | 999 | 2.5 | 83.2 | 3 | موافق |
| للتفاعلیة مابین المرسل والمستقبل وتبادل الادوار | 260 | 65% | 118 | 29.5% | 22 | 5.5% | 1038 | 2.6 | 86.5 | 1 | موافق |
| للحریات التي یتیحها | 247 | 61.7% | 136 | 34% | 17 | 4.3% | 1030 | 2.6 | 85.8 | 2 | موافق |
| لسهولة الاستخدام في الاطلاع والنشر | 198 | 49.5% | 176 | 44% | 26 | 6.5% | 972 | 2.4 | 81 | 4 | موافق |
| لجاذبیته واستخدامه للوسائط المتعددة | 201 | 50.3% | 137 | 34.2% | 62 | 15.5% | 939 | 2.3 | 78.2 | 5 | موافق |

 توضح بيانات الجدول السابق سبب تفضيل-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديد عن غيرها من وسائل الاعلام التقليدية ، حيث جاءت عبارة (للتفاعلیة مابین المرسل والمستقبل وتبادل الادوار) في المرتبة الأولى بوزن نسبي 86.5 واتجاه عام موافق، وجاء (للحریات التي یتیحها) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 85.8 واتجاه عام موافق ، وجاء (لفاعلیة الاتصال والتواصل) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 83.2 واتجاه عام موافق ، وجاء (لسهولة الاستخدام في الاطلاع والنشر) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 81 واتجاه عام موافق، وجاء (لجاذبیته واستخدامه للوسائط المتعددة) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 78.2 واتجاه عام موافق .

وتؤكد هذه النتائج علي أن أبرز مايميز وسائل الإعلام الجديدة هي عنصر التفاعلية مابين المرسل والمستقبل ، وهذا ما لم يتوافر في أي وسائل إعلامية آخري مما أدي ذلك إلي تفضيل أكثر من نصف العينة لوسائل الإعلام الجديدة.

درجة تأثر سلوكيات أفراد العينة أثناء استخدامهم مواقع الإنترنت التفاعلية

جدول رقم (8)

يوضح علاقة استخدام الشباب – عينة الدراسة ـــ للمواقع الانترنت التفاعلية وتأثيره على سلوكياتهم

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  درجة الموافقةالعبارات | مؤيد | محايد | معارض | عدد النقاط | المتوسط الحسابي | الوزن النسبي | الترتيب | الاتجاه |
| ك | % | ك | % | ك | % |
| ساهم الاعلام الجديد في تنمية مهارتي العلقية والابتكار والتجديد | 153 | 38.2% | 135 | 33.8% | 112 | 28.0% | 841 | 2.1 | 70.1 | 5 | مؤيد |
| الاعلام الجديد له تأثير كبير علي ردود أفعالي كأثناء متابعتي للأخبار أو التواصل مع الاصدقاء | 280 | 70.0% | 69 | 17.3 | 51 | 12.7% | 1029 | 2.6 | 85.7 | 1 | مؤيد |
| الإعلام الجديد أثر علي علاقاتي مع أفراد أسرتي وأصدقائي | 132 | 33.0% | 143 | 35.8% | 125 | 31.3% | 805 | 2 | 67.1 | 8 | محايد |
| أثر الإعلام اللغوي علي استخدامي للغة | 119 | 29.8% | 156 | 39.0% | 125 | 31.2% | 794 | 1.9 | 66.2 | 9 | محايد |
| استطاع الاعلام الجديد سد اشباعتي في المعرفة | 189 | 47.3% | 125 | 31.3% | 86 | 21.5% | 903 | 2.3 | 75.3 | 2 | مؤيد |
| أقوم بمناقشة ما اتعرض له من قضايا وأحداث وموضوعات مع أصدقائي وزملائي في العمل وأفراد الأسرة | 137 | 34.3% | 158 | 39.5% | 105 | 26.3% | 832 | 2.1 | 69.3 | 6 | محايد |
| أقوم بالمشاركة بالتعليقات علي بعض الأخبار التي اتعرض لها علي شبكة الانترنت | 144 | 36.0% | 129 | 32.3% | 127 | 31.8% | 817 | 2 | 68.1 | 7 | مؤيد |
| أسعي دائماً لمعرفة الأخبار والأحداث أول بأول باستخدام وسائل الإعلام الجديدة | 133 | 33.3% | 178 | 44.5% | 89 | 22.3% | 844 | 2.1 | 70.3 | 4 | محايد |
| أخصص وقت يومياً للإطلاع علي مواقع التواصل الإجتماعي والصحف الالكترونية وغيرها من وسائل الإعلام الجديدة | 178 | 46.8% | 123 | 28.4% | 99 | 24.8% | 879 | 2.2 | 73.3 | 3 | مؤيد |

 توضح بيانات الجدول السابق درجة تأثر سلوكيات أفراد العينة أثناء استخدامهم مواقع الإنترنت التفاعلية ، حيث جاء (الاعلام الجديد له تأثير كبير علي ردود أفعالي كأثناء متابعتي للأخبار أو التواصل مع الاصدقاء) في المرتبة الأولى بوزن نسبي 85.7 واتجاه عام مؤيد، وجاء (استطاع الاعلام الجديد سد اشباعتي في المعرفة)في المرتبة الثانية بوزن نسبي 75.3 واتجاه عام مؤيد ، وجاء (أخصص وقت يومياً للإطلاع علي مواقع التواصل الإجتماعي والصحف الالكترونية وغيرها من وسائل الإعلام الجديدة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 73.3 واتجاه عام مؤيد ،وجاء (أسعي دائماً لمعرفة الأخبار والأحداث أول بأول باستخدام وسائل الإعلام الجديدة) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 70.3 واتجاه عام محايد، وجاء (ساهم الاعلام الجديد في تنمية مهارتي العلقية والابتكار والتجديد) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي 70.1 واتجاه عام مؤيد ، وجاء (أقوم بمناقشة ما اتعرض له من قضايا وأحداث وموضوعات مع أصدقائي وزملائي في العمل وأفراد الأسرة) في المرتبة السادسة بوزن نسبي 69.3 واتجاه عام محايد ، وجاء (أقوم بالمشاركة بالتعليقات علي بعض الأخبار التي اتعرض لها علي شبكة الانترنت) في المرتبة السابعة بوزن نسبي 68.1 واتجاه عام مؤيد ، وجاء (الإعلام الجديد أثر علي علاقاتي مع أفراد أسرتي وأصدقائي) في المرتبة الثامنة بوزن نسبي 67.1 واتجاه عام محايد ، وجاء (أثر الإعلام اللغوي علي استخدامي للغة) في المرتبة التاسعة بوزن نسبي 66.2 واتجاه عام محايد.

وتشير هذه النتائج أن لوسائل الإعلام الجديد دوراً هام وفعال في التأثير علي سلوكيات أفراد العينة حيث تعد هذه الوسائل هي أكثر الوسائل التي التي تجعل أفراد العينة أكثر تفاعلاً مع الأحداث والقضايا والموضوعات نظراً لما تحتويه من محركات وآدوات تجعل عنصر التفاعل مع مضمون المادة الإخبارية أو عرضها أسهل من غيرها من الوسائل الإعلامية الآخري.

نتائج إختبار الفروض:

ثبوت صحة الفرض الفرعي الأول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى معدل استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة وفقا لمتغير النوع (ذكور / إناث) .

ثبوت صحة الفرض الفرعي الثاني بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى معدل استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة وفقا لمتغير محل الإقامة (مدينة / قرية) .

عدم ثبوت صحة الفرض الفرعي الثالث بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فى معدل استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة وفقا لمتغير المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

ثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصــائية بين معدلات استخدام الشباب-عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديدة وأسباب استخدامهم لهذه الوسائل .

ثبوت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصــائية بين اعتماد الشباب علي وسائل الإعلام الجديد وبين تأثير هذه الوسائل علي سلوكياته .

توصيات الدراسة

ومن خلال النتائج التي توصلت الباحثة إليها رأت أن ترفع بعدد من التوصيات التي تعين على تطوير هذا المجال وهي:

ينبغي على القائمين على وسائل الإعلام الجديدة بضرورة الاهتمام بعوامل تعزيز استخدام ومشاهدة أفراد المجتمع لتلك الوسائل والإهتمام بالمضامين التي تنشر بها ومتابعتها بإستمرار والمراجعة الدائمة علي ما تحتويه من مواد.

أهم ماحقته هذه الوسائل من نجاح من وجهة نظر العينة هو تفعيل مشاركة الجمهور، وهذا شيء جيد ومطلوب بالدرجة الأولى، ولكن لا بد من احاطة الشباب بالشكل الموجود في المجتمع حتى يستطيع إن يشارك ويساهم فيها بشكل يجعله جزء من تلك المواقع وليس دخيل علهيا أو بعيد عنها.

كما توصي الباحثة في الاستمرار بتطوير وتحديث تلك الوسائل لأنها أبدت اتجاهات ايجابية نحوها من قبل الشباب حسب رأي عينة الدراسة.

العمل على جعل هذه الوسائل الإعلامية الجديدة تهتم بتوعية الشباب وتقدم حلول للقضايا والمشكلات، وعدم الاقتصار على حصر أهميتها في انعكاس للواقع في الدولة.

الاهتمام بنتائج الدراسة والبحوث العلمية في المجال الإعلامي وخاصة مجال الوسائل الإعلامية الجديدة بشكل خاص وتفعيل نتائج البحث بالواقع العلمي .

المراجع والمصادر

إيمان صابر صادق ، استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري - الفيس بوك نموذجًا ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة عين شمس - كلية البنات للآداب والعلوم والتربية - قسم الاجتماع – شعبة الإعلام،20017)

زينب مصطفى عبدالفتاح ، تأثير تعرض الجمهور المصرى للإعلام الجديد على قارئية المجلات المطبوعة - دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة – كلية الآداب – قسم الإعلام ،2017)

شيماء منتصر نبيه محمد ، تقويم دور وسائل الإعلام الجديد لتطوير إدارة العلاقات العامة بالأندية الرياضية بمحافظة الدقهلية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة – كلية لتربية الرياضية - قسم الادارة الرياضية ،2016)

Wail Ismail Abdel Barry, The social Reality of new media. Parad exial Issues in the Digital Era, Egyptian Journal of public Research, Faculty of Mass communication Cairo university.vol 9. January – June 2009), pp. 41-88

صفا محمد إبراهيم ، استخدام الشباب للتليفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الاذاعة والتليفزيون ) ، 2016

عبد الكريم صالح باحاج ،استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- 2013) .

عبد الصادق حسن، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الآداب والعلوم والتربية، الجامعة الأهلية مملكة العربية مجلة التعاون لدول الخليج العربي، 2013)

Mckinney, Bruce c : Kelly, Lynne, Duran, Robert l . Nar -cissimer openness?: college students, use of facebook and twitter,communication Research Reports , Apr 2012, vol.29 issue 2).

Kinney,S.T, Watson,R.T .And El-Shinnawy, M.(1998):The effect of media and task on dyadic communication.IEEE Transaction on professional communication, 41(2),PP. 140-142

10ــ حسن عماد مكاوى وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة- جامعة القاهرة - كلية الإعلام - الدارالمصرية اللبنانية، 2006)، ص314 ، 318