

اعتماد الشباب المصرى على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة فى تكوين الصور الذهنية عن المجتمعات الغربية

دراسة ميدانية

د. مايا أحمد البيضا

مدرس بكلية الإعلام
الجامعة الحديثة

تعد وسائل الإعلام باختلاف أنواعها ما بين كونها تقليدية أو حديثة آليات يعتمد عليها الشباب المصرى فى التعرف على المعلومات الجديدة واكتساب المعرفة عن كل ما يحيط به سواء داخل محيط مجتمعه أو عن العالم الخارجى، فمن المعلوم أن وسائل الإعلام أصبحت تمثل جزءاً من الحياة اليومية للأفراد وتقدم له صوراً إعلامية عن ما يحيط به، وبالتالي تعمل على تشكيل حياة الأفراد فكرياً وسلوكياً، وهو ما يترتب عليه بتراكم المتابعة لوسائل الإعلام رسم صور ذهنية محددة سواء عن أفراد أو شخصيات أو دول أو مجتمعات يمثلوا مجال التناول والاهتمام الإعلامى، حيث أصبحت وسائل الإعلام عين الجمهور على الواقع وما يشهده من تفاعلات فى مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيره.

وسائل الإعلام تمثل الشريحة الكبرى من معلوماته عن باقى المصادر الأخرى التى يعتمد عليها لجمع المعلومات. وتسعى الباحثة من دراستها التعرف على مدى تأثير كل من نمطى وسائل الإعلام فى تحقيق الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية على مرحلة الشباب التى تتسم بإقبالها على استخدام كافة التقنيات والتطبيقات المختلفة للتكنولوجيا مما يشكل فى نهاية الأمر الصور الذهنية التى تتبناها هذه الفئة أو الشريحة الهامة من الجمهور المصرى نحو هذه المجتمعات الغربية والتى تشكلت نتيجة تراكم استخدام هذه الوسائل، والتى تعين فى التعرف على مدى تأثير الشباب القيمي والفكرى بهذه المجتمعات الغربية من حيث ما لديه من أفكار ومعلومات عنها وبالتالي مدى وجود غزو ثقافى وفكرى يتعرض له الشباب المصرى عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة ووسائل تحقق هذا الغزو الفكرى، خاصة أن ثورات الربيع العربى

وانطلاقاً مما سبق يمكن القول أن وسائل الإعلام تلعب دور الوسيط بين الأفراد والأحداث مما نجم عنه الاعتماد الكبير من قبل الأفراد وخاصة الشباب على مختلف وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة فى التعرف على المجتمعات المختلفة المحيطة أو البعيدة عنهم سواء ثقافياً أو سياسياً أو اجتماعياً، وتكوين الصور الإعلامية عنهم، وذلك لما يتوفر لوسائل الإعلام من قدرات هائلة تمكنه من اجتياز الحدود والعوائق المكانية والزمانية، علاوة على القدرات الهائلة فى التأثير النفسى والفكرى على الأفراد، وبالتالي فى نهاية الأمر تشكيل الصور الذهنية، لذا تتحمل وسائل الإعلام مسئولية توفير المعلومات الرسمية وغير الرسمية، الظاهرة والخفية عما يدور فى الساحة بنزاهة وشفافية تامة، لدعم مصداقيتها لدى الجمهور والعمل على تزايد تفاعل الرأى العام مع الواقع المجتمعى، فالمعلومات التى يتحصل الفرد عليها من

وفورتي ٢٥ يناير ٢٠٠٧ يونيو المصريان كشفنا عن ارتفاع اعتماد الشباب المصري على التكنولوجيا الحديثة للاتصال والتواصل والتعبير عن آرائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتمتعها بمزايا الاتصال التفاعلية واستخدام الوسائط المتعددة.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على أى المصادر الإعلامية سواء التقليدية أو الحديثة والتي يعتمد عليها الشباب المصري فى تكوين معرفته ومعلوماته وبالتالي تشكيل اتجاهاته وبالتبعية تكوين صوره الذهنية عن تلك المجتمعات الغربية التي تمثل عالماً مغايراً ومخالفاً للمجتمع العربي عموماً والمصري خاصة فى العادات والتقاليد والثقافة والقيم.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تسمى الباحثة أن تكون دراستها إضافة للتراث العلمى السابق فى مجال تشكيل الصور الذهنية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وذلك لما يلى:

١- ندرة الدراسات العربية التي اهتمت بدراسة الصورة الذهنية عن المجتمع الغربى فى أذهان المصريين نتيجة تفاعلهم مع الرسائل الإعلامية التي تبثها كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، خاصة فى إثبات العديد من الدراسات السابقة ارتفاع تأثير هذه الوسائل بنوعيتها فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو فكرة أو قضية ما خاصة التلفزيون والإنترنت فى المقدمة، وهو ما سيعين فى نهاية الأمر فى إمكانية رسم إطار عام لتوجه كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة نحو هذه المجتمعات وبالتالي الخروج بتوصيات لتقويم المعالجات الإعلامية بما يحقق الموضوعية والصدق.

٢- التعرف على قوة تأثير وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فى تشكيل الصور الذهنية عن هذه المجتمعات، وذلك لأن هذه الوسائل تعد أحد مصادر تشكيل الصور الذهنية عن هذه المجتمعات والتي تتنوع ما بين التجربة المباشرة أو الأصدقاء أو الكتب وغيره.

٢- أدى التطور الذى شهده العالم فى مجال التكنولوجيا الرقمية وظهور تطبيقات عديدة من الإنترنت، إلى حرص غالبية الوسائل الإعلامية للاستعانة بهذا التطور بالتواجد والانتشار من خلال هذا المجتمع المعلوماتى لأكبر عدد من الجمهور بمختلف خصائصه، أى أدى ظهور الإعلام الجديد إلى تحقيق ما يسمى اندماج الوسائل بعد أن كانت فى الماضى مستقلة لا علاقة لبعضها البعض،^(١) فمثلاً عمدت الكثير من المحطات التلفزيونية خاصة على تأسيس صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعى خاصة الفيس بوك والتويتر اللذان أحدثا ثورة فى مجال التفاعلية من أجل متابعة ردود الأفعال على مضمونها وأكثر البرامج التي حظيت بإعجاب المواطنين، وهو ما كان دافعاً هاماً لإجراء المزيد من الدراسات البحثية والعلمية التي تحدد مستويات الاعتماد وربطها بمجالات المعرفة والمعلومات المختلفة على الوسائل التقليدية من خلال وسائل الإعلام الجديد، خاصة فى ظل ما توصلت له دراسة حديثة بأن المصريين كانوا من أكثر شعوب العالم نشاطاً على مواقع التواصل الاجتماعى حيث ثبت أن ٨٦% من مستخدمي الإنترنت فى مصر يقضون ١٦ ساعة فى الأسبوع فى المتوسط على مواقع التواصل الاجتماعى.^(٢)

٤- معرفة المزيد عن خصائص الشباب فى التفاعل مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وأيهما يعتمد عليه فى الحصول على المعرفة والمعلومات عن القضايا والأحداث والشعوب المختلفة، وبالتالي تؤثر فى اتجاهاته ومنها السلوكيات التي يتبناها نحو هذه الشعوب المختلفة، وبرؤية أخرى يمكن تحديد أى الوسائل تعد عامل إنتاج فى تشكيل الصور الذهنية عن هذه المجتمعات الغربية، خاصة وأن هذه الشريحة العمرية تعد عمود المستقبل للدولة، وأنهم يمثلوا أكبر شريحة عمرية فى المجتمع المصري بشكل خاص، حيث بلغ عددهم ٢٨,٠٦ مليون نسمة من بين إجمالى عدد سكان جمهورية مصر العربية البالغ ٨٤ مليون نسمة وفقاً لتعداد السكانى ٢٠١٢ وبإضافة عدد

سكان مصر بالخارج والبالغ عددهم طبقاً لتقديرات وزارة الخارجية ٨ مليون مصري، يصبح إجمالي عدد سكان مصر ٩٢ مليون نسمة. (٢)

٥- توقيت إجراء الدراسة الميدانية والمتمثل في إجرائها بعد مرور المجتمع المصري بثورتين متعاقبتين هما ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ وثورة ٢٠ يونيو ٢٠١٢ وما أكتهما من تدخلات أجنبية في الشأن المصري الداخلى، وهو الأمر الذى كان يتم مقابله باستياء كبير من قبل وسائل الإعلام المصرية، وهو الأمر الذى يعزز من قيمة الدراسة من حيث أهمية التعرف على صورة هذه المجتمعات الغربية لدى الرأى العام المصرى.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسى من هذه الدراسة التعرف على الصورة الذهنية التى تشكلها كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عن المجتمعات الغربية لدى الشباب المصرى، وينبثق من هذا الهدف الرئيسى عدد من الأهداف الفرعية وهى على النحو التالى:

١- التعرف على مدى الاهتمام بمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة فيما يتعلق بقضايا وأخبار المجتمعات الغربية.

٢- التعرف على طبيعة الصور الذهنية التى شكلتها وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية عن المجتمعات الغربية نتيجة المعالجات المتراكمة والمستمرة لأخبارها وقضاياها.

٣- تحديد تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية نتيجة متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية.

٤- معرفة طبيعة المجتمعات الغربية التى يتم متابعة أخبارها وقضاياها عبر وسائل الإعلام والأسباب.

٥- التعرف على القضايا والأحداث التى تحظى بالمتابعة من خلال وسائل الإعلام الجديد والتقليدى عن المجتمعات الغربية.

رابعاً: الإطار النظرى: مدخل الاعتماد على وسائل

الإعلام. Media Dependency

يفترض المدخل الذى قدمه كل من ديفليير وبول روكيتش

عام ١٩٧٦ بأن اعتماد الفرد على المعلومات المستقاه من وسائل الإعلام محددة يتم لتحقيق أهداف محددة، لذا يعد من أحد المداخل التى تشكل علاقة الجمهور مع جمهور وسائل الإعلام حيث تعد درجة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام هى الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمعارف والشعور والسلوك، انطلاقاً من أن المجتمع تركيب عضوى تتعدد فيه الأنظمة (صغيرة وكبيرة) وتترابط وتتفاعل سوياً، ومن بينها وسائل الإعلام التى ترتبط بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى بعلاقات متبادلة، وبالتطبيق على الدراسة الحالية فهى تحاول التعرف على أى من الوسائل الإعلامية التقليدية أم الحديثة يتم الاعتماد عليهما من قبل الشباب المصرى فى استيفاء معلوماتهم منها وبالتالي تشكيل صورهم الذهنية عن المجتمعات الغربية مع تراكم المتابعة.

ويقوم المدخل على مجموعة من الافتراضات على النحو

التالى:

١- الاعتماد على الوسيلة التى تقدم معلومات مهمة للفرد، وتلك التى تلبى لديه حاجات أكثر، وبالتالي يكون لوسائل إعلامية تأثير قوى مقابل ضعف تأثير وسائل أخرى،^(٤) بمعنى آخر فكلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام فى تحقيق أهدافه، كلما زاد ذلك من أهمية الدور الذى تؤديه تلك الوسائل فى حياة الفرد وبلى المجتمع ككل.

٢- درجة الاستقرار أو التغير الاجتماعى السائد، وفى حالات الصراع والأزمات يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من أجل إعادة تقييم مواقفهم واتخاذ قرارات جديدة،^(٥) بينما يقل الاعتماد فى حالات الاستقرار الاجتماعى.^(٦) فى الدراسة الحالية نجد أن المجتمع يمر بالعديد من الأحداث والظروف الحرجة بدءاً من إسقاط النظام فى ثورة 25 يناير وصولاً لثورة ٢٠ يونيو.

تأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام:^(٧)

١- التأثيرات المعرفية: Cognitive Effect

تتميز التأثيرات المعرفية عن تلك التأثيرات التى تؤثر

على السلوك بشكل صريح وواضح، وتمثل في مجالات عديدة، هي: تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة، كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الاتجاهات، وفي تحديد وترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التأثير على نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمهم.

٢- التأثيرات الوجدانية: Affective Effect

هي تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكرهية، وغيرها، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة هذه التأثيرات الفئور العاطفي، والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتزاز.

٣- التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect

فالتغير في الاتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الجميع، حيث تؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح، وقد حصر ميلفن ديفلير وركيتش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما: التنشيط والخمول.

خامساً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات التي تناولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق تأثيراته الثلاثة سواء المعرفية أو السلوكية أو الوجدانية نحو قضايا مجتمعية أو أحداث سياسية وغيره، وإن قل الاهتمام بدراسة الصور الذهنية عن المجتمعات الأخرى، ومن أبرز الدراسات التي تناولت الاعتماد على كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ما يلي:

١- دراسة (جيهان يحيى، ٢٠١٤) (٨) فكانت في مقدمة وسائل الإعلام التي يتابع منها الجمهور تطورات الوضع السياسي جاءت لصالح قناة cbc ثم مواقع التواصل

الاجتماعي (الفيس بوك)، وأبرز أسباب اعتماد الجمهور على تلك القناة هي مواكبة الأحداث والعرض الجيد للموضوعات والدقة وأخيراً الموضوعية والحيادية.

٢- **دراسة (ماجدة عبد المرصى، ٢٠١٤) (٩)** أظهرت النتائج ارتفاع اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام المختلفة والتي نتجت عن ارتفاع الثقة في هذه الوسائل وما تقدمه من تفاصيل ومعلومات عن الدستور المصري ٢٠١٤ وكان ترتیب هذه الوسائل (القنوات الفضائية الخاصة، التلفزيون المصري، الصحف المصرية، مواقع الإنترنت، الراديو، وسائل الإعلام الأجنبية).

٣- **دراسة (أميرة سمير طه، ٢٠١٤) (١٠)** توصلت إلى أن هناك ٦٩٪ من عينة الدراسة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والأخبار عن الانتخابات الرئاسية خاصة أخبار المرشحين، كما اتضح أن المجال السياسي هو أول المجالات التي يقبل عليها الشباب أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- **دراسة (رحيم مزيد على، ٢٠١٤) (١١)** إن غالبية محرري المواقع الالكترونية العراقية ترى ضرورة الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي لمنتجى الإعلام الجديد وهذا سوف يساعدها على منافسة وسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى تخوف بعض الباحثين بأن تكون مثل هذه اللوائح الأخلاقية بوابة تتسلل من خلالها السلطات لفرض قوانين وتشريعات تمنع وتحد من حرية الإعلام الجديد.

٥- **دراسة (نوره عبد الله محمود أحمد، ٢٠١٤) (١٢)** التي أكدت على وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد وحرص الشباب الجامعي على متابعة المعلومات حول القضايا والأحداث الجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين إدراكهم لهذه القضايا والأحداث الجارية.

٦- **دراسة (David Westerman & others، ٢٠١٤) (١٣)** التي أكدت على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً هاماً للمعلومات، وأيضاً لها أهمية كبيرة لدى مستخدمي تلك المواقع وخاصة في أوقات المخاطر

إلى أن ما يزيد عن نصف العينة يتسم بالمتابعة الدائمة المنتظمة لوسائل الإعلام الجديدة بنسبة (٥٩,٥%) وأن نسبة ٣٨,١% ترى أن الإعلام الجديد يتميز بالسرعة في نقل الأحداث، وأن نسبة ١٤,٢% ترى أن الإعلام الجديد يوثق كل الأخبار بالفيديوهات والصور، وأن نسبة ١٠% ترى أن الإعلام الجديد هو تطور للإعلام القديم وكذلك أنه يتمتع بالحرية في التعبير عن الرأي، وأن نسبة ٩,٧% ترى أن الإعلام الجديد يعبر عن جميع فئات الشعب، أما عن أوجه اختلاف الإعلام التقليدي عن الإعلام الجديد، فترى نسبة ١٤,٥% أن الإعلام التقليدي أصبح إعلام الدولة، كما ترى نسبة ٢,٧% أن الإعلام التقليدي لا يتطرق لموضوعات حرجة وشائكة، وأن نسبة ٠,٩% ترى أن الإعلام التقليدي فقد مصداقيته.

١٢- دراسة (نعيم فيصل المصري، ٢٠١٢) (١٩) التي توصلت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت أثر وأدى إلى انخفاض تعامل عينة الدراسة مع وسائل الإعلام الأخرى بدرجات متفاوتة جاء أعلى أثر على مطالعة واستعارة الكتب حيث أن نسبة ٥٨% من المبحوثين أجابوا بأنها انخفضت جداً، ونسبة ٢٦% من المبحوثين أجابوا بأنها انخفضت، تلاه تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سلباً على قراءة الصحف والمجلات ثم الاستماع إلى الإذاعات، وأخيراً كان أقل تأثير على مشاهدة القنوات الفضائية.

١٣- دراسة (أحمد على الحداد، ٢٠١٢) (٢٠) والتي توصلت إلى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات في المقدمة، وأشار نسبة ٤٣,٥% من العينة إلى أنهم يتعرضون لهذه المواقع لمدة ٤ ساعات فأكثر بشكل يومي، وجاءت البرامج والتقارير والتحليلات السياسية في المرتبة الأولى من حيث أكثر الموضوعات تفضيلاً لدى متابعة العينة على مواقع التواصل الاجتماعي، تلاه في المرتبة الثانية البرامج والتحليلات الرياضية، ثم النشرات الإخبارية والمواضيع، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين معدل

والأزمات، وأن المعلومات أصبحت متوافرة بشكل كبير في أيدي المستخدمين بدلاً من المبدعين والنخب، وهناك علاقة بين مصداقية المعلومات وزيادة الجانب المعرفي للأفراد.

٧- ودراسة (Aditi Gupta ٢٠١٤) (١٤) أنه خلال فترات الأزمات والأحداث المفاجئة تكثر الشائعات والمحتوى الوهمي والأخبار غير الصحيحة على تويتر مما يقلل من قيمة المعلومات الواردة في رسائله.

٨- ودراسة (دعاء الغوايبي وإنجي رجب، ٢٠١٤) (١٥) كشفت عن أن القائمين بالاتصال في بيئة الإعلام التقليدي أكثر التزاماً بالأخلاقيات ومعايير المهنية الإعلامية أكثر من القائمين بالاتصال في الإعلام الجديد، كما كشفت النتائج أن معظم الإعلاميين أكدوا على أن الانترنت جعلهم أكثر يسراً ودقة في عملهم الإعلامي، وذلك من خلال تبادل المعلومات.

٩- ودراسة (Mehrabi & others, ٢٠١٣) (١٦) التي أشارت لمكونات مصداقية وسائل الإعلام وهم ثمانية: "الوضوح، عدم التحيز، التفاصيل الكاملة، مواكبة الأحداث، الثقة، الإنصاف، الدقة والصدق، وأشارت أن الموضوعية ومواكبة الأحداث والوضوح هم الثلاثة عناصر الأساسية لمصداقية وسائل الإعلام التقليدي والجديد.

١٠- ودراسة (علياء على محمد منتر، ٢٠١٣) (١٧) والتي أشارت إلى أهم المصادر التي تستقى منها عينة الدراسة معلوماتهم عن الدول العربية كانت في الصدارة القنوات الفضائية الإخبارية العربية (٨٣,٢%) تليها شبكة الإنترنت (٦٦%) ثم الصحف والمجلات بنسبة (٤٤,٤%) ثم التلفزيون المصري (٣٩,٦%) ثم الاتصال الشخصي (٣٠,٦%) ثم الكتب (١٤,٤%) ثم الإذاعات المصرية (١٤,١%) وظهر وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين الاعتماد على القنوات العربية والصور الذهنية الكلية عن الدول العربية، بينما ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً مع المعرفة السياسية.

١١- دراسة (صفا عثمان، ٢٠١٣) (١٨) التي توصلت

التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية الداخلية وبين التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية.

١٤- ودراسة (خالد الصوفي، ٢٠١٢) (٢١) والتي أشارت إلى أن الفضائيات غير اليمينية في مقدمة المصادر التي يتابعها جمهور الشباب اليمني، ويستقى منها المعلومات حول الثورات العربية، وتبين وجود علاقة ارتباطية سلبية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام والصورة المدركة عن الحكام العرب.

١٥- ودراسة (lev- on, Azi، ٢٠١٢) (٢٢) التي أشارت إلى أن موقع اليوتيوب يلعب دوراً هاماً في الحملات السياسية ويشجع على المشاركة السياسية ويزيد التواصل بين المواطنين والسياسيين خاصة على المستوى المحلي.

١٦- ودراسة (علي عباس العرادي، ٢٠١٢) (٢٣) والتي أشارت إلى أن أكثر وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور البحريني للحصول على المعلومات هي القنوات الفضائية، تلاها في المرتبة الثانية الإنترنت، ثم الصحف، وأشارت نسبة ٤٠، ٢١٪ إلى أنها تستخدم القنوات الفضائية العربية بشكل دائم، ونسبة ٩، ١٢٪ من العينة تستخدم الإنترنت بشكل دائم، كما أشارت لوجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل اعتماد الجمهور البحريني على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار عن الانتخابات النيابية واتجاهاتهم نحو هذه الانتخابات.

١٧- ودراسة (عادل عبد الغفار، ٢٠١٢) (٢٤) وخلصت إلى تفوق مصادر المعلومات العربية المتمثلة في القنوات الإخبارية (العربية- الجزيرة) يليها الإعلام الخاص المصري (قنوات خاصة- صحف خاصة) والإنترنت وأخيراً المصادر الأجنبية (BBC عربي، CNN) وكانت أهم المتغيرات المؤثرة في اختيارات الجمهور المصري للقنوات الإخبارية في الصور الذهنية المنطبعة عنها في مشاهدتها، ومستوى الأداء المهني في التغطية.

١٨- ودراسة (هشام عطية عبد المقصود، ٢٠١٢) (٢٥)

والتي أشارت إلى أن الفضائيات المصرية مثلت أهم مصادر العينة عن شؤون الانتخابات وبرامج الأحزاب والقوى المختلفة، تلاه مواقع الصحف الالكترونية، وجاء الفيس بوك ومواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الخامسة، وثبت صحة الفرض عن مدى الاعتماد على مواقع الصحف الالكترونية خاصة لدى غير المنتمين سياسياً لتيار أو قوى معينة عن أفراد عينة الدراسة المنتمين لفكر سياسي معين.

١٩- ودراسة (Manago, Adriana M.، ٢٠١٢) (٢٦):

التي توصلت إلى أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك تعد من أكثر الشبكات انتشاراً بين الشبكات الاجتماعية الأخرى، وتعتبر أيضاً من أكبر الشبكات من حيث التحديثات الفورية لما بها من معلومات وأخبار، وتتمتع بأهمية كبيرة في حياة الشباب خاصة في تليبيتها للاحتياجات النفسية لهم، علاوة على أنه يمكن أداة للدعم الاجتماعي بين الشباب.

٢٠- ودراسة (Tu, Jia، ٢٠١٢) (٢٧) والتي توصلت إلى أنه غالباً ما يتم تقديم الشخصيات الآسيوية على أنها لا تلعب دوراً هاماً في الأفلام الأمريكية، حيث غالباً تقوم بأدوار شخصيات ثانوية وذلك بنسبة ٧٧، ٧٪ وشخصية البطل الشاذ بنسبة ٢٦، ٤٪ وظهرت شخصية الآسيوي سلبية، وغالباً مجرمون، ولا يحرمون ويقتلون الأبرياء.

٢١- ودراسة (Jones, and Cuthrell، ٢٠١١) (٢٨) التي أشارت إلى أن موقع اليوتيوب أصبح يلعب دوراً في التعليم والتدريس داخل الفصول بالمدارس في المراحل الدراسية المختلفة حيث يتم الاستعانة بالمواد المصورة والفيديو من الموقع لتدعيم ما يتم شرحه فتجذب الطلاب وتزيد من الاستيعاب والفهم لمحتوى ومضمون المناهج.

٢٢- ودراسة (أحمد فاروق رضوان، ٢٠١١) (٢٩) والتي أشارت لارتفاع نسبة الاعتماد على وسائل الاتصال الحديثة كمصدر للمعلومات الخاصة بالانتخابات، حيث جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي استخدمها أفراد العينة للتعرف على

٢٠٠٩(٢٤): التي توصلت إلى أن الشباب الأمريكيين يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة على نحو أكثر من كبار السن، وأن كبار السن هم أكثر عرضة لحضور الاجتماعات العامة (المشاركة العامة التقليدية)، وتؤكد الدراسة على أن الشباب أكثر إبداعاً من كبار السن فيما يتعلق بالإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة، لكن كبار السن هم أكثر انخراطاً في القضايا وأكثر عرضة للمشاركة في الأشكال التقليدية للمشاركة الجماهيرية.

تعليق الباحثة على الدراسات السابقة:

١- تبين للباحثة من خلال نتائج الدراسات السابقة ارتفاع نسبة اعتماد الشباب خاصة على وسائل الإعلام الجديدة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا الفيس بوك وتويتر واليوتيوب، ويليهما التلفزيون، في حين أثبتت بعض الدراسات الأخرى أن التلفزيون وخاصة القنوات الفضائية التلفزيونية يأتي في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الشباب خاصة والجمهور عامة في الحصول على المعلومات تلاه الإنترنت، كما تبين ارتفاع نسب الاعتماد على كلا الوسيلتين في حالة الأحداث السياسية (كالانتخابات)، والأزمات (الثورات).

٢- تبين أن لوسائل الإعلام الجديدة قدرة على إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية ومنها سلوكية على الأفراد وخاصة الشباب، أكثر من وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة والصحف)، ويرجع ذلك لارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعلام الجديدة عنهما، إلا أن القنوات الفضائية التلفزيونية تنافس الإنترنت من حيث قدرتها على إحداث هذه التأثيرات أيضاً.

٣- أكدت غالبية الدراسات على وجود علاقة ارتباطية طردية بين الاعتماد على وسائل الإعلام وارتفاع حجم المعلومات المكتسبة منها، أي إحداث التأثيرات المعرفية، وكذلك التأثيرات السلوكية (كتعزيز الحوار السياسي داخل المجتمع في حالة الانتخابات).

٤- ندرت الدراسات التي ربطت بين نظرية الاعتماد

أحداث وفاعليات الانتخابات، وارتفاع نسب مصداقية صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للنشطاء السياسيين وحركات التغيير الاجتماعي والسياسي بالمجتمع المصري.

٢٣- **دراسة (عريف، ٢٠١١)** والتي توصلت إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تسهم في تعزيز الحوار السياسي في البلاد، ولديها القدرة لتكون بمثابة وسائل الإعلام البديل في ظل غياب المصادر التقليدية للأخبار والمعلومات.

٢٤- **دراسة (نجلاء فتحى، ٢٠١١)** وتوصلت إلى تصدر الإنترنت قائمة الوسائل التي يفضلها الشباب في الحصول على المعارف الثقافية ثم الصحافة وهو ما يشير إلى تفوق الوسائل الحديثة عن الوسائل التقليدية وذلك نتيجة للفاعلية التي تتيحها الإنترنت، وتصدرت المواقع الثقافية على شبكة الإنترنت قائمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات الثقافية بمتوسط حسابي (٢,٥) ثم قناة النيل الثقافية بمتوسط حسابي (١,٨) وفي المرتبة الأخيرة ظهرت مجلة الهلال بمتوسط حسابي (١,٢) وأكدت الدراسة أنه كلما زاد التعرض للإنترنت كلما قل التعرض للوسائل الإعلامية التقليدية.

٢٥- **دراسة (مى مصلح، ٢٠١١)** (٣٣): التي كانت أهم نتائجها أن احتلت الفضائيات المصرية المرتبة الأولى من حيث تفضيلات الشباب المصري لها وذلك بنسبة ٩٠,٥٪ وأن هناك علاقة بين المستوى التعليمي ومعدل التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.

٢٦- **دراسة (نهى عاطف العبد، ٢٠٠٩)**: (٣٣) والتي توصلت إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معدلات تعرض عينة الدراسة للقنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية ومعدلات اعتمادهم عليها للحصول على المعلومات في هذه الأزمنة، ووجود فروق إحصائية بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية ودافعي الفهم والتوجيه.

٢٧- **دراسة (Dozier David and others**

على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وتشكيل الصور الذهنية عن المجتمعات الغربية، حيث تبين للباحثة أن غالبية الدراسات التي تتعلق بدراسة الصور الذهنية تعتمد بالأساس على نظرية الفرس الثقافي حيث دراسة كثافة التعرض على المدى الطويل في تشكيل الصور نتيجة وسائل الإعلام، أو نظرية الأطر حيث الاهتمام بتوضيح الأطر المستخدمة في رسم وتشكيل هذه الصور، فضلاً عن ندرة الدراسات بشكل عام التي تدرس علاقة الغرب والعرب، وهو ما استفادت منه الباحثة اختيارها لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام خاصة في ظل أنها تهتم بدراسة ثلاثة أنواع من التأثيرات "المعرفية- السلوكية- الوجدانية".

سادساً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى الاهتمام بمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية؟
- 2- ما الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية؟
- 3- ما طبيعة الصور الذهنية التي ترسهما وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية عن أخبار وقضايا المجتمعات الغربية؟
- 4- ما تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية في متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية؟
- 5- ما أسباب اختيار مجتمعات غربية يتم متابعة قضاياها وأخبارها عبر وسائل الإعلام؟
- 6- ما القضايا والأحداث التي تحظى بالمتابعة من خلال وسائل الإعلام الجديد والتقليدي عن المجتمعات الغربية؟
- 7- ما مقترحات تطوير المعالجة الإعلامية لقضايا وأخبار المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة؟

سابعاً: فروض الدراسة:

- 1- الفرض الرئيسي الأول: هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات

الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصري.

2- الفرض الرئيسي الثاني: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل المتابعة لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة والاعتماد على كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في استقاء المعلومات عن المجتمعات الغربية.

3- الفرض الرئيسي الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الوسيلة الإعلامية التقليدية والجديدة وصحة الصور الذهنية عن هذه المجتمعات الغربية.

4- الفرض الرئيسي الرابع: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصري.

5- الفرض الرئيسي الخامس: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصري.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة وصفية والتي تستهدف وصف وتحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة للظاهرة محل الدراسة، حيث تهدف الباحثة إلى دراسة مدى اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تشكيل الصور الذهنية عن المجتمعات الغربية حيث الاعتماد على نمط وسيلة معين والتعرف لصوره الإعلامية المختلفة التي يقدمها عن هذه المجتمعات الغربية يشكل في نهاية الأمر صوراً ذهنية راسخة لدى متابع هذه الوسائل الإعلامية والتي تكون بشكل أكبر عينه على الواقع البعيد عنه، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة للدراسة الميدانية لصعوبة حصر مجتمع الدراسة الميدانية كاملاً.

٢- مجتمع وعينة الدراسة وأداة جمع البيانات:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور الشباب المصري، وتعتمد الدراسة على اختيار عينة عشوائية بسيطة منه بلغ عددهم ٤٠٠ مبحوثاً، وتم اختيار هذه الفئة العمرية لأنها تمثل أعلى الشرائح العمرية تواصلاً مع المستحدثات التكنولوجية والاتصالية، وتوظيفها بشكل مرتفع في إدارة حياتهم اليومية الخاصة إلى جانب شئون العمل.

وقامت الباحثة بتصميم صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات منهم وتشمل مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، علاوة على صياغة مجموعة من العبارات التي تمثل في تكاملها سبيلاً في التعرف على تأثيرات الاعتماد على نوعي وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تشكيل الصور عن المجتمعات الغربية.

وتم سحب عينة الدراسة من محافظتي القاهرة والجيزة، مع مراعاة اختلاف مستوى المناطق السكنية التي تقطنها عينة الدراسة وبالتالي اختلاف المستويات الاقتصادية كما هو موضح في خصائص العينة، وتم التوجه لأماكن التجمعات مثل النوادي والمولات بهذه المناطق، إلى جانب الجامعات الحكومية والخاصة، وذلك لاستهداف الفئات العمرية من ١٨ لأقل من ٢٢ عاماً والذين يمثلوا فئة "طلبة وطالبات مرحلة التعليم الجامعي"، وعن خصائص عينة الدراسة الميدانية تفصيلياً فكانت على النحو التالي:

١- ارتفعت نسبة الإناث المشاركات في الدراسة بـ ٥١,٧% مقابل نسبة ٤٨,٣% لمشاركة الذكور، وكان نسبة ٥٩,٥% من العينة طلبة وطالبات مرحلة التعليم الجامعي، تلاه نسبة ٢٧,٥% عاملين في مقابل نسبة ٣% من العينة غير عاملين.

٢- تبين أن نسبة ٥٤,٥% من العينة تقع في الفئة العمرية ما بين ١٨ إلى أقل من ٢٢ عاماً، تلاه نسبة ١٨% من العينة في الفئة العمرية ما بين ٢٢ إلى أقل من ٢٦ عاماً، وكذلك بذات النسبة السابقة جاءت الفئة العمرية

ما بين ٢٦ إلى أقل من ٣٠ عاماً، وأخيراً جاء نسبة ٩,٥% من العينة تقع في الفئة العمرية ما بين ٣٠ إلى أقل من ٣٥ عاماً.

٣- تنوعت أماكن إقامة عينة الدراسة من الشباب المصري في مناطق متنوعة على مستوى محافظتي القاهرة والجيزة، وإن جاء في المقدمة نسبة ١٩,٥% تقيم في مدينة نصر، تلاه نسبة ١٧% تقيم في المقطم، ثم نسبة ١٦,٨% تقيم في المعادي، ثم نسبة ٩,٣% تقيم في مصر الجديدة، تلاه نسبة ٧,٨% تقيم في منطقة الهرم، وكانت أقل المناطق التي تقيم بها عينة الدراسة هي الحلمية بنسبة ٢,٨% تلاه منطقة إمباية بنسبة ٢,٥%.

٤- كان غالبية عينة الدراسة مالكي وحداتهم السكنية أيضاً كانت طبيعتها وذلك بنسبة ٩٢% مقابل نسبة ٨% من العينة مستأجرة لها، أما عن طبيعة هذه الوحدات السكنية التي تقطنها العينة، فتبين أن نسبة ٦٦,٥% منها تقطن شقة في حي راقى، تلاه نسبة ١٩% من العينة تقطن شقة في حي متوسط، ثم نسبة ١١,٥% من العينة تقطن فيلا، وأخيراً نسبة ٣% من العينة تقطن شقة في حي شعبي.

٥- ارتفعت نسبة عينة الدراسة التي لها عضوية في النادي وذلك بـ ٥٤% في مقابل نسبة ٤٦% من العينة ليس لها عضوية، وارتفعت نسبة اشتراك العينة التي لها عضوية في أندية مصرية في نادي وادي دجلة بنسبة ٥٧,٤% تلاه نسبة ٢٨,٢% منهم في نادي الأهلي، ثم بنسبة ٧,٩% في نادي الرحاب، تلاه نسبة ٢,٨% في نادي الطيران، ثم نسبة ١,٩% من العينة مشتركة في كل من نادي الزهور ونادي أيبندوس.

٦- وجد أن نسبة ٥٢,٥% من عينة الدراسة يسافرون بصورة غير منتظمة للخارج، تلاه نسبة ١٥,٥% يسافروا بشكل منتظم، في حين أن نسبة ٣٢% من مفردات العينة لا تسافر خارج مصر، وتنوعت أغراض السفر للخارج، جاء في مقدمتها للسياحة والتزهر بنسبة ٧٤,٦% تلاه في المرتبة الثانية لزيارة الأقارب بنسبة ١٣,٦% وفي المرتبة

الثالثة جاء غرض الدراسة بنسبة ٧,٤٪ تلاه للعمل بصورة دائمة في الخارج بنسبة ٢,٩٪ وأخيراً للبحث عن عمل بنسبة ١,٥٪.

وتستخلص الباحثة مقياساً عاماً للمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة، (٢٥) وتبين أن المتوسط الحسابي له بلغ (٦٢,٧) درجة، أي تتسم العينة بكون مستواها الاقتصادي مرتفع نوعاً ما، أما عن مستويات عينة الدراسة الاقتصادية فجاءت كما يلي:

جدول رقم (١)

يوضح نتائج مستويات عينة الدراسة الاقتصادية

| النسبة | التكرار | المستوى الاقتصادي |
|--------|---------|-------------------|
| ٤١,٢ | ١٦٥ | مرتفع |
| ٣٤,٨ | ١٣٩ | متوسط |
| ٢٤ | ٩٦ | منخفض |
| ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١) أن عينة الدراسة يتسم مستواها الاقتصادي بنسبة ٤١,٢٪ بواقع ١٦٥ مبحوثاً، في حين أن نسبة ٣٤,٨٪ من العينة يتسم مستواها بالتوسط، ويليه نسبة ٢٤٪ من العينة التي يتسم مستواها الاقتصادي بالانخفاض.

٢- اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الثبات (Reliability): يقصد قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات والعينة الزمنية والحصول على نفس النتائج (٣)، وقد تم استخدام البرنامج الإحصائي spss لحساب ثبات المقاييس الخاصة بالدراسة وذلك باستخدام معامل ألفا كرونباخ حيث جاءت نتائج معامل ألفا تتراوح بين ٠,٨٠ و ٠,٩١، هي نتيجة مقبولة، حيث جاء نتيجة معامل ألفا لكل مقياس على النحو التالي:

● قيمة معامل ألفا لمقياس التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة: ٠,٨٠

● قيمة معامل ألفا لمقياس الاعتماد على نمطى وسائل

الإعلام: ٠,٨٢

● قيمة معامل ألفا لمقياس تأثيرات الاعتماد على نمطى وسائل الإعلام: ٠,٩١

ثانياً: اختبار الصدق (Validity): يعنى صدق المقياس المستخدم في قياس المفهوم الذي ترغب الباحثة في قياسه، (٣٧) وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة قامت الباحثة بعرض أداة صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الخبراء والمتخصصين (٣٨) في مناهج البحث والإعلام.

تاسعاً: إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً:

بعد أن قامت الباحثة بتوزيع استمارات الاستقصاء على عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي، تم المراجعة والتدقيق على البيانات التي تم جمعها وتكويد الأسئلة المفتوحة بالاستمارة، لتصبح جاهزة لإدخالها كبيانات في الحاسب عبر برنامج Spss وإجراء المعاملات والاختبارات الإحصائية، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

عاشراً: نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

١- مدى الاهتمام بمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية:

١/١- مدى الاهتمام بمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام بشكل عام:

جدول رقم (٢)

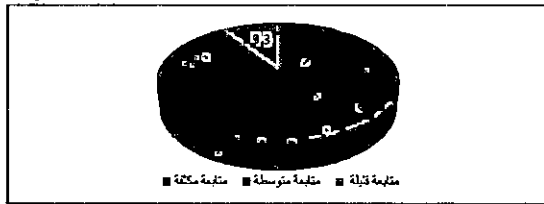
مدى الاهتمام بمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام بشكل عام

| النسبة | التكرار | مدى الاهتمام |
|--------|---------|--------------|
| ٩٢,٥ | ٣٧٠ | نعم |
| ٧,٥ | ٣٠ | لا |
| ١٠٠ | ٤٠٠ | الإجمالي |

بمتابعة ما يبث عن هذه المجتمعات الغربية عامةً عبر التلفزيون في مقابل نسبة ١, ١% لا تهتم إطلاقاً بما يبث عبر هذه الوسيلة عنه، ثم تأتي الصحافة في الترتيب الثالث من حيث متابعة ما ينشر بها عن هذه المجتمعات بنسبة ٢, ٧٧% في مقابل نسبة ٧, ٢٢% لا تتابع ما ينشر عن هذه المجتمعات عبرها، وأخيراً جاءت متابعة ما يبث عن المجتمعات الغربية على وسيلة الراديو في الترتيب الرابع بنسبة ٢, ٧٦% في مقابل نسبة ٨, ٢٢% لا تتابع ما ينشر عن هذه المجتمعات عبرها.

وبالتالي كشف التحليل الكمي عن أن الإنترنت والتلفزيون حظيا بأعلى معدل متابعة منتظمة للقضايا والأحداث التي تبث عن المجتمعات الغربية عبرهما، في حين كان الراديو في مقدمة الوسائل الإعلامية لدى الشباب المصري من حيث المتابعة غير المنتظمة، وأخيراً كانت الصحافة في مقدمة الوسائل الإعلامية لدى الشباب المصري من حيث المتابعة النادرة عبرها لقضايا وأحداث المجتمعات الغربية، وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت له الدراسات السابقة من حيث ارتفاع معدل متابعة القنوات الفضائية التلفزيونية والإنترنت ليس على صعيد الشباب المصري فقط بل الشباب العربي أيضاً.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة السابقة مقياساً عاماً لمستويات متابعة عينة الدراسة لقضايا وأخبار المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام بنوعيه التقليدي والجديدة كما يلي:



رسم بياني رقم (١) مستويات متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١) أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة تهتم بمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام بشكل عام بلغت ٩٢, ٥% في مقابل نسبة ٧, ٥% من العينة التي لا تهتم بهذه النوعية من الأخبار، وهي النتيجة التي توضح أن هذه النوعية من المعلومات تعد من الشؤون المعرفية التي يهتم بها الشباب المصري، والتي تتفق مع نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة (أميرة سمير طه، ٢٠١٤) ودراسة (عريف، ٢٠١١) ودراسة (نجلاء فتحى، ٢٠١١) ودراسة (أحمد فاروق رضوان، ٢٠١١) التي أشارت لاهتمام الشباب المصري بالشأن السياسي عموماً سواء كان داخلياً أو خارجياً وكذلك الشأن الثقافي، حيث أن قضايا وأخبار المجتمعات الغربية تنطوي على شقين أساسين جزء منه سياسي يتضمن علاقة العرب والغرب على صعيد الحكام والسياسيات المتبادلة بينهما، وكذلك شق ثقافي متعلق بمدى معرفة الشباب المصري عن هذه المجتمعات تاريخياً وفتياً ورياضياً وغيره من مجالات الحياة.

١/٢- مدى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة فيما يتعلق بقضايا وأخبار المجتمعات الغربية:

جدول رقم (٣)

مدى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة فيما يتعلق بقضايا وأخبار المجتمعات الغربية

| الاجمالي | تابع | | تتبع | | أحياناً | | نهداً | | فوسيلة | |
|-----------|------|------|------|------|---------|------|-------|------|--------|-----|
| | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| التلفزيون | ٣٧٠ | ١,١ | ٤ | ٥,٩ | ٢٢ | ٢٩,٧ | ١١٠ | ٦٣,٢ | ٢٣٤ | ١٠٠ |
| الراديو | ٣٧٠ | ٢٣,٨ | ٨٨ | ٢١,١ | ٧٨ | ٤٥,٩ | ١٧٠ | ٩,٢ | ٣٤ | ١٠٠ |
| الصحافة | ٣٧٠ | ٢٢,٧ | ٨٤ | ٢٣,٥ | ١٢٤ | ٧٧ | ١٠٠ | ١٦,٨ | ٦٢ | ١٠٠ |
| الإنترنت | ٣٧٠ | ١,٥ | ٢ | ١,١ | ٤ | ١٩,٥ | ٧٢ | ٧٨,٩ | ٢٩٢ | ١٠٠ |

يلاحظ من الجدول السابق رقم (٣) ارتفاع متابعة عينة الدراسة لما ينشر عن المجتمعات الغربية عبر الإنترنت بنسبة ٩٩, ٥% في مقابل نسبة ٠, ٥% لا تهتم بما يبث عبر هذه الوسيلة، وأن نسبة ٩٨, ٩% من عينة الدراسة تهتم

| المتابعة | وسائل الإعلام التقليدية | | | | | | وسائل الإعلام الجديدة | | | | | | |
|--|-------------------------|------|-------|------|---------|------|-----------------------|-----|-------|-----|---------|----|------|
| | تلفزيون | | أخبار | | تلفزيون | | تلفزيون | | أخبار | | تلفزيون | | |
| | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| أخذت عليها في جمع معلومات عن عادات التواضع القوي والتواضع | ٨٠ | ٦٦,٦ | ٢٠٠ | ٥٤,١ | ٩٠ | ٢٤,٢ | ٣٧٠ | ١٢٢ | ١١,٧ | ٩٨ | ٢٦,٥ | ٤٠ | ١٠,٨ |
| أخذت عليها في جمع معلومات عن أنواع الضيق القوي | ١٢ | ١٦,٨ | ١٥٤ | ٤١,٦ | ١٥٤ | ٤١,٦ | ٣٧٠ | ١٢٤ | ٣٨,٩ | ١١١ | ٣٠,٦ | ٧٨ | ٢١,١ |
| أخذت عليها في جمع معلومات في حزمة أخبار الوثائق العربي العالية | ٨٢ | ١٢,٢ | ١٢٠ | ٣٤,١ | ٩٨ | ٢٦,٥ | ٣٧٠ | ١٢٨ | ٣٦,٦ | ٩٨ | ٢٦,٥ | ٤٤ | ١١,٩ |
| أخذت عليها في جمع معلومات عن أسلوب حياة الضيق القوي | ٨٢ | ١٢,٢ | ١٥٦ | ٤٢,٧ | ١٢١ | ٣٥,٧ | ٣٧٠ | ١٢٢ | ٣٥,٦ | ٩٤ | ٢٦,٤ | ٧١ | ١٩,٤ |
| أخذت عليها في جمع معلومات عن نشأة وتطور العلاقة بين الغرب والشرق | ٩٤ | ١٢,٩ | ١٢٨ | ٣٧,٢ | ١٢٦ | ٣٤,٨ | ٣٧٠ | ١٢٨ | ٣٤,٨ | ١٠٩ | ٢٩,٦ | ٨٤ | ٢٢,٧ |
| أخذت عليها في جمع معلومات عن أزياء الضيق القوي | ١١٢ | ١٦,٣ | ١١٦ | ٣٢,٤ | ١٤٢ | ٣٨,٤ | ٣٧٠ | ١١٨ | ٣٢,٠ | ١١٠ | ٣٠,٦ | ٨٢ | ٢٢,٢ |
| أخذت عليها في جمع معلومات عن أزياء الضيق القوي | ١٠٩ | ١٤,٩ | ١٢٤ | ٣٣,٥ | ١٤٠ | ٣٧,٨ | ٣٧٠ | ١٢١ | ٣٢,٦ | ١٠٧ | ٢٩,٧ | ٨٤ | ٢٢,٧ |

تكشف بيانات الجدول السابق رقم (٣) عن المقارنة بين اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في استقاء نوعية محددة من المعلومات المتعلقة بالمجتمعات الغربية، وذلك من خلال تحديد مدى اتفاهه أو معارضته مع ما يلي:

- ارتفع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن عادات المجتمع الغربي وتقاليده، حيث أشار نسبة ٦٢,٧% من العينة إلى اعتمادهم على هذه الوسائل في جمع معلوماتهم في هذا الجانب، يليه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٢٦,٥% من العينة، في حين اختلف موقف العينة بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في هذا الشأن حيث جاء بنسبة ٥٤,١% من عينة الدراسة مع فئة الاعتماد غير المنتظم، تلاه الاعتماد النادر عليها بنسبة ٢٤,٣%.

- ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن تاريخ المجتمع الغربي، حيث أشار نسبة ٤٠% من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الشأن، يليه

يتضح أن نسبة ٦٨% من عينة الدراسة تتسم بمستويات المتابعة المرتفعة أو المكثفة لقضايا وأخبار المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً، تلاه نسبة ٢٢,٧% من العينة تتسم بالمتابعة المتوسطة لهذه النوعية من الأخبار، وأخيراً نسبة ٩,٣% من عينة الدراسة من الشباب المصري تتابع بمستوى منخفض أخبار وقضايا المجتمعات، وبالتالي كان متوسط المقياس العام لمتابعة عينة الدراسة لأخبار وقضايا المجتمعات الغربية بـ (٦٨,٥) درجة، وعند المقارنة بين مدى المتابعة لقضايا وأخبار المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام الجديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، تبين ارتفاع عينة الدراسة لمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات عبر وسائل الإعلام الجديد بوزن مرجح قيمته (٨٩) درجة مقارنة بالوزن المرجح لمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات عبر وسائل الإعلام التقليدي بـ (٦٤,٢) درجة، وتتقارب النتائج السابقة مع ما توصلت له الباحثة من استعراضها للدراسات السابقة المتعلقة بالاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، يتفوق وسائل الإعلام الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية من حيث درجة اعتماد الشباب المصري عليهما، وإن اختلف الأمر مع كبار السن حيث الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية أكثر من وسائل الإعلام الجديدة، مثل دراسة (and others Dozier David 2009).

٢- الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية:

٢/١- طبيعة الوسائل الجديدة والتقليدية التي يتم الاعتماد عليها بشكل كبير في استقاء نوعية محددة من المعلومات المتعلقة بالمجتمعات الغربية:

جدول رقم (٤)

مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في استقاء نوعية محددة من المعلومات المتعلقة بالمجتمعات الغربية

الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٣٨,٩٪ من قبل العينة، في حين اختلف موقف العينة بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في هذا الجانب، حيث جاء نسبة ٤١,٦٪ من عينة الدراسة مع فئة الاعتماد غير المنتظم، تلاه الاعتماد النادر عليها بنسبة ٤١,٦٪ .

- ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في متابعة أخبار المجتمع الغربي الحالية، حيث أشار نسبة ٦١,٦٪ من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الجانب، يليه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٢٦,٥٪ من قبل العينة، في حين اختلف موقف العينة بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في هذا الشأن حيث جاء بنسبة ٥١,٤٪ من عينة الدراسة مع فئة الاعتماد غير المنتظم، تلاه الاعتماد النادر عليها بنسبة ٢٦,٥٪ .

- ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن أسلوب حياة المجتمع الغربي، حيث أشار نسبة ٥٤,٦٪ من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الشأن، يليه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٢٥,٤٪ من قبل العينة، في حين اختلف موقف العينة بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في هذا الجانب، حيث جاء نسبة ٤٢,٢٪ من عينة الدراسة مع فئة الاعتماد غير المنتظم، تلاه الاعتماد النادر عليها بنسبة ٢٥,٧٪ .

- ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن نشأة وتطور العلاقة بين الغرب والعرب، حيث أشار نسبة ٨٤,٤٪ من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الشأن، يليه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٢٨,٦٪ من قبل العينة، في حين اختلف موقف العينة بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في هذا الجانب، حيث جاء نسبة ٣٧,٢٪ من عينة الدراسة مع فئة الاعتماد غير المنتظم، تلاه الاعتماد

النادر عليها بنسبة ٣٦,٨٪ .

- ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم عن أزمات المجتمع الغربي، حيث أشار نسبة ٤٥,٤٪ من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الشأن، يليه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٢٢,٤٪ من قبل العينة، في حين اختلف موقف العينة بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في هذا الجانب، حيث جاء نسبة ٣٨,٤٪ من عينة الدراسة مع فئة الاعتماد النادر عليها، تلاه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٣١,٤٪

- ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في حسم الجدل بشأن قضايا المجتمع الغربي في حالة تضارب المعلومات بشأنها، حيث أشار نسبة ٤٩,٧٪ من العينة إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة في جمع معلوماتهم في هذا الشأن، يليه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٢٧,٦٪ من قبل العينة، في حين اختلف موقف العينة بخصوص الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في هذا الجانب، حيث جاء نسبة ٢٧,٨٪ من عينة الدراسة مع فئة الاعتماد النادر عليها، تلاه الاعتماد غير المنتظم عليها بنسبة ٣٣,٥٪ .

- وقامت الباحثة بتكوين مقياساً عاماً للاعتماد يقارن ما بين اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية في الحصول على معلومات عن المجتمعات الغربية، وتبين ارتفاع اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة بوزن مرجح قيمته (٦٦,٥) درجة ويرجع ذلك للاعتماد الدائم في جمع المعلومات عن المجتمع الغربي وقضاياها، في مقابل الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية بوزن مرجح قيمته (٤٤,٧) درجة ويعزو ذلك لعدم انتظام (أحياناً) الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في جمع هذه المعلومات عن المجتمعات الغربية. - تعزو النتائج السابقة لأن وسائل الإعلام التقليدية لها أجندها التي تقدمها وفقاً للسياسة التي تتبعها تلك

المفضلة لديهم عليهما، وذلك من خلال اختيار الوسائل التي يتابع عليها هذه القوالب بما يعكس تفضيلاته لأي وسيلة كانت تقليدية أم جديدة يتابع عبرها أخبار وقضايا المجتمعات الغربية، وكانت النتائج على النحو التالي:

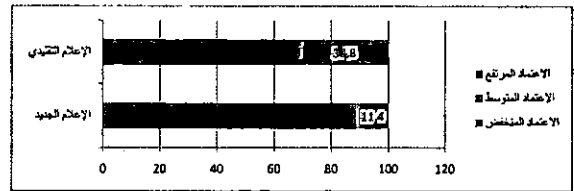
- كانت البرامج عامة سواء الحوارية أو الحديث المباشر المفضلان في متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية وبالتالي ارتفاع تأثيرهما في تشكيل الصور الذهنية عن هذه المجتمعات، ومتابعتها عبر التلفزيون وذلك بنسبة ٧٥,١٪ للبرامج الحوارية، وبنسبة ٨٤,٣٪ لبرامج الحديث المباشر، وانخفض متابعة هذان النوعان من البرامج على وسيلة الراديو أو على الإنترنت، والجدير بالذكر أن الكتابة للتلفزيون تتميز بالاختصار، واستخدام لغة واضحة وصريحة وتحديد الحقائق الجوهرية في أقل وقت زمني،^(٢٩) وهذا ما يجعل هذه المعالجة التلفزيونية تتفوق بشكل كبير في جذب الجمهور لها وينافسها الإنترنت لتمييزه بالتفاعلية.

- وجاء في المرتبة الثانية متابعة نشرات الأخبار عبر وسيلة التلفزيون في المقدمة بنسبة ٧٦,١٪ وكانت نسبة متابعتها عبر الإنترنت ١٧,٩٪ وهو الأمر الذي يبرز تفضيل القنوات الفضائية التلفزيونية في متابعة الأحداث الجارية والقضايا الإخبارية.

- وجاء في المرتبة الثانية "الدراما" أيضاً من حيث القوالب المفضلة لتجميع معلومات عن أخبار وطبيعة حياة المجتمعات الغربية، وتبين تفضيل متابعتها على التلفزيون بنسبة ٨٥,٣٪ في المقدمة، تلاه متابعة الحلقات الدرامية من خلال الإنترنت أي من خلال ما تخصصه هذه المواد الدرامية من صفحات لها على مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع إلكترونية.

- وفي المرتبة الثالثة جاء متابعة الإعلانات، وإن لم يقتصر حرص عينة الدراسة على متابعة هذا القالب عبر وسيلة محددة، بل تقسم اهتمامهم بهذا القالب بين كافة الوسائل على النحو التالي: (في المقدمة بنسبة ٣٥,٨٪ من على الإنترنت، تلاه بنسبة ٢٤,٦٪ من الصحف، ثم بنسبة

الوسائل في حين أن وسيلة الإنترنت تعد عالمياً مفتوحاً ولا يوجد رقابة عليه، وتتعدد الأفكار والأيدولوجيات والقضايا والأخبار المعروضة عليها، والتي يمكن مطالعتها في أي وقت ومن أي مكان، وهو الأمر الذي كان مجال انتقاد في دراسة (دعاء الغواي، وإنجي شعبان، ٢٠١٤) بأن الإعلام الجديد غير ملتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي مثل الإعلام التقليدي، ويوضح الرسم البياني التالي مستويات الاعتماد الكلية على كلا نوعي الوسائل التقليدية والجديدة كما يلي:



رسم بياني رقم (٢) يوضح مستويات الاعتماد الكلية على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية

٢/٢- القالب الإعلامي الذي يتم استقاء المعلومات منه عن المجتمع الغربي والوسيلة التي يتم متابعتها عليها:

جدول رقم (٥)

القالب الإعلامي الذي يتم استقاء المعلومات منه عن المجتمع الغربي والوسيلة التي يتم متابعتها عليها

| القالب | التلفزيون | | الصحف | | الإنترنت | | الإجمالي (م) |
|------------------|-----------|------|-------|------|----------|-----|--------------|
| | د | % | د | % | د | % | |
| برامج حوارية | ٢٧٨ | ٧٨,٩ | - | - | ١٢ | ٣,٢ | ٢٩٠ |
| برامج حديث مباشر | ٣١٢ | ٨١,٣ | - | - | ٢٤ | ٦,٧ | ٣٣٦ |
| شركات أخبار | ٢٨٠ | ٧٦,٦ | - | - | ٢٢ | ٦ | ٣٠٢ |
| مادة دراسية | ٣١١ | ٨٥,٣ | - | - | ٤ | ١,١ | ٣١٥ |
| إعلانات | ٨١ | ٢٣,٥ | ١١٤ | ٣١,٦ | ٢٢ | ٦,١ | ٢١٧ |
| مادة نصية نظرية | - | - | ١٥٦ | ٤٣,٦ | - | - | ١٥٦ |
| المقالي | ١٥٦ | ٤٣,٦ | - | - | ٢٤ | ٦,٧ | ١٨٠ |
| مسابقات | ٢١٠ | ٥٦,٤ | ١٦ | ٤,٥ | ١٠ | ٢,٨ | ٢٣٦ |

تكشف بيانات الجدول السابق رقم (٥) مقارنة بين اعتماد عينة الدراسة من الشباب المصري على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في متابعة القوالب البرمجية

٢٣,٥٪ عبر التلفزيون، وأخيراً بنسبة ٦,١٪ من خلال (الراديو).

- ارتفع اعتماد عينة الدراسة على متابعة ما يكتب عن المجتمعات الغربية من خلال مواقع الإنترنت بنسبة ٥٦,٤٪ في مقابل قراءتها بالصحف بنسبة ٤٣,٦٪ وهى النتيجة التى تتقارب مع ما توصلت له دراسة (نعيم فيصل، ٢٠١٢) حيث تأثير الإعلام الجديد على معدلات القراءة للكتب والصحف والمجلات.

- وفى المرتبة الرابعة جاء متابعة الأغاني كقالب يقدم معلومات عن أسلوب ونمط حياة المجتمعات الغربية، وتقارب اعتماد عينة الدراسة على مواقع الانترنت والتلفزيون فى استماع الأغاني ومشاهدة الفيديو كليب الغنائى بهما بنسبة ٤٥,٦٪ وبنسبة ٤٣,٢٪ على التوالى، تلاه بنسبة ١١,١٪ متابعة عينة الدراسة للأغاني على الراديو.

- وفى المرتبة الخامسة جاءت المسابقات كقالب يتعرف من خلاله عينة الدراسة معلومات عن المجتمعات الغربية ومنها تشكيل الصور الذهنية عنهم، حيث ارتفع متابعة عينة الدراسة بنسبة ٥٩,٢٪ للمسابقات التلفزيونية والمتعلقة بالشأن الغربى أو تحاكي أسلوب المجتمعات الغربية، تلاه متابعة هذه المسابقات بالمواقع الالكترونية بنسبة ٢٣,٤٪ ثم من خلال الراديو بنسبة ١٦,٤٪.

٢/٣- طبيعة المواقع الإلكترونية التى تمثل فى أشكالها وتنوعها منابر الإعلام الجديد من حيث متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية:

جدول رقم (٦)

طبيعة المواقع الالكترونية التى يتم عبرها كمنابر للإعلام الجديد قضايا المجتمعات الغربية

| الموقع | دها | | امها | | تأراً | | الإجمالي |
|------------------------------|-----|------|------|------|-------|------|----------|
| | ك | % | ك | % | ك | % | |
| المواقع الالكترونية العامة | ١٧٦ | ٤٧,٦ | ١٥٨ | ٤٢,٧ | ٣٦ | ٩,٧ | ٣٧٠ |
| المواقع الالكترونية المتخصصة | ١١٠ | ٢٩,٨ | ١٧٠ | ٤٥,٩ | ٩٠ | ٢٤,٣ | ٣٧٠ |

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (٦) أن عينة

الدراسة تتابع بشكل دائم المواقع الالكترونية العامة بنسبة ٤٧,٦٪ لمعرفة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية، تلاه بفارق بسيط متابعة نسبة ٤٢,٧٪ من عينة الدراسة لهذه المواقع لتحقيق ذات الهدف، وأخيراً جاء نسبة ٩,٧٪ من عينة الدراسة التى تتابع بشكل نادر هذه المواقع الالكترونية لمعرفة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية، أما عن المواقع الالكترونية المتخصصة، فنجد أنه جاء فى المقدمة متابعة نسبة ٤٥,٩٪ من عينة الدراسة لها بشكل غير منتظم لمعرفة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية، تلاه المتابعة الدائمة لها من قبل نسبة ٣٧,٨٪ ثم المتابعة النادرة لهذه المواقع لتحقيق هدف المعرفة.

٣- طبيعة الصور الذهنية التى تشكلها وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية وفقاً لمعالجتها الإعلامية لقضايا وأخبار المجتمعات الغربية:

٣/١- مدى قدرة وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية على تشكيل صور عن المجتمعات الغربية:

جدول رقم (٧)

يوضح مدى قدرة وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية على تشكيل صور عن المجتمعات الغربية

| نمط الوسيلة | رسم صورة خفيفة | | رسم صورة شبه حقيقية عليهم | | رسم صورة خفيفة | | الإجمالي |
|------------------------|----------------|------|---------------------------|------|----------------|------|----------|
| | ك | % | ك | % | ك | % | |
| وسائل الإعلام التقليدى | ١١٨ | ٣١,٩ | ١٠٨ | ٢٩,٢ | ٤٤ | ١١,٩ | ٣٧٠ |
| وسائل الإعلام الجديدة | ١٨٤ | ٤٩,٧ | ١١٠ | ٢٩,٦ | ٢٦ | ٧ | ٣٧٠ |

تكشف بيانات الجدول السابق رقم (٧) عن أن كلا نمطى وسائل الإعلام التقليدية والجديدة يرسمان صوراً حقيقية أو شبه حقيقية عن المجتمعات الغربية بشكل حصد أغلب إجابات عينة الدراسة، فى حين حصد رسم صورة خاطئة أقل إجابات على مستوى نوعى الوسائل، وهو ما يدل على ارتفاع مصداقية وثقة عينة الدراسة فى المنابر الإعلامية التى يتابعها فى كلا الوسيلتين التقليدية أو الجديدة، وربما يعزو ذلك وفقاً للنظرية بأنه كلما ارتفع معدل الاعتماد على وسائل الإعلام كلما كانت قادرة على إزالة الغموض فى المعلومات وكذلك تقديم التفسيرات

الصحيحة.

وأشارت نسبة ٥٦,٢% من عينة الدراسة الميدانية إلى أن وسائل الإعلام التقليدية ترسم صورة شبه حقيقية عن أخبار وقضايا المجتمعات الغربية تلاه رسم صورة حقيقة عنهم من قبل نسبة ٣١,٩% منهم، في حين اختلف الأمر مع وسائل الإعلام الجديدة حيث أشار في المقدمة نسبة ٤٩,٧% من عينة الدراسة إلى أنها ترسم صورة حقيقية عن هذه المجتمعات، تلاه نسبة ٤٣,٢% من عينة الدراسة التي ترى أن هذه الوسيلة ترسم صورة شبه حقيقية عن هذه المجتمعات.

أما عن رسم صورة خاطئة عن هذه المجتمعات الغربية، فكانت رؤية نسبة ١١,٩% أن وسائل الإعلام التقليدية تقوم بذلك، في حين رأت نسبة ٧% من عينة الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة تقوم بذلك.

٣/٢- الوسائل الإعلامية التقليدية والجديدة التي تدعم نوعية محددة من الصور الذهنية عن المجتمعات الغربية:

جدول رقم (٨)

يوضح الوسائل الإعلامية الجديدة والتقليدية التي تدعم نوعية محددة من الصور الذهنية عن المجتمعات الغربية

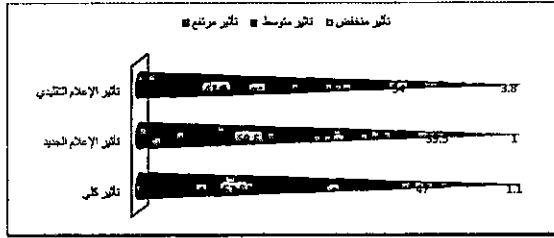
| الصور | وسائل الإعلام التقليدية | | وسائل الإعلام الجديدة | | التنوع | |
|--------------------------------------|-------------------------|------|-----------------------|------|--------|------|
| | ك | % | ك | % | ك | % |
| دعم الديمقراطية | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| مبدأ الحرية | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٥٢ | ٤١,١ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| حرية الفرد في اتخاذ قراره الشخصي | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٢٢ | ٣٣,٢ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| الاعتماد بالبحث العلمي | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| تطور الفن | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| ثقافة الأديب | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| نجاح العلاقة بين الرجل والمرأة | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| التربط المجتمعي حول الفكرة الإيجابية | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| نيل الصفاء | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| الدعوة للسلام | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| دعم حقوق المرأة والطفل | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| مساعدة الإرهاب | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |
| التأكد على حقوق الإنسان | ١٠٠ | ٣٧,٠ | ١٤٤ | ٣٨,٩ | ١٠٠ | ٣٧,٠ |

تنوعت الصور الذهنية التي يتفوق كل نمط من وسائل الإعلام في بثها وتدعيمها عن هذه المجتمعات الغربية وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة ووفقاً لتقديره نتيجة

متابعته المتراكمة لما تبثه وسائل الإعلام بنوعيتها، حيث تفوق الإعلام التقليدي في تدعيم نوعية من الصور عن هذه المجتمعات الغربية (معاناتها من التفكك الأسري بنسبة ٢٨,٤% من العينة)، وهو ما يدل على أن معالجات الإعلام التقليدي تركز على نمط الأسر الغربية ومقارنته بالأسر المصرية، أكثر من تركيزه على مميزات أخرى توجد لدى المجتمع الغربي مثل حرية الرأي وجودة التعليم وغيره.

ونتيجة لما سبق تفوقت وسائل الإعلام الجديدة في رسم صور متنوعة عن هذه المجتمعات لاتساع مجالات التداول لها في ظل عدم وجود رقابة على المضمون مع ارتفاع الإمكانيات التكنولوجية لتحقيق جودة الصوت والصورة معاً وإتاحتها لخاصية التفاعلية للجمهور المتعامل معه، مثل تأكيد نسبة ٥١,٩% من عينة الدراسة على تمتع الفرد بالمجتمعات الغربية بحرية الرأي والتعبير، وإشارة نسبة ٤٣,٨% من العينة إلى اهتمام المجتمعات الغربية بالبحث العلمي، وكان كلا الصورتين السابقتين إيجابيتين، في حين أكد هذا الإعلام على صورة سلبية للمجتمعات الغربية وهي (مساعدة الإرهاب بنسبة ٣٩,٥% من العينة). بينما اتفق بعض أفراد العينة على تدعيم كلا نمط وسائل الإعلام معاً في رسم صور معينة عن المجتمعات الغربية في المقدمة بعضهم سلبياً والأخر إيجابياً، ومن نماذج الصور الإيجابية (تدعيم الديمقراطية بنسبة ٢٨,٩% من العينة)، و(نبذ العنف بنسبة ٥٧,٨%) والدعوة للسلام بنسبة ٥٤,٦% و(التأكيد على حقوق الإنسان بنسبة ٥٦,٨% و(تدعيم حقوق المرأة والطفل بنسبة ٦٢,٢% و(التربط المجتمعي حول الفكرة الإيجابية بنسبة ٤١,٦% و(نجاح العلاقة بين الرجل والمرأة بنسبة ٥٥,٧% و(تطور الفن بنسبة ٥٠,٣% أما عن الصورة السلبية وهي (ضد العرب بنسبة ٤١,١% .

ويوضح من نتائج الدراسة أن غالبية الصور الذهنية التي تشكلت عن هذه المجتمعات الغربية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام إيجابية نوعاً ما متمثلاً في أنها دول تحترم



رسم بياني رقم (٢) يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية في متابعة أخبار المجتمعات الغربية على الشباب المصري

وعن تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام ما بين المعرفية والوجدانية والسلوكية في إطار مقارنة بين وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية، فكانت النتائج كما يلي:

٤/١- التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة نتيجة متابعة ما يقدم بها عن المجتمعات الغربية:

جدول رقم (٩)

يوضح التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة نتيجة متابعة ما يقدم بها عن المجتمعات الغربية

| البيانات | وسائل الإعلام التقليدية | | | | | | وسائل الإعلام الجديدة | | | | | |
|----------|-------------------------|-----|--------|-----|--------|-----|-----------------------|-----|--------|-----|--------|-----|
| | معايير | | معايير | | معايير | | معايير | | معايير | | معايير | |
| | ك | د | % | ك | د | % | ك | د | % | ك | د | % |
| 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 | 178 |
| 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 | 179 |
| 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 | 180 |
| 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 | 181 |
| 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 | 182 |
| 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 | 183 |
| 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 | 184 |
| 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 | 185 |
| 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 | 186 |
| 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 | 187 |
| 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 |
| 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 | 189 |
| 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |

استخلصت الباحثة من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي تقيس التأثيرات المعرفية لاعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية

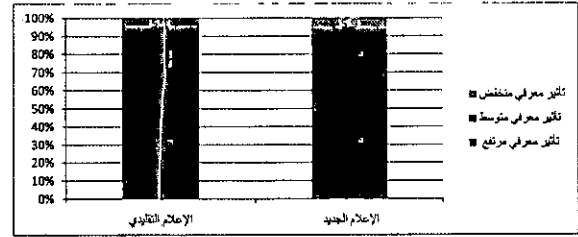
حقوق الإنسان بكافة أنواعها، وتهتم بالسلام العالمي والمجتمعى داخلها، أما عن الصور السلبية عنها في تتعلق في إطار علاقتها بالدول العربية، حيث أنها تساند الإرهاب بدعمها للحركات الإسلامية المتطرفة ويدعمها بشكل كبير الإعلام الجديد، وربما يعزو ذلك لحرية نشر الفيديوهات والتعليق عليها وهو ما حدث مؤخراً مع حركة داعش الإسلامية والنشر الإلكتروني للفيديوهات المتعلقة بها، والتركيز على وجود عناصر أجنبية بها، وتأييدها لموقفها المتطرف، بل توجه وسائل الإعلام التقليدية لإعادة بث هذه الفيديوهات مرة ثانية وخاصة القنوات التلفزيونية الفضائية، وهذا ما ينقلنا إلى أن الإعلام التقليدي وخاصة التلفزيون مع الإعلام الجديد قدما صورة للمجتمعات الغربية بأنها ضد العرب.

٤-٢- تأثير وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية في متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية:

كشف التحليل الإحصائي عن ارتفاع التأثيرات التي تحققت للشباب المصري نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام في متابعته لأخبار وقضايا المجتمعات الغربية، وجاء نتيجة المقياس العام لتأثيرات الاعتماد الذي أعدته الباحثة من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي يتضمنها الجداول أرقام (٨-٩-١٠) المتعلقة بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بـ ٦٥,٩ درجة، حيث ارتفاع تأثير اعتماد الشباب المصري على الوسائل التقليدية والجديدة معاً في متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية نوعاً ما، ويرجع ارتفاع قيمة هذا المقياس الكلي لارتفاع تأثير اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة بـ (٦٨,٨) درجة عن تأثير اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام التقليدية بـ (٦٢,٩) درجة، ويوضح الرسم البياني التالي مستويات التأثير الكلي وكذلك تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية.

بخصوص أخبار وقضايا المجتمعات الغربية مقياساً عاماً، وتبين ارتفاع تأثيرات اعتماد وسائل الإعلام الجديدة المعرفية على الشباب المصرى بدرجة (٧٤) فى مقابل تأثيرات الاعتماد المعرفية على وسائل الإعلام التقليدية بـ (٦٥) درجة.

ويوضح الرسم البيانى التالى مستويات تأثيرات الإعلام الجديد والتقليدى معرفياً على الشباب:



رسم بيانى رقم (٤) يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية المعرفية على الشباب المصرى فى متابعة أخبار المجتمعات الغربية على الشباب المصرى

يتضح ارتفاع التأثيرات المعرفية للاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة بشكل كبير بنسبة ٧٠,٢% من العينة، وكان أعلى تأثير لوسائل الإعلام الجديدة على الشباب هو التعلم من الثقافة الغربية كيفية تطوير أسلوب حياتهم وثقافتهم بنسبة ٦٠% بشكل دائم فى حين كانت نسبة الموافقة الدائمة عليها من قبل وسائل الإعلام التقليدى بـ ٤٢,٢% تلاه نسبة ٥٨,٩% التأكيد على معرفتهم بشكل دائم من متابعة وسائل الإعلام الجديد قدرته على تزويدهم بالمعرفة عن حياة المجتمعات الغربية، وكذلك امتلاك الخبرة التى تمكنهم من الحكم السليم على مواقف المجتمعات الغربية، علماً بأن تسبب الموافقة الدائمة على كلا العبارتين السابقتين بالنسبة لتحقيقها من متابعة وسائل الإعلام التقليدى بـ ٤٨,١% و ٢٥,١% على التوالى.

العلاقة بين خصائص عينة الدراسة وتحقق التأثيرات المعرفية من الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة

والتقليدية:

١- تبين باستخدام اختبار (ت) عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين نوع عينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية وذلك عند مستوى معنوية (٠,١٠٥) وكانت قيمة (ت) (٢,٦٢٨) وكذلك عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين نوع عينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة، وذلك عند مستوى معنوية (٠,١٠٦) وكانت قيمة (ت) (٢,٦٢٨).

٢- تبين باستخدام تحليل التباين أحادى الاتجاه وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢) وكانت قيمة (ف) (٥,١٢٩) كما تبين وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٦) وكانت قيمة (ف) (٤,٢٦٠).

٣- تبين باستخدام تحليل التباين أحادى الاتجاه وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة (ف) (٧,٢٥٠) فى حين تبين بالاعتماد على ذات الاختبار عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,١١٣) وكانت قيمة (ف) (١,٧٢٩).

٤/٧- التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة نتيجة متابعة ما يقدم بها عن المجتمعات الغربية:

جدول رقم (١٠)

يوضح التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة من متابعة ما يقدم بها عن المجتمعات الغربية

| العبارة | وسائل الإعلام التقليدية | | | | | | وسائل الإعلام الجديدة | | | | | |
|---|-------------------------|------|-------|------|-------|------|-----------------------|----|-------|------|-------|------|
| | موافق | | محايد | | معارض | | موافق | | محايد | | معارض | |
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك |
| شعرت من تأني مستوى المجتمعات الغربية عليها في مقال التفرغ العربي الطبي | ١٧,٨ | ٤٨,١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ | ١١,٦ | ١١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ |
| السعادة لوجود تفرغ عربي عربي في بعض التصاريا الهامة | ١٧,٨ | ٤٨,١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ | ١١,٦ | ١١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ |
| إثارة الخوف لدى من المجتمعات الغربية في تأثرها على التفرغ والشغلات العربية | ١٧,٨ | ٤٨,١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ | ١١,٦ | ١١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ |
| لشعرت بالثبات بعد التفرغ والشغلات العربي والمجتمعات أفضل التماثل مع التفرغ وليس التفرغ العربي | ١٧,٨ | ٤٨,١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ | ١١,٦ | ١١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ |
| الفرحة في أن أكون شخصية مرموقة عالمياً كالأجانب بنسبة ٥٢,٤% | ١٧,٨ | ٤٨,١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ | ١١,٦ | ١١ | ١,٠ | ١,١٨ | ١١,٦ | ٣٧,٠ |

يتضح من الرسم البياني ارتفاع التأثيرات الوجدانية لاعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية بنسب متقاربة بـ ٦, ٤١% من العينة نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، وبنسبة ١, ٤١% من العينة نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، في حين حصدت عينة الدراسة من الشباب المصري نسبة أعلى من حيث التأثيرات المتوسطة بـ ٤, ٥١% نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة في مقابل نسبة ٤٧% من الشباب وتأثرهم بشكل متوسط نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية.

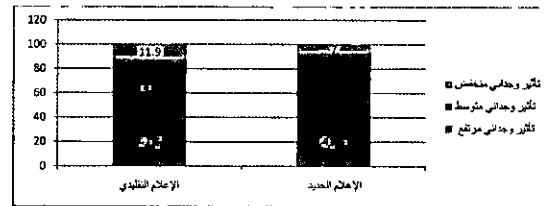
ومن العبارات التي حصدت أعلى موافقة تامة من قبل الشباب المصري نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة لأخبار وقضايا المجتمعات الغربية هي رغبتهم في أن يكونوا شخصية مرموقة عالمياً كالأجانب بنسبة ٤, ٥٢% علماً بأنها حصدت أعلى نسبة موافقة نتيجة متابعة الإعلام التقليدية لأخبار المجتمعات الغربية عليه وكانت ٣, ٥٠% تلاه حزن نسبة ٢, ٤٩% من العينة على تدنى مستوى المجتمعات العربية علمياً في مقابل التفوق الغربي العلمي وذلك من متابعة وسائل الإعلام الجديدة، وكانت نسبة التأثير الوجداني بهذا التدنى في المستوى العلمي العربي نتيجة متابعة وسائل الإعلام التقليدي بـ ١, ٤٨%.

أما عن إثارة الخوف لدى عينة الدراسة من المجتمعات الغربية على التقاليد والعادات العربية فكان التأثير الوجداني لوسائل الإعلام التقليدي أعلى من وسائل الإعلام الجديدة في هذه الجزئية، وذلك بنسبة ٨, ٥٠% لوسائل الإعلام التقليدي في مقابل نسبة ٨, ٢٦% لوسائل الإعلام الجديد، وهي النتيجة التي تتفق مع إجابات عينة الدراسة بأن صور التثكك الأسرى تفوق الإعلام التقليدي في رسمها أكثر من الإعلام الجديد، والتي كانت في جدول رقم (٧)

العلاقة بين خصائص عينة الدراسة وتحقق التأثيرات الوجدانية من الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة

استخلصت الباحثة من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي تقيس التأثيرات الوجدانية لاعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية بخصوص أخبار وقضايا المجتمعات الغربية مقياساً عاماً، وتبين ارتفاع تأثيرات اعتماد وسائل الإعلام الجديدة الوجدانية على الشباب بدرجة (٦٢, ٦) في تأثيرات الاعتماد المعرفية على وسائل الإعلام التقليدية بـ (٦٠, ٧) درجة.

ويوضح الرسم البياني التالي مستويات تأثيرات الإعلام الجديد والتقليدي وجدانياً على الشباب:



رسم بياني رقم (٥) يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية الوجدانية على الشباب المصري في متابعة أخبار المجتمعات الغربية على الشباب المصري

والثقافية:

١- تبين باستخدام اختبار (ت) وجود فروق ذات دلالة معنوية بين نوع عينة الدراسة من الشباب المصري وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٦) وكانت قيمة (ت) (٧,٦٧٢) وكذلك وجود فروق ذات دلالة معنوية بين نوع عينة الدراسة من الشباب المصري وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٩) وكانت قيمة (ت) (٦,٨٢٥)

٢- تبين باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وذلك عند مستوى معنوية (٠,١٠٣) وكانت قيمة (ف) (٢,٠٧٥) كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,١١٦) وكانت قيمة (ف) (١,٩٨٤)

٣- تبين باستخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب المصري وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠) وكانت قيمة (ف) (١٢,٦٨٠) في حين تبين بالاعتماد على ذات الاختبار وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب المصري وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة (ف) (٧,٢٤٨)

٤/٣- التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة نتيجة متابعة ما يقدم بها عن المجتمعات الغربية:

جدول رقم (١١)

يوضح التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة من متابعة ما يقدم بها عن المجتمعات الغربية

| الاجمعي | وسائل الإعلام الجديدة | | | | | | الاجمعي | وسائل الإعلام التقليدية | | | | | |
|---------|-----------------------|----|--------|-----|--------|-----|---------|-------------------------|------|--------|-----|--------|-----|
| | معايير | | معايير | | معايير | | | معايير | | معايير | | معايير | |
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٣٧٠ | ١٠٠,٢ | ٣٨ | ٢٩,٧ | ١١٠ | ٦٠ | ١١١ | ٣٧٠ | ١٠٠,٨ | ٤١ | ٢٦,٤ | ١١٦ | ٢٧,٨ | ١١٤ |
| ٣٧٠ | ١١٤,٤ | ٤٦ | ٤٢,٧ | ١٥٨ | ٤٤,٥ | ١١٦ | ٣٧٠ | ١٥٠,٧ | ٥٨ | ٤٢,٨ | ١١٦ | ٤٠,٥ | ١٥٠ |
| ٣٧٠ | ٢٠,٤ | ٦٠ | ٤٤,٦ | ١١٦ | ١٩,٦ | ١٥٨ | ٣٧٠ | ٢٠ | ٩٤ | ٢٦,٤ | ١١٦ | ٤٨,٦ | ١٥٨ |
| ٣٧٠ | ١٠٠,٢ | ٣٨ | ٤٠ | ١٥٨ | ٤١,٧ | ١٥٨ | ٣٧٠ | ٢٨,١ | ١٠,٤ | ٣٤,١ | ١١٦ | ٣٧,٨ | ١٤٠ |
| ٣٧٠ | ١,٥ | ١٨ | ١٢,٧ | ١٥٨ | ٤٢,٤ | ١٥٨ | ٣٧٠ | ١٢ | ٤٨ | ٤٢,٦ | ١٥٨ | ٤٤,٩ | ١١٦ |
| ٣٧٠ | ١٤,١ | ٥٦ | ٤٧,٦ | ١١٦ | ٣٨,٤ | ١١٤ | ٣٧٠ | ١٧,٨ | ٦٦ | ٥٦,٤ | ١١٠ | ٣٠,٨ | ١١٤ |

استخلصت الباحثة من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة التي تقيس التأثيرات السلوكية لاعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية بخصوص أخبار وقضايا المجتمعات الغربية مقياساً عاماً، وتبين ارتفاع تأثيرات اعتماد وسائل الإعلام الجديدة السلوكية على الشباب بدرجة (٦٩,٨) في مقابل تأثيرات الاعتماد السلوكية على وسائل الإعلام التقليدية ب (٦٣) درجة.

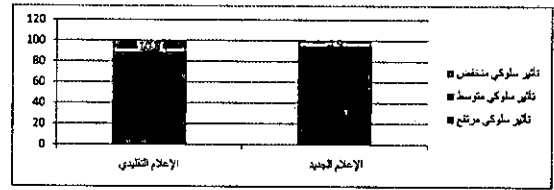
وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية وذلك عند مستوى معنوية (٠,٢٢٨) وكانت قيمة (ت) (٠,٩٥٨) وكذلك باستخدام نفس الاختبار تبين عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين نوع عينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٣٩١) وكانت قيمة (ت) (٠,٧٣٧)

٢- تبين باستخدام تحليل التباين أحادى الاتجاه وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة (ف) (٦,٥٧٠) فى حين تبين عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٤٢٧) وكانت قيمة (ف) (٠,٠٢٩)

٣- تبين باستخدام تحليل التباين أحادى الاتجاه وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكانت قيمة (ف) (٧,٠٩١) فى حين تبين بالاعتماد على ذات الاختبار وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٤) وكانت قيمة (ف) (٣,٢٩٠)

وهى النهاية يتضح أن مستوى التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد أعلى فى حدوثها على الشباب المصرى مقارنة باعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية فى تشكيل معارفهم واتجاهاتهم وبالتالي سلوكياتهم نحو المجتمعات

ويوضح الرسم البيانى التالى مستويات تأثيرات الإعلام الجديد والتقليدى سلوكياً على الشباب:



رسم بيانى رقم (٦) يوضح مستويات تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية السلوكية على الشباب المصرى فى متابعة أخبار المجتمعات الغربية على الشباب المصرى

يتضح من الرسم البيانى ارتفاع التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام الجديدة على الشباب المصرى نحو المجتمعات الغربية بـ ٦٨,١% فى مقابل نسبة ٥٥,٧% من العينة ارتفع تأثرها السلوكى نحو المجتمعات الغربية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، ومن العبارات الدالة التى تدل على ارتفاع تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة، تأكيد نسبة ٦٠% من العينة على تطوير أساليب تعاملاتهم مع المحيطين بهم من الأسرة والأصدقاء نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة فى مقابل نسبة ٥٧,٨% من العينة التى أكدت على ما سبق نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وجاء فى المرتبة الثانية ارتفاع مستوى نقاش نسبة ٥٢,٤% من العينة مع الأصدقاء والأسرة حول طبيعة المجتمعات الغربية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة فى مقابل نسبة ٤٤,٩% من العينة أكدت على حدوث هذا التأثير السلوكى نتيجة اعتمادها على وسائل الإعلام التقليدية.

العلاقة بين خصائص عينة الدراسة وتحقق التأثيرات السلوكية من الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية:

١- تبين باستخدام اختبار (ت) عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين نوع عينة الدراسة من الشباب المصرى

الغربية لما تبثه كلا الوسيطتين من أخبار ومعالجات لقضايا هذه المجتمعات الغربية.

٥- طبيعة المجتمعات الغربية التي يتم متابعة قضاياها وأخبارها عبر وسائل الإعلام والأسباب:
٥/١- مدى رغبة عينة الدراسة في التعايش مع المجتمعات الغربية:

جدول رقم (١٢)

يوضح مدى رغبة عينة الدراسة في التعايش مع المجتمعات الغربية والأسباب

| مدى الرغبة | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| نعم | ٢٣٢ | ٦٢.٧ |
| لا | ١٣٨ | ٣٧.٣ |
| الإجمالي | ٣٧٠ | ١٠٠ |

يتضح من إجابات عينة الدراسة ارتفاع رغبتها في التعامل والتعايش مع المجتمعات الغربية، وذلك لما يقرب من ثلثي العينة بنسبة ٦٢.٧% في مقابل نسبة 37.3% من العينة التي أبدت رغبتها في التعامل كما هي مع المجتمع المصري والعربي، ويرجع ذلك لأن عادات وتقاليده المجتمعات الغربية لا تتناسب ولا يستطيعوا التعايش في مجتمع مغاير لثقافتهم وعاداتهم.

أما عن أسباب عينة الدراسة في رغبتها للسفر لبعض المجتمعات الغربية والاستقرار بها، جاء في المقدمة سبب حرية هذه المجتمعات في التعبير عن الرأي والانفتاح على كل ما هو جديد وعدم فرض أي قيود على الحريات بنسبة ٥١.٧% وهو ما يكثر الحديث عن معاناة المجتمعات العربية منه وكان أحد أسباب ثورات الربيع العربي، تلاه سبب سيادة القانون في هذه المجتمعات وتفعيل تطبيقه بنسبة ٥٢.٩% حيث أن أغلب قضايا الفساد التي يحاول المجتمع العربي التخلص منها ترجع لهذا السبب، ثم لسبب أنهم بلاد العلم والعلماء واحتوائهم على أقوى الجامعات المتقدمة علمياً بنسبة ٢٢.٤% بخصوص هذه الجزئية نجد أن المجتمعات الغربية لم تحصل على أي ترتيب متقدم

لجامعاتها في الترتيب العالمي للجامعات، حيث جاءت جامعة القاهرة العربية الوحيدة التي حظيت بترتيب وإن كان متأخراً في أفضل ٥٠٠ جامعة على مستوى العالم.

٢/٥- الدول الغربية التي تهتم عينة الدراسة من الشباب الجامعي بمتابعة قضاياها وأخبارها، والأسباب:
جدول رقم (١٣)

يوضح الدول الغربية التي تهتم عينة الدراسة من الشباب الجامعي بمتابعة قضاياها وأخبارها والأسباب

| الدولة | التكرار | النسبة | الأسباب | |
|---------------|---------|--------|---------|-------|
| | | | ك | % |
| أمريكا | ١٠٤ | ٤٤.٨% | ٥٠ | ٤٨.١% |
| فرنسا | ٥٠ | ٢١.٦% | ٢٤ | ٢٣.١% |
| روسيا | ٣٨ | ١٦.٤% | ٢٦ | ٢٨.١% |
| بريطانيا | ٢٦ | ١١.٦% | ٢٦ | ١٠.٠% |
| تركيا | ٨ | ٣.٤% | ٨ | ١٠.٠% |
| أستراليا | ٤ | ١.٧% | ٤ | ١٠.٠% |
| المانيا | ٢ | ٠.٩% | ٢ | ١٠.٠% |
| الإجمالي (٤٠) | 232 | ١٠٠ | - | - |

يلاحظ أن الولايات المتحدة الأمريكية حظيت بأعلى معدل إقبال في رغبة الشباب المصري للسفر لها والتعايش بها، وذلك بنسبة ٤٤.٨% تلاه دولة "فرنسا" بنسبة ٢١.٦% وإن كان بفارق كبير بينهما، وكانت أقل الدول التي أعرب عدد قليل من الشباب على السفر لها هي كل من (أستراليا- ألمانيا)، والجدير بالذكر أن عدد من الشباب المصري اعتبر دولة تركيا أوروبية وربما يعزو ذلك لنمط الحياة الغربي الذي يحرص الإعلام التركي على إبرازه في مسلسلاته الدرامية بشكل خاص.

ويتضح من الجدول السابق حرية المجتمع في التعبير عن الرأي والانفتاح على كل ما هو جديد، تلاه سبب سيادة القانون وتطبيقه، كانا الأسباب الرئيسية للسفر للعديد من الدول الغربية، في حين جاء اختيار بعض

١, ٤٩% و ٤, ٥١% على التوالي لكل منهما، بل من الملاحظ أن هذه القضية وما ارتبط بها من أحداث وقضايا فرعية حظيت باهتمام العينة بشكل كبير بما يقرب نصفهم عن باقى القضايا والأحداث الأخرى المرتبطة بالمجتمعات الغربية.

وجاءت متابعة أحداث الأوسكار فى المرتبة الثانية ثم متابعة الأخبار الفنية الخاصة بالمجتمعات الغربية فى المرتبة الثالثة من حيث اهتمام عينة الدراسة بهما على كلا الوسيلتين، ويجدر هنا الإشارة إلى أن حفل الأوسكار يعد ذو ارتباط وثيق بالأخبار الفنية، لكن لوحظ أن عينة الدراسة اعتبرته حدثاً ذو أهمية كبيرة واعتبرته منفصلاً عن الأخبار والأحداث الفنية، وهو الأمر الذى يلقى الضوء على مدى اهتمام الشباب بمثل هذه المناسبات، ويدفع الباحثة للتوصية بأهمية الاهتمام والترويج للمهرجانات العربية والمصرية الفنية وغيرها لأنها تحظى باهتمام كبير من قبل جمهور الشباب ويسعى لمتابعتها بشكل كبير على كافة وسائل الإعلام.

وتبين من الجدول أن الأخبار والقضايا المتعلقة بالسياحة تحظى بأقل ترتيب من حيث طبيعة الموضوعات التى تهتم عينة الدراسة بمتابعتها وذلك على حد سواء على الوسائل التقليدية أو الجديدة، وهو الأمر الذى يبرز نقطة هامة أن القضايا السياحية والاهتمام بالمعالم الأثرية ليست من اهتمامات الشباب المصرى، وربما يعزو ذلك لعدم وجود ثقافة سياحية لدى الشباب وهو ما يبرر عدم الاهتمام بالسياحة الداخلية بمصر، والمعرفة بمعالمها الأثرية، واهتمام الأجانب بالقدوم لمصر لرؤية معالمها السياحية والأثرية.

وبالتالى يمكن القول أن طبيعة الموضوعات التى يهتم بها الشباب كانت فى المقدمة السياسة وربما طبيعة الحراك السياسى الغالب على المجتمعات العربية حالياً وخاصة بعد ثورات الربيع العربى، تلاه القضايا الفنية والرياضية، وفى النهاية القضايا السياحية، وأنه لا يوجد اختلاف فى تأثير نوعية محددة من وسائل الإعلام فى

الدول من وجهة نظر بعض أفراد عينة الدراسة لأنها تتسم بكونها دول العلم والعلماء واحتوائها على جامعات متقدمة علمياً مقتصرأ على ثلاث دول هم الولايات المتحدة الأمريكية والتي كان السبب الثالث للسفر لها، وكل من بريطانيا والمانيا والذى كان سبب السفر الوحيد لهما.

٦- القضايا والأحداث التى تحظى بالمتابعة من خلال وسائل الإعلام الجديد والتقليدى عن المجتمعات الغربية؛ ٦/١- أبرز القضايا والأحداث والمناسبات التى تم متابعتها من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة عن المجتمعات الغربية؛

جدول رقم (١٤)

يوضح أبرز القضايا والأحداث التى تم متابعتها من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة عن المجتمعات الغربية

| الإعلام الجديد | | الإعلام التقليدى | | تقضايا الأحداث عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة |
|----------------|-----|------------------|-----|---|
| % | ك | % | ك | |
| ٥١.٤ | ٢٨٨ | ٤٩.١ | ٣٠٠ | الأصل الإرهابية لمنظمة داعش وعلاقتها بالتمويل الأجنبى وإقبال بعض الأجانب على الانضمام بها |
| ١٣.١ | ٧٤ | ١٣.١ | ٨٠ | متابعة أحداث حفل الأوسكار |
| ١١.٥ | ٦٥ | ١٠.٦ | ٦٥ | الأخبار الفنية |
| ١٠.٧ | ٦٠ | ١٠.٢ | ٦٢ | أوضاع وسفرات كرة القدم |
| ٨ | ٤٥ | ٨.٨ | ٥٤ | أخبار الموضة |
| ٥.٣ | ٣٠ | ٨.٢ | ٥٠ | المعالم السياحية |
| ١.٠٠ | ٥٦٣ | ١.٠٠ | ٦١٦ | الإجداثى |

تكشف بيانات الجدول السابق عن عدم اختلاف طبيعة الموضوعات والأحداث والمناسبات التى يتابعها عينة الدراسة من الشباب المصرى على كلا نوعى وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، حيث تبين أن الأعمال الإرهابية لمنظمة داعش وعلاقتها بالتمويل الأجنبى وإقبال بعض الأجانب على الانضمام لها كانت من أكثر القضايا التى ارتبطت بالمجتمعات الغربية فى إطار علاقتهم بالمجتمعات العربية، والتى يتم متابعتها بشكل مكثف على كلا نوعى وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وذلك بنسبة

الأحداث والمناسبات بالمجتمعات الأوروبية وليس على صعيد الشأن السياسي فقط كما يحدث بل على صعيد باقى الشئون الأخرى كالفن والرياضة اللتان تعدان من أكثر المجالات التى يهتم بهما الشباب.

٦/٣- ملاحظات عينة الدراسة لتطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام الجديدة لقضايا المجتمعات الغربية؛ جدول رقم (١٦)

يوضح ملاحظات عينة الدراسة لتطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام الجديدة لقضايا المجتمعات الغربية

| النسبة | التكرار | مقترحات تطوير أداء معالجة وسائل الإعلام الجديدة لقضايا المجتمعات الغربية |
|--------|---------|---|
| ٤٤.٨% | ١٨٠ | الانتماء بمعدالية ما يشر عن المجتمعات الغربية لأن المشرور يجب عليه التنويه للعدالت |
| ٢٥.٤% | ١٠٢ | إيجاد آلية للتعامل مع ما يبته المواطنين عن هذه المجتمعات |
| ١٦.١% | ٦٥ | تطوير جودة المواقع الإلكترونية العربية التى تنشر معلومات بخصوص المجتمعات الغربية |
| ١٣.٧% | ٥٥ | الانضمام بث الصور والفيديوهات المتعلقة بالمجتمعات الغربية على المواقع الإلكترونية العربية مما يزيد من موضوعية التناول |
| ١٠٠ | ٤٠٢ | (الإجمالي) |

تكشف بيانات الجدول السابق عن تأكيد عينة الدراسة من الشباب المصرى على أهمية مراعاة المصادقية مع القضايا والأحداث المقدمة بوسائل الإعلام الجديدة عن المجتمعات الغربية، وهو الأمر الذى يتفق مع رؤيتهم بما يقرب ثلث العينة أيضاً لأهمية مراعاة هذه المصادقية فى التناول الإعلامى عبر وسائل الإعلام التقليدية.

أما عن الثلاث الملاحظات الأخرى المتعلقة بتطوير معالجة المجتمعات الغربية فى وسائل الإعلام الجديدة العربية والمصرية اختلفت عن الملاحظات الأخرى المتعلقة بالمجتمعات الغربية بالإعلام التقليدى، ويعزو ذلك لاختلاف طبيعة الوسيلة ذاتها، حيث أكدت العينة على أهمية إيجاد آلية للتعامل مع ما يبته المواطنين عن هذه المجتمعات الغربية من حيث المتابعة والنقد لما هو يمثل إساءة لهذه المجتمعات ويمثل تعدياً عليهم وإبراز من خلال المعالجات الإعلامية البناءة الموضوعية من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

كما أشارت عينة الدراسة بنسبة ١٦,١% منهم لأهمية

تحديد أجندة القضايا التى يهتم بها الشباب، بل لوحظ من النتائج أن طبيعة القضايا التى يهتم بها الشباب هى التى تفرض نفسها فى بحثه عن المعلومات بخصوصها على أية وسيلة إعلامية سواء كانت تقليدية أو جديدة.

٦/٢- ملاحظات عينة الدراسة لتطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام التقليدية لقضايا المجتمعات الغربية؛ جدول رقم (١٥)

يوضح ملاحظات عينة الدراسة لتطوير أساليب معالجة وسائل الإعلام التقليدية لقضايا المجتمعات الغربية

| النسبة | التكرار | مقترحات تطوير أداء معالجة وسائل الإعلام التقليدية لقضايا المجتمعات الغربية |
|--------|---------|---|
| ٣٥.٧% | ١٤٠ | التعامل بمصداقية مع القضايا والأحداث المقدمة بها |
| ٢٨.٦% | ١١٢ | الانضمام بعرض القضايا المرتبطة بالشباب الأوروبى وعلاقتها بقضايا الشباب العربى |
| ٢٣% | ٩٠ | أن تمثل التنمية الإعلامية انعكاساً حقيقياً لطبيعة المجتمعات الغربية |
| ١٢.٧% | ٥٠ | الانتماء بمحايدة تناهت الأحداث العنصرية والرياضية |
| ١٠٠ | ٣٨٢ | (الإجمالي) |

تكشف بيانات الجدول السابق عن تأكيد عينة الدراسة من الشباب المصرى على أهمية مراعاة المصادقية مع القضايا والأحداث المقدمة بها عن المجتمعات الغربية، حيث لا يتم عرض وجهة نظر معينة والترويج لها على حساب باقى وجهات النظر المتعلقة بالقضية أو الحدث، حتى لا يحدث فى النهاية تشويه للصورة الإعلامية ومنها للصورة الذهنية التى تتكون لدى الجمهور المتابع للحدث أو القضية المتعلقة بالمجتمعات الغربية، وبالتالي لا تمثل بعض الصور المتكونة لدى الشباب انعكاساً حقيقياً لطبيعة المجتمعات الغربية.

كما أكدت عينة الدراسة أيضاً على أهمية الاهتمام بقضايا الشباب الأوروبى وعرضها فى القوالب البرمجية لوسائل الإعلام التقليدية المختلفة ومقارنتها بقضايا واهتمامات الشباب العربى، حيث أن هذه المقارنة فى ضوء إجابات عينة الدراسة ووجهة نظرهم تمكنهم من المعرفة بالجوانب الإيجابية فى حياة الشباب الغربى والاستفادة منها فى تطوير حياتهم بالمجتمعات الغربية. وفى النهاية كان التأكيد على أهمية المتابعة لتداعيات

تطوير جودة المواقع الالكترونية العربية التي تنشر معلومات بخصوص المجتمعات الغربية مضموناً وتنوع القوالب الإعلامية وتوظيفها بالشكل الأمثل فيما يبرز الحدث أو القضية بشكل لا يشوه الحقيقة، وأخيراً جاءت نسبة ١٣,٧٪ من العينة توصى بأهمية بث الصور والفيديوهات المتعلقة بالمجتمعات الغربية على المواقع الالكترونية العربية مما يزيد من موضوعية التناول.

ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصري.

وينبثق من هذا الفرض الرئيسي الأول مجموعة من الفروض الفرعية على النحو التالي:

- الفرض الفرعي الأول المتفرع من الفرض الرئيسي الأول: هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً ونوع عينة الدراسة من الشباب المصري، واختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (T) وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (١٧)

اختبار (ت) لمستوى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة والتقليدية مع نوع العينة

| النوع | نكر (ن-١٩٣) | | أش (ن-٢٠٧) | | درجات الحرية | قيمة (ت) المعنوية | مستوى المعنوية |
|----------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|--------------|-------------------|----------------|
| | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | | | |
| مستوى المتابعة | ٦٩,٧ | ٢١,٢ | ٦٧,٣ | ٢٠,٧ | ٣٩٨ | ٧,٤٥٨ | ٠,٠٠٧ |

يكشف الجدول السابق عما يلي:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية

والجديدة معاً ونوع عينة الدراسة من الشباب المصري وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٧) وقيمة (ت) (٧,٤٥٨) ودرجات حرية (٣٩٨) وذلك لصالح الذكور من عينة الدراسة بمتوسط حسابي (٦٩,٧) وانحراف معياري (٢٦,٢) في مقابل الإناث بمتوسط حسابي (٦٧,٣) وانحراف معياري (٢٠,٧) وبناءً على ما سبق تم قبول الفرض الفرعي الأول.

- الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي

الأول: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري، واختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (١٨)

اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري

| تحليل التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|--------------|----------------|--------|----------------|
| بين المجموعات | ٣٥٣٢٥,٣٦٩ | ٣ | ١١٧٧٨,٤٥٦ | ٢٥,١٠٣ | ٠,٠٠٠ |
| داخل المجموعات | ٦٨٥٨٠,٨٦١١ | ٣٩٦ | ١٧٣,٦١٤ | | |
| المجموع الكلي | ٢٢١١٤٣,٥٧٩ | ٣٩٩ | | | |

يكشف الجدول السابق عما يلي:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة (ف) (٢٥,١٠٣) ودرجات حرية (٣٦٩) حيث تبين وجود فروق بين متوسطات الحسابية لكافة الفئات العمرية مع بعضهما البعض والاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، إلا أنه لم يثبت وجود أي فروق بين المتوسطات الحسابية لعينة الدراسة من الفئة العمرية (من ٢٦ إلى أقل

من ٢٠ عاماً) مع عينة الدراسة من الفئة العمرية (من ٢٠ إلى أقل من ٢٥ عاماً)، وبناءً على ما سبق تم قبول الفرض الفرعى الثانى.

- الفرض الفرعى الثالث المتضرع من الفرض الرئيسى الأول: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى، واختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلى:

جدول رقم (١٩)

اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى

| تعليق التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|--------------|----------------|--------|----------------|
| بين المجموعات | ١١٥٦٩,٧١٥ | ٦ | ١٩٢٨,٢٨٦ | ٣,٦١٦ | ٠,٠٠٢ |
| داخل المجموعات | ٢٠٩٥٧٤,٦٦٤ | ٣٩٣ | ٥٣٣,٢٩٨ | | |
| المجموع الكلى | ٢٢١١٤٣,٩٧٩ | ٣٩٩ | | | |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢) وقيمة (ف) (٣,٦١٦) ودرجات حرية (٣٩٣) حيث تبين وجود فروق بين متوسطات الحسابية لعينات الدراسة من المستويات الاقتصادية المختلفة مع بعضهما البعض والاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، إلا أنه لم يثبت وجود أى فروق بين المتوسطات الحسابية للفئة لعينة الدراسة من المستوى الاقتصادى المرتفع مع عينة الدراسة من المستوى الاقتصادى المنخفض، وبناءً على ما سبق يتم قبول الفرض الفرعى الثالث.

ويستخلص من نتائج الفروض الفرعية الثلاثة السابقة،

قبول صحة الفرض الرئيسى الأول كليا حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة معنوية بين مستوى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصرى (النوع- المرحلة العمرية- المستوى الاقتصادى).

الفرض الرئيسى الثانى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل المتابعة لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة والاعتماد على كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فى استقاء المعلومات عن المجتمعات الغربية.

ولاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون الذى يوضحه الجدول التالى:

جدول رقم (٢٠)

معامل ارتباط بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين معدل المتابعة لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة والاعتماد عليهما فى جمع المعلومات

| محل المتابعة | | قيمة بيرسون |
|----------------|----------------|-------------------------|
| مستوى المعنوية | مستوى المعنوية | |
| ٠,٠٠٠ | ٠,٤٣٧ | وسائل الإعلام التقليدية |
| ٠,٠٠١ | ٠,١٧٦ | وسائل الإعلام الجديدة |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل المتابعة لوسائل الإعلام التقليدية والاعتماد عليها فى استقاء المعلومات عن المجتمعات الغربية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وتكون قيمة معامل الارتباط بيرسون (٠,٣٣٧) كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل المتابعة لوسائل الإعلام الجديدة والاعتماد عليها فى استقاء المعلومات عن المجتمعات الغربية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠) وتكون قيمة معامل الارتباط بيرسون (٠,١٦٧) علماً بأن نوع العلاقة طردية بين ارتفاع متابعة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والاعتماد عليهما فى متابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية، وهو

ما سبق تم قبول صحة هذا الفرض الفرعى الأول.
- الفرض الفرعى الثانى المتفرع من الفرض الرئيسى
الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الوسيلة الإعلامية الجديدة وصحة الصور الذهنية التى ترسمها هذه الوسيلة عن المجتمعات الغربية، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تستخدم الباحثة معامل الارتباط إيتا الذى يوضحه الجدول التالى:

جدول رقم (٢٢)

معامل ارتباط إيتا لدلالة العلاقة الارتباطية بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وصحة الصور الذهنية عن هذه المجتمعات الغربية

| أنماط الصور الذهنية للمجتمعات الغربية | | الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة |
|---------------------------------------|------------------------|------------------------------------|
| مستوى المعنوية | قيمة معامل ارتباط إيتا | |
| ٠.٠٠٠٠ | ٠.٣٧٢ | |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وصحة الصور الذهنية التى ترسمها هذه الوسيلة عن المجتمعات الغربية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وتكون قيمة معامل ارتباط إيتا (٠,٣٧٢) حيث توجد علاقة طردية بين مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة وصحة الصور الذهنية التى ترسمها هذه الوسائل عن المجتمعات الغربية، وبناءً على ما سبق تم قبول صحة هذا الفرض الفرعى الثانى.

ويستخلص من نتائج الفرضين الفرعيين السابقين، قبول صحة الفرض الرئيسى الثالث كلياً حيث ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وصحة الصور الذهنية التى ترسمها هذه الوسائل عن المجتمعات الغربية.

الفرض الرئيسى الرابع: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصرى.

ما يثبت صحة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بأنه يزيد الاعتماد على نمط وسيلة معينة نتيجة لإشباع احتياجات الجمهور وهنا نجحت كلتا الوسيلتين فى إشباع الاحتياجات المعرفية.

الفرض الرئيسى الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الوسيلة الإعلامية التقليدية والجديدة وصحة الصور الذهنية عن هذه المجتمعات الغربية.

وينبثق من هذا الفرض الرئيسى الثالث مجموعة من الفروض الفرعية على النحو التالى:

- الفرض الفرعى الأول المتفرع من الفرض الرئيسى الثالث: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الوسيلة الإعلامية التقليدية وصحة الصور الذهنية التى ترسمها هذه الوسيلة عن المجتمعات الغربية، ولاختبار مدى صحة هذا الفرض تستخدم الباحثة معامل الارتباط إيتا الذى يوضحه الجدول التالى:

جدول رقم (٢١)

معامل ارتباط إيتا لدلالة العلاقة الارتباطية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية وصحة الصور الذهنية عن هذه المجتمعات الغربية

| أنماط الصور الذهنية للمجتمعات الغربية | | الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية |
|---------------------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| مستوى المعنوية | قيمة معامل ارتباط إيتا | |
| ٠.٠٠٠٠ | ٠.٣٨٩ | |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية وصحة الصور الذهنية التى ترسمها هذه الوسيلة عن المجتمعات الغربية، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وتكون قيمة معامل ارتباط إيتا (٠,٣٨٩) حيث توجد علاقة طردية بين مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية وصحة الصور الذهنية التى ترسمها هذه الوسائل عن المجتمعات الغربية، وبناءً على

- ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (٢٤)

اختبار(ف) لمعنوية الفروق بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري

| تحليل التباين | مجموع التبرعات | درجات الحرية | متوسط التبرعات | قيمة ف | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|--------------|----------------|--------|----------------|
| بين المجموعات | ٢٦٥٨,٩١٣ | ٣ | ٨٨٦,٣٢١ | ١,٢٢٥ | ٠,٣٠١ |
| داخل المجموعات | ٢٦٤٨٩٤,٢٦٤ | ٣٦٦ | ٧٢٣,٧٥٥ | | |
| المجموع الكلي | ٢٦٧٥٥٣,٢٧٧ | ٣٦٩ | | | |

يكشف الجدول السابق عما يلي:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري وذلك عند مستوى معنوية (٠,٣١١) وقيمة (ف) (١,٢٥٥) ودرجات حرية (٣٦٦) وبناءً على ما سبق لا يتم قبول صحة الفرض الفرعي الأول من الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي الرابع.

ب- الفرض الفرعي الثاني من الفرض الفرعي الثاني: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري:

- ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (٢٥)

اختبار(ف) لمعنوية الفروق بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري

| تحليل التباين | مجموع التبرعات | درجات الحرية | متوسط التبرعات | قيمة ف | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|--------------|----------------|--------|----------------|
| بين المجموعات | ٥٩٨٨,٠٤٤ | ٣ | ١٩٩٦,٠١٥ | ٢,٤٥٧ | ٠,٠٦٣ |
| داخل المجموعات | ٢٨٢٤٥٦,٤٦٧ | ٣٦٦ | ٧٧١,٢٢٤ | | |
| المجموع الكلي | ٢٨٨٤٤٤,٥١٢ | ٣٦٩ | | | |

يكشف الجدول السابق عما يلي:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على

وينبثق من هذا الفرض الرئيسي الرابع مجموعة من الفروض الفرعية على النحو التالي:

- الفرض الفرعي الأول المتفرع من الفرض الرئيسي الرابع: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ونوع عينة الدراسة من الشباب المصري، ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (T) وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (٢٣)

اختبار (ت) لمستوى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة والتقليدية مع نوع العينة

| نوع | ذكر (ن=١٧٤) | | أنثى (ن=١١٦) | | درجات الحرية | قيمة (ت) | مستوى المعنوية |
|-------------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|--------------|----------|----------------|
| | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | | | |
| وسائل الإعلام التقليدية | ٥١,٢ | ٢٨,٨ | ٢٩ | ٢٣,٨ | ٣٦٨ | ٢,٨١٧ | ٠,٠٠٠ |
| وسائل الإعلام الجديدة | ٦٦,٩ | ٢٠,٦ | ٦٦,٢ | ٢٥,٢ | ٣٦٨ | ١,٤٧٧ | ٠,٨٠٢ |

يكشف الجدول السابق عما يلي:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية ونوع عينة الدراسة من الشباب المصري وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة (ت) (٢,٨٦٧) ودرجات حرية (٣٦٨) وذلك لصالح الذكور من عينة الدراسة بمتوسط حسابي (٢,٥١) وانحراف معياري (٢٨,٨) في مقابل الإناث بمتوسط حسابي (٣,٩) وانحراف معياري (٢٣,٨) في حين لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة ونوع عينة الدراسة من الشباب المصري وذلك عند مستوى معنوية (٠,٨٠٢) وقيمة (ت) (١,٤٧٧)

- الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي الرابع: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري.

أ- الفرض الفرعي الأول من الفرض الفرعي الثاني: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصري:

وجود فروق بين المتوسطات الحسابية لعينات الدراسة من كافة المستويات الاقتصادية مع بعضها البعض، وبناءً على ما سبق يتم قبول الفرض الفرعى الأول المتفرع من الفرض الفرعى الثالث.

ب- الفرض الفرعى الثانى من الفرض الفرعى الثالث:

هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى:

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلى:

جدول رقم (٢٧)

اختبار(ف) لمعنوية الفروق بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى

| مستوى المعنوية | قيمة ف | متوسط التبرعات | درجات الحرية | مجموع التبرعات | تحليل التباين |
|----------------|--------|----------------|--------------|----------------|----------------|
| ٠,٠٠٠ | ٧,٥٢٤ | ٥٣١٢,٠٤٨ | ٦ | ٣١٨٧٢,٣٨٦ | بين المجموعات |
| | | ٧,٥,٩٨٤ | ٣٦٣ | ٢٥١١٧٢,٢٢٦ | داخل المجموعات |
| | | | ٣٦٩ | ٢٨٨١٤٤,٥١٢ | المجموع الكلى |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة (ف) (٧,٥٢٤) ودرجات حرية (٣٦٣) وتحديداً تبين وجود فروق بين المتوسطات الحسابية لعينات الدراسة من المستوى الاقتصادى المرتفع مع كل من المستوى الاقتصادى المنخفض وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وكذلك المستوى الاقتصادى المتوسط وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠١) وبناءً على ما سبق يتم قبول الفرض الفرعى الثانى المتفرع من الفرض الفرعى الثالث.

ويستخلص مما سبق، قبول صحة الفرض الفرعى الثالث كلياً حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة معنوية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمستوى الاقتصادى

وسائل الإعلام الجديدة والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٦٣) وقيمة (ف) (٢,٤٥٧) ودرجات حرية (٣٦٦) وبناءً على ما سبق لا يتم قبول صحة الفرض الفرعى الثانى من الفرض الفرعى الثانى المتفرع من الفرض الرئيسى الرابع.

ويستخلص مما سبق، عدم قبول صحة الفرض الفرعى الثانى كلياً حيث ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى.

الفرض الفرعى الثالث المتفرع من الفرض الرئيسى

الرابع: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى.

أ- الفرض الفرعى الأول من الفرض الفرعى الثالث:

هناك فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى:

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلى:

جدول رقم (٢٦)

اختبار(ف) لمعنوية الفروق بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى

| مستوى المعنوية | قيمة ف | متوسط التبرعات | درجات الحرية | مجموع التبرعات | تحليل التباين |
|----------------|--------|----------------|--------------|----------------|----------------|
| ٠,٠٠٠ | ٣,١٥٩ | ٢٢١٢,٥٧١ | ٦ | ١٣٢٧٥,٤٢٥ | بين المجموعات |
| | | ٧,٠٠٠,٤٩٠ | ٣٦٣ | ٢٥٤١٧٧,٨٠١ | داخل المجموعات |
| | | | ٣٦٩ | ٢٦٧٥٥٢,٢٢٧ | المجموع الكلى |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والمستوى الاقتصادى لعينة الدراسة من الشباب المصرى وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٥) وقيمة (ف) (٣,١٥٩) ودرجات حرية (٣٦٣) وتحديداً تبين

بمتوسط حسابى (٦٣,٣٤) وانحراف معيارى (١٢,٣) ووفقاً للنتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الفرعى الأول.

- الفرض الفرعى الثانى المتفرع من الفرض الرئيسى الخامس: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى، ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلى:

جدول رقم (٢٩)

اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى

| تخيل التباين | مجموع الحريجات | درجات الحرية | متوسط الحريجات | قيمة ف | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|--------------|----------------|--------|----------------|
| بين المجموعات | ١٣٢٥.٤٠٥ | ٣ | ٤٤١.٨٠٢ | ٣.٥٠٥ | ٠.٠١٦ |
| داخل المجموعات | ٤١٢٩.٦٨٥ | ٣٦٦ | ١١٢.٥٦٥ | | |
| المجموع الكلى | ٥٤٥٥.٠٩٠ | ٣٦٩ | | | |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمرحلة العمرية لعينة الدراسة من الشباب المصرى وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠١٦) وقيمة (ف) (٣,٥٠٥) ودرجات حرية (٣٦٦) حيث توجد فروق بين المتوسطات الحسابية لعينات الدراسة من المراحل العمرية المختلفة مع بعضهم البعض، فى حين تبين عدم وجود فروق بين المتوسطات الحسابية للفئة العمرية (٢٦ إلى أقل من ٣٠ عاماً) مع الفئة العمرية (١٨ إلى أقل من ٢٢ عاماً)، والفئة العمرية (٣٠ إلى أقل من ٣٥ عاماً) مع الفئة العمرية (٢٢ إلى أقل من ٢٦ عاماً)، ووفقاً للنتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الفرعى الثانى.

- الفرض الفرعى الثالث المتفرع من الفرض الرئيسى الخامس: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات

لعينة الدراسة من الشباب المصرى.

ويشكل عام تبين وجود فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة مع متغيرى النوع والمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب، فى حين لم يثبت وجود أى فروق ذات دلالة معنوية بين الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة مع متغير المرحلة العمرية.

الفرض الرئيسى الخامس: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصرى.

وينبثق من هذا الفرض الرئيسى الخامس مجموعة من الفروض الفرعية على النحو التالى:

- الفرض الفرعى الأول المتفرع من الفرض الرئيسى الخامس: هناك فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً ونوع عينة الدراسة من الشباب المصرى، ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (T) وكانت النتائج كما يلى:

جدول رقم (٢٨)

اختبار (ت) لتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية مع نوع العينة

| نوع العينة | ذكر (ن = ١٧٤) | | انثى (ن = ١٩٦) | | درجات الحرية | قيمة (ت) | مستوى المعنوية |
|------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|--------------|----------|----------------|
| | المتوسط الحسابى | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابى | الانحراف المعياري | | | |
| تأثيرات | ٦٣.٢٤ | ١٢.٣ | ٦٨.٠٨ | ٩.٩ | ٣٦٨ | ٨.١٧٣ | ٠.٠٠٠ |

يكشف الجدول السابق عما يلى:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً ونوع عينة الدراسة من الشباب المصرى وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة (ت) (٨,١٣٧) ودرجات حرية (٣٦٨) وذلك لصالح الإناث من عينة الدراسة بمتوسط حسابى (٦٨,٠٨) وانحراف معيارى (٩,٩) فى مقابل الذكور

الخلاصة والتوصيات:

كشفت هذه الدراسة عن اهتمام عينة الدراسة من الشباب المصري بأخبار وقضايا المجتمعات الغربية، وهو الأمر الذي يعد طبيعياً في ظل ما عاصره المجتمع المصري من ثورتين متعاقبتين هما ثورة 25 يناير وثورة 30 يونيو، حيث كلاهما تعالما ارتباطهما كأحداثاً سياسياً بوجود عناصر أجنبية محركة للأحداث كأحد التفسيرات لوقوع هذه الثورات المتعاقبة، بغض النظر عن وجود مطالب مشروعة للشعب المصري خرج لأجل المطالبة بها من عدالة اجتماعية وحرية، فضلاً عن ظهور حركة داعش التي تدعى أنها تنظيم إسلامي وانضمام عناصر أجنبية له، وهو الحدث الذي ظهر في اختيارات عينة الدراسة عن أبرز القضايا المرتبطة بالمجتمعات الغربية التي تحظى بأعلى معدل متابعة من قبل عينة الدراسة سواء على وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة.

ويوضح من إجابات عينة الدراسة ارتفاع اعتمادها على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في جمع هذه المعلومات عن المجتمعات الغربية، ولها تأثيراتها في تشكيل الصور الذهنية عن هذه المجتمعات، والتي في الغالب تكون أقرب للواقع من وجهة نظر عينة الدراسة. كما تبين ارتفاع التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى عينة الدراسة من الشباب المصري نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة أكثر من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، وإن أحدث كلاهما تأثيراً على العينة، وثبت وجود تأثيرات لمتغيرات النوع والمرحلة العمرية والمستوى الاقتصادي عند حدوث هذه التأثيرات أيضاً.

وبناءً على ما توصلت له الدراسة من نتائج تفصيلية تؤكد على قوة وسائل الإعلام الجديدة في مقابل وسائل الإعلام التقليدية، وإن كان التلفزيون الأعلى تأثيراً في وسائل الإعلام التقليدية، توصى الباحثة بعدد من الأمور كما يلي:

1- إجراء العديد من الدراسات الميدانية للتعرف على

الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب المصري، واختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار (One Way Anova) وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (٣٠)

اختبار (ف) لمعنوية الفروق بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب المصري

| تأثير التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | مستوى المعنوية |
|----------------|----------------|--------------|----------------|--------|----------------|
| بين المجموعات | ٣٥٨٥,١٦٤ | ٦ | ٥٩٧,٥٢٧ | ٤,٩٤٣ | ٠,٠٠٠ |
| داخل المجموعات | ٤٣٨٩,٩٢٦ | ٣٦٣ | ١٢٠,٨٨٦ | | |
| المجموع الكلي | ٤٧٤٥,٠٩٠ | ٣٦٩ | | | |

يكشف الجدول السابق عما يلي:

توجد فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة من الشباب المصري وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وقيمة (ف) (٤,٩٤٣) ودرجات حرية (٣٦٣) حيث توجد فروق بين المتوسطات الحسابية لعينات الدراسة من المستويات الاقتصادية المختلفة مع بعضهم البعض، في حين تبين فقط عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات حسابية لعينة الدراسة من المستوى الاقتصادي المنخفض مع عينة الدراسة من المستوى الاقتصادي المتوسط، ووفقاً للنتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الفرعي الثالث.

ويستخلص من نتائج الفروض الفرعية الثلاثة السابقة، قبول صحة الفرض الرئيسي الخامس كلياً حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة معنوية بين تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً والمتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة من الشباب المصري (النوع- المرحلة العمرية- المستوى الاقتصادي).

(4) Stephen W.Litteljohn, Theories of Mass Communication, (united Kingdom:Wadsworth,2002) p14.

(5) محمد منير حجاب، نظريات الاتصال (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠ ص 303.

(6) Stephen W.Litteljohn, Op.Cit. 2002. p:325

(٧) مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٩ ص ص 136-142.

(٨) جيهان سيد أحمد يحيي، العوامل المؤثرة في التماس المعلومات لدى الجمهور المصري دراسة حالة للاستفتاء على تعديلات الدستور المصري ٢٠١٤ في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٧ أبريل/ يونيو، ٢٠١٤

(٩) ماجدة عبد المرضي، اعتماد المرأة المصرية على وسائل الإعلام المختلفة خلال مرحلة التحول السياسي الراهنة وعلاقته بعملية الحشد والتعبئة للمشاركة في الاستفتاء على دستور مصر ٢٠١٤ في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام جامعة القاهرة. العدد ٤٧ أبريل/ يونيو ٢٠١٤

(١٠) أميرة سمير طه. اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢ في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٤٧ أبريل/ يونيو، ٢٠١٤.

(١١) رديم مزيد على. أخلاقيات الإعلام الجديد-دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية، في: مجلة آداب النراهيدى-العدد-18 كانون الثاني ٢٠١٤

(١٢) نوره عبد الله محمود. أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضاة والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٤

(13) David Westerman, Patric R. Spence, Brandon Van Der Heide. Social Media as Information Source: regency of Updates and Credibility of Information, Journal of Computer-Mediated Communication. 2014.

(14) Aditi Gupta, Ponnurangam Kumaraguru.Carlos Castillo,Patrick Meier, Tweet Cred: Real-Time Credibility Assessment of Content on Twitter,Computer Science, Volume 8851, 2014, pp 228-243 .

(١٥) دعاء حامد الفواهي وإنجي رجب. "أخلاقيات العمل المهني بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد"، في: المؤتمر العلمي الدولي الأول (مستقبل الإعلام في ظل تحولات المجتمعية الراهنة)، كلية الإعلام جامعة فاروس، نوفمبر، 2014

(16) Mehrabi, Davood&others, Component of news media credibility among professional administrative staff in Malaysia. China media research, vol.9 issue1,2013.

(١٧) علياء علي محمد عنتر. دور القنوات الإخبارية في تشكيل الصور الذهنية عن الدول العربية لدى الجمهور المصري. رسالة دكتوراه غير منشورة.(القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢

تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية ليس على جمهور الشباب المصري فقط، بل على كافة الفئات العمرية الأخرى مع دراسة صورة المجتمعات الغربية وكذلك العربية لدى هذه الفئات العمرية المختلفة.

٢- إجراء الدراسات التحليلية للتعرف على ما يبث على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الأجنبية وكذلك المواقع الإلكترونية الأجنبية، للتعرف على أبرز ما تناوله من قضايا وصور الكيانات والشخصيات التي تناولها هذه المواقع الإلكترونية العامة والمتخصصة ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة.

٣- إجراء الدراسات التحليلية للتعرف على تعليقات المواطنين المصريين على ما يبث في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي العربية والمصرية، وكذلك المواقع الإلكترونية العربية والمصرية للتعرف على اتجاهات الرأي العام المصري نحو هذه الكيانات والشخصيات الغربية.

٤- إجراء ورش عمل وندوات مع القائمين على وسائل الاتصال العربية والمصرية بهدف التوعية بنتائج البحوث العربية والمصرية التي أجريت في هذا المجال للوقوف على أبرز الإيجابيات وتدعيمها، والوقوف على أبرز السلبيات لأجل معالجتها وتعديلها لما هو أفضل وبما يخدم مصالح المجتمع المصري.

مراجع الدراسة

(١) حسنين شفيق. مواقع التواصل الاجتماعي: أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية. ط١(القاهرة: دار فكر وفن، ٢٠١٤ ص ٢٣

(٢) دراسة "ديجيتال لايف" التي أجرتها شركة TNS على ٧٢٠٠٠ شخص في ٦٠ دولة حول العالم، متاح نتائجها على موقع:

<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=986379&cid=546>

(٣) وفقاً لتقديرات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في الكتاب الإحصائي السنوي الصادر عنها في سبتمبر ٢٠١٢ يبلغ عدد الشباب في الفئة العمرية (24-20) حوالي 8.285 مليون، وعددهم في الفئة العمرية (29-25) حوالي 8.032 مليون، وفي الفئة العمرية من (34-30) حوالي 6.615 مليون، وأخيراً الفئة العمرية (39-35) حوالي 5.128 مليون.

الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٣٦ أكتوبر ٢٠١١

(30) Arif, Rauf. "The Emergence of Social Media & the Political Crisis in Pakistan" Paper presented at: the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Grand & Suites Hotel, St. Louis, MO, Aug 10, 2011

(٣١) نجلاء فتحي. "اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية" رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلام، (2011)

(٣٢) م. عبد الرحمن مصلح، "دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (لقاهرة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال، ٢٠١١)

(٣٣) نهي عاطف العبد. اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات" بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة"، في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٣٢، ٢٠٠٩

(34) Dozier David., Sha, Bey-Ling., Wellhausen, Sandra. and Ray, Kristina Bentson. "The Age Paradox: New Media and Public Participation Among Millennials, Generation X, Baby Boomers, and Matures" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Sheraton Boston, Boston, MA, 2009

(٣٥) تم تكوين المقياس الاقتصادي من إجابات عينة الدراسة على بعض المتغيرات وتمثلت في (نوعية السكن من حيث كونه تملك أو إيجار، وامتلاك عضوية نادي، ومدى السفر للخارج)، وتم إعادة توكيد فئات متغيرات المقياس الأقل في القيمة درجة صفر والمتوسطة القيمة درجة ٥٠ والأعلى في القيمة درجة ١٠٠ ثم استخراج إجمالي المتوسطات الحسابية لهذه المتغيرات الثلاثة وضربها في مائة، للحصول على الدرجة النهائية التي تعطي دلالة على مستوى العينة على المقياس المتبع والمتدرج من (١٠٠-٠)

(٣٦) عاطف عدلي العبد عبيد، الرأي العام وطرق قياسه: الأسس النظرية، والمنهجية، والنماذج التطبيقية، والتدريبات العملية، ط ١ القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٠ ص ١٧٧

(٣٧) فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها، ط ١ القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١ ص ١٢٤

(٣٨) السادة المحكمون:

١- أ. د. سامي الشريف عميد كلية الإعلام بالجامعة الحديثة

٢- أ. د. فرج الكامل أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة

٣- أ. د. سيد بهنسي وكيل كلية الإعلام بالجامعة الحديثة

٤- أ. د. هويدا مصطفى عميدة المعهد الدولي للعالم للإعلام باكااديمية الشروق

٥- أ. د. محمد مرسي رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة القاهرة

٦- أ. د. أمين السعيد رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعة الحديثة

(١٨) صفا عثمان، مصداقية وسائل الإعلام الجديد والتقليدي لدى الجمهور المصري. عدد خاص من مجلة البحوث الإعلامية لمؤتمر كلية الإعلام بعنوان "المهنية والتحول الديمقراطي"، جامعة الأزهر، في الفترة من 14-17 إبريل ٢٠١٣

(١٩) نعيم فيصل المصري. استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى. في: المؤتمر العلمي بعنوان الإعلام والتحول المجتمعي. كلية الإعلام. جامعة اليرموك. الأردن. 2012.

(٢٠) أحمد على الحداد. اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: دراسة ميدانية. بحث منشور. الجامعة الأهلية. المنامة، مملكة البحرين، ٢٠١٢

(٢١) خالد الصوفي. دور وسائل الإعلام في تشكيل الصور الذهنية للحكام العرب لدى الشباب اليمني بعد ثورات الربيع العربي. في: المؤتمر الدولي الثامن عشر (الإعلام وبناء الدولة الحديثة). كلية الإعلام. جامعة القاهرة الجزء الثاني. ١-٢ يوليو ٢٠١٢

(22) Lev-on, Azi, YouTube Usage in Low- Visibility Political Campaigns. Journal of Information Technology and Politics, Vol 9, No 2, 2012.

(٢٣) على عباس المرادي. دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور البحريني نحو المشاركة السياسية: بالتطبيق على الانتخابات النيابية 2010. بحث منشور. الجامعة الأهلية. المنامة. البحرين. 2012.

(٢٤) عادل عبد الغفار. اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإخبارية في متابعة أحداث ثورة 25 يناير وتطوراتها. في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد 11 العدد الأول، يناير/ مارس 2012.

(٢٥) هشام عطية عبد المقصود محمد. أنماط اعتماد الجمهور على تغطية الصحف ومواقعها الإلكترونية للانتخابات البرلمانية لعام 2011 وعلاقتها بالانتماء السياسي والمشاركة في التصويت: دراسة ميدانية لعينة من القراء المنتظمين. في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٢ إبريل/ يونيو 2012.

(26) Manago, Adriana M., "Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being". Developmental Psychology, Vol 48 (2), Mar 2012, available at: <http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2012-02329>

(27) Tu, Jia and liu, xig. Stereotypes in Characters in top box office American Films (2000-2009), paper presented at: the annual meeting of the Association for education in Journalism and mass communication, Chicago, 2012.

(28) Jones, Troy & Cuthrell, Kristen. YouTube: Educational Potentials and Pitfalls. Computers in the Schools, Vol 28, No 1, 2011.

(٢٩) أحمد فاروق رضوان. مصداقية وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات أثناء الانتخابات البرلمانية المصرية نوفمبر ٢٠١٠ في: مجلة بحوث

- ٧- أ.م.د. جيلان شرف الأستاذ المدرس بكلية الاعلامالجامعة الحديثة
٨- د. جيلان حمزة مدرس الاذاعة والتلفزيون بالجامعة الحديثة
٩- د. ميرال مصطفي المدرس بقسم الاذاعة والتلفزيون بالجامعة الحديثة
١٠- د. مروة محمود مدرس الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الكندي للإعلام

(٣٩) يتضح من الجدول اختلاف إجمالي قالب برامجي ويرجع ذلك لأن بعض القوالب تحظى بمتابعة كافة أفراد عينة الدراسة مثل البرامج الحوارية، والحديث المباشر، وهناك قوالب لا يتابعها بعض أفراد عينة الدراسة وذلك كما هو مة نشرات الأخبار، والمواد الدرامية، والإعلانات، والمواد النصية المكتوبة، والأغاني، والمسابقات.

(٤٠) محمود شكري العدوي، سعد لبيب. التغطية الإخبارية للتلفزيون. (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ٢٠١٤ ص ٢٠)

(٤١) يمثل إجمالي من وافق على التعايش مع المجتمعات الغربية من إجمالي عينة الدراسة الكلية التي أعريت على اهتمامها بمتابعة أخبار وقضايا المجتمعات الغربية.

(٤٢) يرتفع إجمالي إجابات هذا الجدول عن 370مبحوث والذين هم إجمالي عينة الدراسة التي تتابع أخبار وقضايا المجتمعات الغربية في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وذلك لأن هذا السؤال يتيح للمبحوث أكثر من إجابة، ويلاحظ من إجابات عينة الدراسة حرصها على إبداء الرأي بخصوص تطوير معالجة قضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام التقليدية.

(٤٣) يرتفع إجمالي إجابات هذا الجدول عن 370مبحوث والذين هم إجمالي عينة الدراسة التي تتابع أخبار وقضايا المجتمعات الغربية في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وذلك لأن هذا السؤال يتيح للمبحوث أكثر من إجابة، ويلاحظ من إجابات عينة الدراسة حرصها على إبداء الرأي بخصوص تطوير معالجة قضايا المجتمعات الغربية عبر وسائل الإعلام الجديدة.