إستخدام الشباب لصحافة المحمول وعلاقته بإتجاهاتهم نحو قضاياهم: دراسة ميدانية

أ. رشا أحمد محمد سيد عبد العزيز

باحثة لدرجة الماجستير قسم إعلام تخصص صحافة كلية الآداب جامعة المنصورة

أ. د سامي السعيد النجار

أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام – كلية الآداب جامعة المنصورة

Young people's use of mobile journalism and its relationship to their attitudes towards their issues: "A field Study"

Rasha Ahmed Mohamed Sayed Abdel Aziz

Master's Researcher, Department of Mass Communication, Faculty of Arts, Mansoura University

Prof. Sami Al-Saeed Al-Najjar

Professor of Journalism, Department of Mass Communication, Faculty of Arts, Mansoura University

إستخدام الشباب لصحافة المحمول وعلاقته بإتجاهاتهم نحو قضاياهم: دراسة ميـــدانية

إعداد/ أ. رشا أحمد محمد سيد عبد العزيز*

إشراف/ أ. د سامي السعيد النجار*

المستخلص

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس في رصد وتوصيف وتفسير استخدام الشباب لصحافة المحمول وعلاقتها باتجاهاتهم وقضاياهم مع رصد معدل تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لصحافة المحمول كمصدر للمعلومات حول قضاياهم، والتعرف على دوافع تعرض الشباب المصري عينة الدراسة (النفعية–الطقوسية) لصحافة المحمول، وتوصيف طبيعة اتجاهات المبحوثين من الشباب عينة الدراسة نحو صحافة المحمول، مع التعرف على مستوى إدراك الشباب المصري لأبعاد قضاياهم نتيجة تعرضهم لها في صحافة المحمول، وكشف أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على تعرض عينة الدارسة من الشباب لقضاياهم في صحافة المحمول، التعرف على مدى تأثير العوامل الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية على اتجاهات الشباب المصري عينة الدراسة، وذلك بتطبيق صحيفة الاستبيان على عينة مكونة من (400) مفردة من الذكور والإناث بالجامعات المصرية العربية والخاصة، استنادًا إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات، والاعتماد على وسائل الاستخدام، وتوصلت الدراسة إلى ارتفع معدل استخدام الذكور لصحافة المحمول عن معدل الإناث من

---

* باحثة لدرجة الماجستير قسم إعلام تخصص صحافة كلية الآداب جامعة المنصورة.

* أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام – كلية الآداب جامعة المنصورة

الشباب المبحوثين عينة الدراسة إجابات المبحوثين في الترتيب الأول (دائمًا) حول معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لصحافة الهاتف المحمول، كما اتفق الشباب المصري على أن الهاتف المحمول هو الوسيلة الأساسية التي يعتمدون عليها أثناء استخدام صحافة الهاتف المحمول، وأن نسبة ضئيلة جدًا من الشباب المصري يستخدم صحافة المحمول أثناء العمل، أو من جهاز العمل، مما يؤكد على أن صحافة المحمول رغم أهميتها لدى الشباب المصري، إلا أن الشباب المصري لا يستخدمونها أثناء العمل، ولا تقوم على تعطيلهم من عملهم، فقضايا التعليم تشغل بال الكثير من الشباب المصري، وتستحوذ جزء كبير من اهتماماتهم، مما يؤكد على استيعاب الشباب لوجود أزمة حقيقية في التعليم، وهم يعملون على متابعة تلك الأزمة عبر صحافة المحمول.

الكلمات المفتاحية:

استخدام ، صحافة ، المحمول.

Young people's use of mobile journalism and its relationship to their attitudes towards their issues:

"A field Study"

Abstract

The study seeks to achieve a major objective in monitoring, characterizing and interpreting young people's use of mobile journalism and its relationship to their trends and issues, while monitoring the rate of exposure of young Egyptians to mobile journalism as a source of information about their issues, and identifying the motivations of the exposure of young Egyptians to study sample (utilitarianism-ritualism) of mobile journalism, characterizing the nature of the trends of young researchers of the study sample towards mobile journalism, Recognizing young Egyptians' level of awareness of the dimensions of their issues as a result of their exposure to them in mobile journalism and revealed the main cognitive, emotional and behavioural impacts of the study sample of young people's exposure to their issues in mobile journalism, Identify the extent to which demographic, social, economic and cultural factors affect the trends of Egyptian youth. (400) single male and female Egyptian Arab and private universities, based on the theory of uses and saturations, reliance on means of use, the study found •

The rate of male use of mobile journalism is higher than that of young female researchers. (Always) about the rate at which young people use the study sample for mobile journalism and the Egyptian youth agreed that mobile phone is the primary means on which they rely while using mobile journalism, And a very small percentage of young Egyptians use mobile journalism on the job. or from the labour force,

which confirms that mobile journalism is important to young Egyptians However, young Egyptians do not use them at work and do not disrupt them from their work. Education issues concern many young Egyptians and take over a large part of their interests education ", which underscores young people's assimilation to a genuine crisis in education, and they are working to follow that crisis through the mobile press.

Key words:

young - use - mobile

إستخدام الشباب لصحافة المحمول وعلاقته بإتجاهاتهم نحو قضاياهم دراسة ميـــــدانية

المقدمة :

تمثل وسائل الإعلام الحديثة في وقتنا هذا أهمية كبيرة في التأثير على اتجاهات الشباب وتحديد مواقفهم وآرائهم نحو القضايا المختلفة، فهي محور أساسي يتم الاعتماد عليه في الوصول للمعلومات التي قد تشكل في اغلب الأحيان اتجاهاتهم نحو القضايا التي تؤثر على تفكيرهم، وتعمل تلك الوسائل الإعلامية الحديثة ومن ضمنها صحافة المحمول على إيصال الرسائل المختلفة إليهم على اختلاف طبائعها سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو تجارية أوغير ذلك، ومن الملاحظ أن صحافة المحمول تلعب دورا كبيرا وفعالا في حياة الشباب بصفة خاصة، فمن خلالها يتم استقاء العديد من الأخبار تجاه القضايا التي تهم تلك الفئة الفاعلة في المجتمع، خاصة وأن المحمول أصبح من الضروريات في الحياة المعاصرة

وفي ظل التطور التكنولوجي في مجال الاتصال والإعلام الذي أوجد العديد من الوسائل الاتصالية المختلفة استطاع الفرد من خلالها أن يتخلص من قيود العزلة والانغلاق والانطلاق نحو التفاعل مع الآخرين، ولم تعد عملية الاتصال أحادية الاتجاه، بل أصبحت قائمة على التفاعل والمشاركة.

إن الهاتف المحمول الذي يمتلكه كل منا في جيبه، أصبح يعد واحد من أهم هذه الأدوات وأكثرها تأثيرا على العمل الصحفي، حيث بدأ يتسلل تدريجيا إلى غرفة الأخبار من خلال مشاهد صورها ناشطون بهواتفهم الخاصة، وشيئا فشيئا أصبحت هذه المقاطع المصورة مصدرامن المصادر المهمة لنقل ما يجري هنا وهناك، وقد شكل ذلك دافعا للتفكير في الإمكانيات التي تتيحها هذه الوسيلة لإنتاج

المحتوى الإعلامي الذي يتم تصويره وتحريره ونشره على الهاتف النقال ويتسم محتواه بالجودة والفعالية العالية

ومع التطور الهائل لأجهزة الهواتف المحمولة والتي لم تعد مجرد وسيلة اتصال تقتصرعلى الدردشة والتسلية، بل أصبحت وسيلة من أهم الوسائل لنقل المعلومات والأخبار، كماأصبحت مركزاً.

محمولا للاتصالات والخدمات الإعلامية ووسيطا لنشر مواد إعلامية وترفيهية وتعد صحافة المحمول من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت، ويعد الشباب من طلبة الجامعات أكثر الفئات استخداما لها، حيث أشارت العديد من الدراسات إلى أن فئة الشباب من طلبة الجامعات من أكثر فئات المجتمع تعرضا لوسائل الإعلام الجديد؛ بسبب بعض العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبتهم لإقامة علاقات وصداقات من مختلف دول العالم.

إن صحافة المحمول تخضع لتقيد قوي ينطوي على معالجة الخبر في الزمن الحقيقي ومصطلح الزمن الحقيقي يعني إرسال الخبر بأسرع طريقة ممكنة، أي تقريبًا في نفس الوقت الذي تجري فيه الوقائع موضوع هذا الخبر، ووسط ذلك لم يكن الشباب بمعزل عن تكنولوجيا الإعلام الرقمي، وأخذت تلك الوسائل وخاصة الهواتف المحمولة والذكية الحيز الأكبر من حياتهم اليومية مما كان له الأثر الواضح على تعرضهم لتلك الوسائل الإعلامية.

ومع هذا التطور في استخدام الهواتف الذكية في العمل الإعلامي، بدأت تظهر مصطلحات جديدة من أبرزها صحافة المحمول التي تعتبر شكلا ناشئا من الإعلام الجديد وتستخدم فيها الأجهزة المحمولة مع شبكة الاتصالات لتحرير

الأخبار وجمعها وتوزيعها، وهي من الأنماط الصحفية الأكثر تفاعلا مع الجمهور في صحافة الوسائط المتعددة التي تتواجد على مختلف التطبيقات الإليكترونية[1].

مشكلة الدراسة:

في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده العالم، أصبحت صحافة المحمول واحدة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة، إذ تزايد اعتماد الشباب على الهواتف الذكية وتطبيقات الأخبار كمنصة رئيسية لمتابعة الأحداث والقضايا، مما أدى إلى تغييرات جذرية في أنماط استهلاك المحتوى الإخباري. يثير هذا التحول تساؤلات جوهرية حول طبيعة العلاقة بين استخدام صحافة المحمول وتشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية المختلفة.

وتحاول الدراسة الميدانية الحالية، فهم طبيعة العلاقة بين متغيرين رئيسيين: استخدام صحافة المحمول من جهة، واتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية من جهة أخرى، وتسعى للكشف عن مدى تأثير الخصائص الفريدة لصحافة المحمول في تشكيل هذه الاتجاهات، وكيفية تفاعل الشباب مع المحتوى الإخباري عبر هذه المنصات. وتستند الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الاستخدامات والتأثيرات، مما يساعد في استكشاف ما إذا كان هذا التفاعل يسهم في تكوين وعي نقدي لدى الشباب، أم أنه يفضي إلى تبني مواقف سطحية وغير مستندة إلى معلومات دقيقة.

وعليه، تبرز المشكلة البحثية في استكشاف العلاقة بين استخدام الشباب لصحافة المحمول وتأثير ذلك على اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية، مع التركيز على العوامل التي تؤثر في هذا التفاعل وما ينتج عنه من نتائج معرفية وسلوكية.

أهمية الدراسة:

- **أولاً: الأهمية العلمية**

تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من عدة جوانب:

1. **توسيع المعرفة الأكاديمية** :تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بصحافة المحمول ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب، مما يمكن الباحثين والمهتمين من فهم أعمق للظواهر الإعلامية المعاصرة.
2. **تحليل العلاقات بين المتغيرات** :تقدم الدراسة إطارًا نظريًا يستند إلى نظرية الاستخدامات والتأثيرات، مما يتيح تحليل العلاقة بين استخدام صحافة المحمول واتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية بشكل منهجي وموضوعي.
3. **تقديم بيانات ميدانية** :من خلال اعتماد منهج ميداني، توفر الدراسة بيانات ميدانية دقيقة تعكس الواقع الحالي لاستخدام الشباب لوسائل الإعلام الحديثة، مما يزيد من مصداقية النتائج.

- **ثانياً: الأهمية العملية**

تكمن الأهمية العملية لهذه الدراسة في النقاط التالية:

1. **توجيه السياسات الإعلامية** :توفر النتائج رؤى قيمة لصناع القرار في مجال الإعلام، مما يمكنهم من تطوير سياسات إعلامية تتناسب مع احتياجات الشباب وتوجهاتهم.
2. **تطوير المناهج التعليمية** :يمكن للنتائج أن تساعد المؤسسات التعليمية في تصميم برامج تعليمية تهدف إلى تعزيز الوعي النقدي لدى الشباب وتعليمهم كيفية التعامل مع المعلومات الإعلامية بشكل فعّال.

3. **تعزيز الوعي المجتمعي** :تسهم الدراسة في زيادة الوعي بأهمية صحافة المحمول وأثرها على القضايا المجتمعية، مما يعزز من مشاركة الشباب في القضايا العامة بشكل أكثر وعيًا.
4. **توجيه الاستراتيجيات الإعلامية** :تساعد النتائج المؤسسات الإعلامية على فهم كيفية تفاعل الشباب مع المحتوى الإخباري، مما يمكّنها من تحسين استراتيجياتها في تقديم الأخبار والمعلومات.
5. **تشجيع البحث المستقبلي** :تفتح الدراسة آفاقًا جديدة للبحث في مجالات أخرى مرتبطة بتأثير الإعلام الرقمي، مما يشجع الأكاديميين والباحثين على استكشاف موضوعات جديدة في هذا السياق.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس في رصد وتوصيف وتفسير استخدام الشباب لصحافة المحمول وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضاياهم، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية من أهمها ما يلي:

1. رصد معدل تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لصحافة المحمول كمصدر للمعلومات حول قضاياهم.
2. التعرف على دوافع تعرض الشباب المصري عينة الدراسة (النفعية–الطقوسية) لصحافة المحمول.
3. كشف أبرز أنماط صحافة المحمول التي يحرص المبحوثين من الشباب الجامعي عينة الدراسة على استخدامها لمتابعة قضاياهم.
4. توصيف طبيعة اتجاهات المبحوثين من الشباب عينة الدراسة نحو صحافة المحمول.

5. بلورة أكثر قضايا الشباب التي يهتم بها الشباب المصري أثناء تعرضهم لصحافة المحمول.
6. تحديد مدى إقبال الشباب المصري عينة الدراسة على متابعة قضاياهم في صحافة المحمول.
7. رصد وتحديد درجة ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في صحافة المحمول حول مناقشة قضاياهم.
8. التعرف على مستوى إدراك الشباب المصري لأبعاد قضاياهم نتيجة تعرضهم لها في صحافة المحمول.
9. كشف أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على تعرض عينة الدارسة من الشباب لقضاياهم في صحافة المحمول.
10. التعرف على مدى تأثير العوامل الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية على اتجاهات الشباب المصري عينة الدراسة.

الإطار النظري والمنهجي للبحث:

الدراسات السابقة:

المحور الأول : دراسات تناولت استخدامات الشباب لصحافة المحمول:

1) دراسة هبة محمد فهمي العطار (2023)،اعتماد طلاب الإعلام التربوى على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار واتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية[2].

هدفت الدراسة إلى قياس العلاقة بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على صحافة الموبايل واتجاهاته نحو مصداقيتها كمصدر للمعلومات، وذلك من خلال التعرف على درجة اعتماد الشباب الجامعى على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية، وقياس مدى ثقة الشباب الجامعى بصدق

وموضوعية الموضوعات الإخبارية ودرجة ومعايير مصداقيتها عبر صحافة الموبايل، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفى إطارها استخدم منهج المسح، واستخدمت الباحثة فى ذلك الاستبيان كاداه لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلاب الإعلام التربوى بالجامعات المصرية، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها**وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف مستويات الثقة بصدق وموضوعية صحافة الموبايل كمصدر للحصول على المعلومات. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس كثافة الاعتماد على صحافة الموبايل تبعا لاختلاف درجة ثراء صحافة الموبايل بالمعلومات ووسائل التفاعلية. كما أسفرت عن وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد المبحوثين على صحافة الموبايل كمصدر للمعلومات ومستوى تأثيرات صحافة الموبايل عليهم

2) دراسة سامح حسانين (2022)، اعتماد الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم[3]

استهدفت الدراسة تحقيق هدف رئيس يتمثل فى محاولة رصد وتوصيف طبيعة اعتماد المبحوثين من الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم. وقد اعتمدت الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام " ونموذج " الإعلام الديمقراطى المشارك". واستخدمت الدراسة منهج " المسح بالعينة". حيث طبقت الدراسة على عينة غير إحتمالية بلغت " 400" مفردة. واستخدمت صحيفة " استقصاء" كأداة لجمع البيانات فى هذه الدراسة **وتوصلت الدراسة إلى:** صحافة المواطن كمصدر

للأخبار تسهم بدرجة كبيرة فى إكساب الشباب المصري " عينة الدراسة " للمعرفة السياسية وذلك من خلال مساهمتها فى التعرف على الأوضاع الداخلية والتطورات والأحداث الجارية. وتوصلت الدراسة أيضا إلى إن الاعتماد على صحافة المواطن كمصدر للأخبار يساهم فى رفع مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب المصري ويعمل على تشكيل رأيه تجاه الأحداث السياسية المختلفة.وقد خلصت الدراسة فيما يتعلق باختبار فروضها إلى وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين اتجاه الشباب " عينة الدراسة " نحو صحافة المواطن كمصدر للأخبار والمعرفة السياسية المكتسبة لديهم.

3) هاجر حلمي حبيش (2019)، تطبيقات الصحف بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الثانوية[4] .

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين اعتماد المراهقين على تطبيقات صحافة الهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى معرفته بالأحداث الجارية من خلال دراسة وصفية ميدانية تعتمد على أسلوب المسح الإعلامي، مستخدمة في ذلك استمارة الاستبيان حيث قامت الباحثة بتطبيق 400 مفردة على عينة من المراهقين في المرحلة الثانوية (ثانوي أزهري، ثانوي فني، ثانوي عام ثانوي لغات. وذلك لإثبات صحة الفرض التالي: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المراهقين على تطبيقات صحف الهواتف الذكية ومستوي معرفتهم بالأحداث الجارية **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها:** وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين درجة اعتماد المراهقين على تطبيقات صحف الهواتف الذكية ومستوي معرفتهم بالأحداث الجارية، يوجد ارتباط طردي دال إحصائيا بين درجة اعتماد المراهقين على تطبيقات صحف الهواتف الذكية وبين التأثيرات

المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد، باختلاف الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة (النوع –الإقامة– نوع التعليم – المستوى الاجتماعي الاقتصادي)

4) دراسة بريولت واستانفورد (2019)، صحافة الموبايل كصحافة أسلوب حياة[5]

سعت الدراسة الحالية إلى فهم كيفية التنقل حيث يرى الصحفيون أن الإنتاج المتنقل جزء من دورهم الصحفي، وتأثير أبعاد نظرية المجال إنتاج المحمول في غرف الأخبار الخاصة بهم. بينما أثبتت الأبحاث السابقة انتشارًا متزايدًا لنمط الحياة الصحافة، حيث تعد صحافة الهاتف المحمول واحدة من أسرع مجالات النمو في صناعة الصحافة الحديثة، ومع ذلك، يجد الصحفيون المتنقلون هم أنفسهم في مكان توتر، بين الصحافة المطبوعة والمسموعة والصحافة الرقمية وبين التقليدية الصحافة وصحافة نمط الحياة، وقد أجرت الدراسة الحالية مسحًا عبر الإنترنت للصحفيون المتنقلون العدد = (39) من ست دول يمثلون أربع قارات حول كيفية تصورهم للصحافيين الدور، وكيف يُنظر إلى عملهم داخل غرفة الأخبار. كان المشاركون صحفيون في التلفزيون والمطبوعات مجلة، وغرف تحرير رقمية محلية ووطنية.**وتوصلت الدراسة إلى**أن نمو الصحافة المتنقلة يمثل تطور نمط الحياة قواعد الصحافة، مثل المحتوى الذي يحركه الجمهور، حتى في الصحافة التقليدية.

المحور الثاني: دراسات تناولت الإعلام الجديد وقضايا الشباب.

1) دراسةعلي حمودة جمعة سليمان (2022)، اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الصحافة متعددة الوسائل (صحافة الفلاش) في زيادة الإنقرائية ومتابعة الأحداث وامدادهم بالمعلومات[6]

تتبلور المشكلة البحثية في رصد وتحليل مدي اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الصحافة متعددة الوسائل (صحافة الفلاش) في زيادة الإنقرائية ومتابعة الأحداث وامدادهم بالمعلومات ، وقياس التأثيرات التي تحدثها على الشباب المصري من خلال القيام بدراسة ميدانية عليه ، ويتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على مدي اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الصحافة متعددة الوسائل (صحافة الفلاش) ، في هذا الإطار اعتمدت الدراسة على منهج المسح ، وتستخدم الدراسة استمارة الاستقصاء في الدراسة الميدانية للشباب المصري، ويتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري ، وتم اختيار عينة عمدية من مستخدمي صحافة الفلاش ، وذلك لعدم توفر بيانات تفصيلية حول مستخدمي صحافة الفلاش قوامها 400 مفردة ، وتعتمد هذه الدراسة في بنائها النظري علي نظرية " الاعتماد".**وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج كان من أبرزها:**مدي التعرض لمضامين ملفات صحافة الفلاش بلغ 57.0% بشكل أحياناً، ثم يلي ذلك التعرض بمعدل " دائما " بنسبة بلغت 24.0% ، وكانت أقل النسب التعرض بشكل "نادراً" بنسبة بلغت 19.0%، والحجم الزمني المخصص لديك لاستعمال صحافة الفلاش "ساعة" احتل الترتيب الأول بنسبة بلغت 80.8% ، وجاء بالترتيب الثاني " أكثر من 3ساعات" بنسبة بلغت 14.5% ، ثم يلي ذلك بالترتيب الثالث " ساعتين " بنسبة بلغت 4.8% ، ودرجة المتابعة للأحداث من خلال صحافة الفلاش احتل الترتيب الأول " أتابعها أحيانا "بنسبة بلغت 71.3% ، ثم جاء بالترتيب الثاني " أتابعها دائما " بنسبة بلغت 24.0%، ثم جاء بالترتيب الثالث "لا أتابعها" بنسبة بلغت4.8% وتوصى الدراسة بتزويد برامج الفلاش بجموعة من الأنشطة الهادفة التي يمكن من خلالها تنمية الجوانب المختلفة.

2) دراسة راشد صلاح الدين راشد (2021)، دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية "دراسة ميدانية"[7].

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية، ومعرفة العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور المصري على صحافة الموبايل في الأحداث الجارية، ودرجة الثقة في أخبار الأحداث الجارية التي يتابعونها عبر صحافة الموبايل، وبين درجة الثقة في أخبار الأحداث الجارية التي يتابعونها عبر صحافة الموبايل، ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للأحداث الجارية، وتأثير كثافة استخدام الجمهور المصري لصحافة الموبايل في الحصول على الأخبار نحو الأحداث الجارية على اتجاهاتهم نحو تلك الأخبار، واستخدمت منهج المسح الإعلامي لعينة من الجمهور المصري قدرها (600) مفردة، تم اختيارها بطريقة عمدية حصصية من محافظتي سوهاج عن الوجه القبلي والدقهلية عن الوجه البحري، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات.**وتوصلت الدراسة إلى** صحافة الموبايل أكثر الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثون كمصدر للأخبار في الاحداث الجارية، حيث اعتمد العدد الأكبر على صحافة الموبايل في الحصول على الأخبار بشكل دائم ومستمر بنسبة 51.3% من عينة الدراسة، ويرجع سبب تفضيل صحافة الموبايل من قبل المبحوثين لسهولة الاستخدام بالدرجة الأولى.أهم أنواع صحافة الموبايل التي يفضلها المبحوثون في متابعة الأحداث، تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى، واعتمدوا بصورة واضحة على التعليقات في الأحداث الجارية كأكثر أساليب التفاعل استخدامًا، يليها المشاركة في المركز الثاني من أساليب التفاعل.أن التأثير المعرفي نتيجة الاعتماد على صحافة الموبايل جاء بدرجة مرتفعة وبنسبة 72.3%، وتأثر المبحوثون وجدانيًا

مع الأحداث بدرجة مرتفعة وذلك بنسبة 66.8%، بينما جاءت التأثيرات السلوكية بدرجة مرتفعة وبنسبة 65%، وأصبح التأثير العام الناتج عن صحافة الموبايل بدرجة مرتفعة وذلك بنسبة 76.3.وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على صحافة الموبايل في الأحداث الجارية، ودرجة الثقة في أخبار الأحداث الجارية التي يتابعونها عبر صحافة الموبايل.

3) دراسة أحمد على العنانية (2019)، بعنوان: دور الهاتف الخلوي الذكي في تقليل اعتماد طلبة الجامعة الأردنية على الصحافة المطبوعة[8]."

هدفت الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام طلبة الجامعة الأردنية للهاتف الخلوي النقال الذكي, والتعرف إلى أسباب انتشار استخدامه ومدى مصداقية الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونية, ومدى اعتمادهم عليها وتفاعلهم معها ؛ و الكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول دوافع انتشار استخدام الهاتف الخلوي الذكي وأسباب استخدامه, والكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مصداقية الأخبار تلك من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية, وتبعا لمتغيرات الدراسة, و قد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وهو من الطرق المتبعة في التحليل العلمي للوصول إلى معلومات محددة حول مشكلة الدراسة و تم توزيع استبانة على عينة عشوائية عددها 810 طالبا وطالبة من طلبة الجامعة الأردنية لمرحلة البكالوريوس

وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج كان من أبرزها:

جاءت دوافع استخدام طلبة الجامعة الأردنية للهاتف الخلوي الذكي بدرجة (عالية). كما أن أسباب انتشاره جاءت بدرجة عالية جدا) أيضا إن مدى مصداقية الأخبار المنشورة دون اسم الالبان في الصحف الإلكترونية واعتماد طلبة الجامعة

الأردنية وتفاعلهم معها عليها باستخدام الهاتف الخلوي الذكي جاءت عالية جد) أيضا.توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05), في آراء أفراد عينة الدراسة حول محاور الاستبانة ككل, وفقا لمتغير الجنس والعمر, والسنة الدراسية, وعدد سنوات استخدام الهاتف الخلوي الذكي في متابعة الأخبار.

4) دراسة Aharony,Na ،(2014)[9]

حاولت الدراسة استكشاف مدي دراية طلاب علوم المكتبات والمعلومات بالتقنيات الحديثة، ولاسيما اعتماد دراساتهم وعملهم في المستقبل علي استخدام هذه التقنيات، حيث حاولت الدراسة الإجابة علي تساؤلين وهما هل تؤثر الخصائص الشخصية والفردية للطلاب علي تصوراتهم حول التعليم النقال ؟، وما تأثير المتغيرات الموجودة بين الطلاب كمستوي التعليم والعمر والجنس بشأن تصوراتهم حول التعليم النقال؟، وقد أشارت نتائج الدراسة إلي أن بعض الطلاب لا يرغبون في تبني التقنيات الحالية،في حين أن الهيئة التدريسية في تخصص المكتبات والمعلومات يجب أن تزيد من المقررات الدراسية باستخدام التقنيات النقالة لتحقيق أقصي قدر من تعريض الطلاب لهذه المنصات.

التعليق على الدراسات السابقة:

تقدم الدراسات السابقة رؤية شاملة حول اعتماد الشباب على صحافة المحمول، وتميل إلى التركيز على السياق المصري والعربي، كما تتناول هذه الدراسات مجموعة واسعة من القضايا المتعلقة بدور الإعلام الجديد في تشكيل توجهات الشباب، مع التركيز على استخدامهم لوسائل الإعلام المختلفة وتأثيراتها. وفيما يلي تعليق على المناهج المستخدمة، نوع الدراسات، النظريات المعتمدة، حجم العينات، وأدوات جمع البيانات:

1. المناهج المستخدمة ونوع الدراسة

الغالبية العظمى من الدراسات السابقة اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي، حيث استخدمت أدوات مثل الاستبيانات والمقابلات لجمع البيانات الكمية والنوعية. على سبيل المثال:دراسة هبة العطار (2023) وطارق الصعيدي (2020) وهاجر حبيش (2019) اعتمدت على المسح الميداني لقياس اعتماد الشباب على صحافة المحمول وتأثيرها المعرفي والسلوكي.ودراسة حمودة جمعة سليمان (2022) اعتمدت على استمارة استقصاء، ودراسة راشد صلاح الدين راشد (2021) استخدمت استبيانات لجمع المعلومات من عينة من الجمهور.

بينما استخدمت بعض الدراسات منهج التحليل الكيفي، مثل دراسة منجد أحمد محمد أبو شرار (2017) التي قامت بتحليل دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في الخطاب الديمقراطي، وبعض الدراسات مثل منى خوجلي (2019) وإيمان سعيد (2016) استخدمت المنهج التحليلي لفحص المحتوى الإعلامي (كالصور المركبة في وسائل التواصل)، بينما جمعت دراسة سناء شاهين (2018) بين المنهجين الوصفي والتاريخي لرصد تطور صحافة المحمول . أما الدراسات الأجنبية مثل دراسة بريولت واستانفورد (2019) و Lopez-Garcia (2019)، فقد استخدمت المراجعة المنهجية لتحليل الأدبيات السابقة، مما أضاف بعدًا مقارنًا دوليًا.

2. النظريات المستخدمة

تمحورت النظريات حول:نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (كما في دراسة سامح حسانين 2022)، التي تفسر كيف يُكسب الاعتماد على صحافة المواطن المعرفة السياسية. ونظرية ثراء الوسيلة (دراسة إيمان سعيد 2016)، لتحليل تأثير الصور المركبة في تشكيل الرأي العام. ونموذج قبول التقنية) (TAM) دراسة

(Bhatti alqbal 2015، لفهم تقبل الشباب للتعليم النقال. وكذلك اعتمدت دراسة حمودة سليمان على نظرية "الاعتماد"، بينما استخدمت دراسة وليد محمد عمشه وأروى ظبيان نظريات الاستخدامات والإشباعات. هذه التنوع في النظريات يعكس الفهم العميق للمسؤوليات الإعلامية وتأثيرها على الشباب.

3. حجم العينات:

تراوحت العينات في المحور الاول بين 50 إلى 500 مفردة، مع اختلاف في منهجية الاختيار:عشوائية: كما في دراسة الصعيدي (500 شاب) والعطار (طلاب إعلام تربوي). وغير احتمالية: مثل دراسة حسانين (400 شاب) وشاهين (إعلاميون عرب). وكذلك تفاوت حجم العينات بين الدراسات في المحور الثاني، حيث تراوحت بين 400 إلى 810 مفردة. على سبيل المثال، دراسة راشد صلاح الدين راشد اعتمدت على عينة من 600 فرد، مما يوفر تمثيلًا جيدًا للجمهور. بينما دراسة أحمد العنانية استخدمت عينة من 810 طالب وطالبة، مما يزيد من موثوقية النتائج.

4. أدوات جمع البيانات:

تبين ان الاستبيان كان الأكثر استخدامًا (جميع الدراسات المصرية تقريبًا)، والمقابلات والملاحظة (دراسة خوجلي)، ودراسة(Blankenship 2013)، وتحليل المحتوى (دراسة Lopez-Garcia لـ 199 مقالة علمية)، كما ان دراسات المحور الثاني استخدمت معظمهاالاستبانات كأداة رئيسية لجمع البيانات، مما يسمح بتحديد الاتجاهات والآراء بشكل منهجي. دراسة عبير محمد سليم لبد (2018) اعتمدت على تحليل المحتوى، مما يعزز من فهم كيفية معالجة الإعلام للقضايا الثقافية.

ركزت معظم الدراسات على:تأثير صحافة المحمول في المعرفة والاتجاهات:مثل اكتساب المعرفة السياسية (حسانين 2022) أو التوعية الصحية (الصعيدي 2020). كما ركزت معظم الدراسات على دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام والتوجهات السياسية والاجتماعية لدى الشباب. على سبيل المثال، دراسة رضوان قطبي (2017) تناولت تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للشباب المغربي، بينما ركزت دراسة رانيا زكريا السيد أزمل (2019) على تأثير الإعلام الإلكتروني في معالجة القضايا الاقتصادية.

وعليه، تبين أنه من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة وجدت الباحثة أن القاسم المشترك في معظم الدراسات هو استخدام منهج المسح الإعلامي وان العينة تم اختيارها على شكل عينة عشوائية كدراسة طارق محمد محمد الصعيدي اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في "مصر والتي اعتمدت أسلوب العينة العشوائية واستخدمت منهج المسح الإعلامي والتي تم الاستفادة من نتائجها في صحافة الموبايل وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا 2020، ومعرفة العلاقة بين حجم الاعتماد على صحافة الموبايل ومستوى التوعية الصحية بجائحة كورونا، وأن أوجه الشبة بين تلك الدراسات هي اعتمادهم على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والاختلاف الرئيسي بين معظم الدراسات هو المنهج المستخدم في الدراسة فبينما نجد أن بعض الدراسات استخدمت منهج المسح الإعلامي استخدمت دراسات أخرى المنهج التحليلي كدراسة سمر أحمد حسانين مهران والتي أتت بعنوان معالجة المواقع الإخبارية للقضايا الثقافية، بينما استخدمت دراسات أخرى المنهج الوصفي والتاريخي كدراسة سناء يوسف محمد والتي أتت بعنوان صحافة

المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية دراسة على عينة من الإعلاميين العرب بدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة2017-2015.

كما اتضح انه لم تتطرق أي من الدراسات السابقة إلى لصحافة المحمول وعلاقته باتجاهاتهم نحوقضاياهم وهو موضوع الدراسة الحالية

الإطار النظري للدراسة:

1. نظرية الاستخدامات والتاثيرات :

يعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أحد المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة، والتأثيرات الناتجة من هذا الاستخدام. الأصول الفكرية لمدخل الاستخدامات والتأثيرات

مدى الاستفادة من الاطار النظري في البحث :

يعد إطار الاستخدامات والتأثيرات أداة قوية لفهم العلاقة بين الشباب ووسائل الإعلام الجديدة، وخاصة صحافة المحمول. في هذا السياق، يمكن الاستفادة من مفاهيم هذا الإطار في تحليل كيف يؤثر استخدام صحافة المحمول على اتجاهات الشباب نحو قضاياهم. يعد فهم الأنماط المختلفة لنشاط الجمهور، كما أوضح كيم وروبين، أمرًا أساسيًا لتحديد كيفية تفاعل الشباب مع المحتوى الإعلامي.

2. نظرية الاستخدمات والإشباعات:

نشأت نظرية الاستخدامات والإشباعاتuses and gratification عن المنهج الوظيفيthe function list approach لدراسة الاتصال والتي تركز بشكل خاص على جمهور المستهلكين لوسائل الإعلام media consumer من حيث احتياجاتهم وسلوكياتهمtheir needs and behavior

مدى استفادة البحث من مدخل الإستخدامات والإشباعات

تُشكِّل نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratifications Theory) إطارًا نظريًّا مناسبًا للبحث، حيث تركِّز هذه النظرية على الدوافع الفردية والاحتياجات النفسية والاجتماعية التي تدفع الجمهور إلى اختيار وسائل إعلامية معينة، مما يُسهم في فهم أعمق لسلوكيات الشباب الإعلامية في البيئة الرقمية. فبدلًا من افتراض أن الجمهور متلقٍّ سلبي للمحتوى، تنطلق النظرية من فكرة النشاط الاختياري للمستخدمين، الذين يبحثون عن مضامين تلبي احتياجاتهم المحددة، سواء أكانت معرفية أو ترفيهية أو اجتماعية. ومن ثم، تتيح هذه النظرية تحليلًا شاملاً للعوامل المؤثرة في اختيار الشباب لصحافة المحمول، وكيفية تأثير هذا الاستخدام في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا التي تهمُّهم.

تساؤلات الدراسة:

1. ما معدل تعرض الشباب المصري عينة الدراسة لصحافة المحمول كمصدر للمعلومات حول قضاياهم؟
2. ما دوافع تعرض الشباب المصري عينة الدراسة (النفعية–الطقوسية) لصحافة المحمول؟
3. ما أبرز أنماط صحافة المحمول التي يحرص المبحوثين من الشباب الجامعي عينة الدراسة على استخدامها لمتابعة قضاياهم؟
4. ما طبيعة اتجاهات المبحوثين من الشباب عينة الدراسة نحو صحافة المحمول؟
5. ما أكثر قضايا الشباب التي يهتم بها الشباب المصري أثناء تعرضهم لصحافة المحمول؟

6. ما مدى إقبال الشباب المصري عينة الدراسة على متابعة قضاياهم في صحافة المحمول؟
7. ما درجة ثقة الشباب المصري عينة الدراسة في صحافة المحمول حول مناقشة قضاياهم؟
8. ما مستوى إدراك الشباب المصري لأبعاد قضاياهم نتيجة تعرضهم لها في صحافة المحمول؟
9. ما أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على تعرض عينة الدارسة من الشباب لقضاياهم في صحافة المحمول؟
10. ما مدى تأثير العوامل الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية على اتجاهات الشباب المصري عينة الدراسة؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير ووصف وتقريرخصائص ظاهرة معينة أو موقف معين بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها ولاتقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف الحقائق التي سوف يتم تجميعهاومن ثم تفسيرها وتحليلها واستخلاص النتائج والدلالات منها.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تصوير ووصف خصائص ظاهرة معينة، وهي في هذه الحالة استخدام الشباب لصحافة المحمول وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضاياهم. تهدف الدراسة إلى جمع معلومات دقيقة وكافية حول هذه الظاهرة، مما يسمح بفهم أبعادها المختلفة وتأثيراتها.

تتميز الدراسات الوصفية بقدرتها على تقديم صورة شاملة عن الموضوع المدروس، حيث لا تقتصر على جمع البيانات فقط، بل تشمل أيضًا تصنيف

الحقائق المستخلصة وتفسيرها، في سياق هذا البحث، سيتم جمع بيانات من عينة من الشباب تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا، وذلك من خلال استبيانات، مما يسهم في الحصول على رؤى متعددة حول كيفية استخدامهم لوسائل الإعلام المحمولة وتأثيرها على اتجاهاتهم.

أيضًا، سيتم استخلاص النتائج والدلالات من البيانات المجمعة، مما يتيح تقديم توصيات مستندة إلى الأدلة حول كيفية تعزيز استخدام وسائل الإعلام المحمولة كأداة فعالة في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضاياهم، هذا النهج الوصفي يعزز من قدرة الدراسة على تقديم نتائج موثوقة وقابلة للتطبيق في السياقات المختلفة، مما يسهم في فهم أعمق لدور الإعلام في حياة الشباب.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح كأداة رئيسية لجمع البيانات من أفراد العينة. يهدف هذا المنهج إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب لصحافة المحمول ، وفهم كيفية تأثير هذا الاستخدام على توجهاتهم نحو قضاياهم. يُعتبر منهج المسح من الأساليب الفعالة في البحث الاجتماعي، حيث يسهم في الحصول على معلومات شاملة ودقيقة من عدد كبير من الأفراد.

يتسم منهج المسح بقدرته على تجميع المعلومات بشكل منظم وموثوق، مما يسمح بتحليل الأنماط السلوكية والمواقف لدى الشباب. سيتم استخدام استبيانات مصممة بعناية لجمع البيانات، حيث تتضمن أسئلة متنوعة تتعلق بدوافع الشباب لاستخدام صحافة المحمول. كما يتميز منهج المسح بمرونته، حيث يمكن تطبيقه على فئات متعددة من الشباب، مما يعزز من إمكانية تعميم النتائج، من خلال هذا المنهج، يمكن للدراسة أن تسلط الضوء على العوامل الاجتماعية والثقافية

التي تؤثر في استخدام الشباب لصحافة المحمول، وبالتالي تقدم رؤى قيمة حول كيفية تعزيز هذا الاستخدام كأداة للتفاعل مع القضايا المجتمعية.

مجتمع الدراسة وعينته:

أولاً: مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة فئة الشباب من الذكور والإناث في الفئة العمرية من 18 إلى 24 عامًا، وهي مرحلة حيوية تتزامن مع المراهقة المتأخرة وبداية سن النضج. تم اختيار هذه المرحلة العمرية لعدة أسباب رئيسية تعكس أهميتها في سياق البحث.

أولاً، تعتبر هذه الفترة العمرية من أكثر المراحل تأثيرًا في تشكيل الهوية الشخصية للشباب. حيث يسعى العديد منهم إلى إثبات ذواتهم وتطوير شخصياتهم، مما يجعلهم أكثر اهتمامًا بقضايا مجتمعهم، إن حماسهم للاستطلاع والتعرف على الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحيطة بهم يساهم في تعزيز فهمهم للعالم من حولهم.

ثانيًا، تتسم مرحلة الشباب بأهمية خاصة نظرًا لأنهم يتحملون مسؤولية بناء وتطوير المجتمع. فهم يمثلون عماد المستقبل، وبالتالي فإن فهم استخدامهم لصحافة المحمول واتجاهاتهم نحو قضاياهم يعد أمرًا بالغ الأهمية لتحقيق التنمية المستدامة.

ثالثًا، في هذه المرحلة العمرية، تتضح القدرات والميول والسلوكيات التي تميز الأفراد، يكتسب الشباب خلال هذه الفترة عادات سلوكية تؤهلهم ليصبحوا قادة ومؤثرين في المستقبل، مما يجعل من الضروري دراسة كيف تؤثر وسائل الإعلام على تشكيل هذه العادات.

أخيرًا، يمتلك الشباب في هذه الفئة العمرية القدرة على مناقشة وتحليل الأحداث والمشكلات المحيطة بهم، إن اتساع مداركهم يمكنهم من اقتراح حلول مناسبة للتحديات التي تواجه مجتمعهم، مما يعكس دورهم الفعّال في التحولات الاجتماعية والسياسية، بناءً على هذه الاعتبارات، فإن دراسة استخدام الشباب لصحافة المحمول وعلاقته باتجاهاتهم نحو قضاياهم ستسلط الضوء على جوانب هامة من هذه المرحلة الحيوية.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في 400 مفردة تم اختيارها بشكل عشوائي من شباب الجامعات المصرية، حيث تشمل الجامعات الخاصة والحكومية على حد سواء، تم تقسيم العينة بالتساوي بين الجنسين، حيث تتكون من 200 مفردة من الذكور و200 مفردة من الإناث.

يهدف اختيار هذه العينة إلى تحقيق تمثيل شامل لشريحة الشباب في الجامعات، مما يسهم في تعزيز موثوقية النتائج المستخلصة من الدراسة. من خلال تحليل آراء وتجارب هذه العينة، تسعى الدراسة إلى فهم دوافع استخدام الشباب لصحافة المحمول وكيفية تأثير ذلك على توجهاتهم تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية، هذا التنوع في العينة يساعد على تقديم رؤى دقيقة تعكس واقع استخدام وسائل الإعلام المحمولة بين فئة الشباب في مصر.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات من أفراد العينة. تُعتبر استمارة الاستبيان من أساليب جمع البيانات الشائعة في الدراسات الميدانية، حيث تتيح للباحثين الحصول على معلومات دقيقة ومنظمة من المشاركين.

تم تصميم الاستبيان بشكل يتضمن مجموعة من الأسئلة المتنوعة التي تستهدف فهم دوافع استخدام الشباب لصحافة المحمول، بالإضافة إلى استكشاف آرائهم واتجاهاتهم تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية. يشمل الاستبيان أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة، مما يسمح بجمع بيانات كمية ونوعية على حد سواء،من خلال هذه الأداة، يسعى الباحث إلى جمع معلومات شاملة تساعد في تحليل الظاهرة المدروسة بشكل دقيق، مما يعزز من قوة النتائج والتوصيات المستخلصة من الدراسة.

ولتحقيق أهداف البحث والاجابة على فروضة قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان إلكترونية على محرك البحث جوجل، وُجهت إلى عينة عشوائية من شباب الجامعات المصرية، **وتضمنت 3 محاوررئيسية، وهي:**عادات وأنماط استخدام صحافة المحمول، وتشكيل الاتجاهات الشباب نحو قضاياهم، والخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

كما تضمنت الاستمارة 9 مقاييس رئيسية وهى:دوافع استخدام المبحوثين لصحافة المحمول، والقضايا التى تعالجها صحافة المحمول، والأدوار التى قامت بها صحافة المحمول أثناء تغطيتها لقضايا الشباب، مدى استفادة المبحوثين من صحافة المحمول خلال متابعتهم للقضايا، وأهم وسائل معالجة المحتوي الجديدة المقدمة عبر صفحات المحمول حول قضايا الشباب، ومزايا استخدام صحافة المحمول، وأهم وسائل الجذب التي يفضلها المبحوثين أثناء استخدامهم صحافة الهاتف المحمول، وتأثير استخدام صحافة المحمول، والصعوبات أو المشكلات التي تواجه عينه الدراسة عند تصفحهم داخل صحافة المحمول.

المصطلحات والتعريفات الإجرائية للدراسة:

صحافة المحمول:هي نوع من الصحافة التي يتم استهلاكها عبر الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة،**حيث** تجمع بين السرعة في نقل المعلومات وسهولة الوصول إليها في أي وقت ومن أي مكان، تتميز هذه الصحافة بتفاعلها المباشر مع الجمهور، حيث تُتيح للمستخدمين إمكانية قراءة الأخبار، مشاهدة الفيديوهات، والتفاعل مع المحتوى من خلال التعليقات والمشاركة على منصات التواصل الاجتماعي.وتشمل الأخبار، المقالات، الفيديوهات، والتقارير، التي تُنشر وتوزع عبر منصات إلكترونية وتطبيقات مخصصة.[10]

التعريف الإجرائي:تُعتبر صحافة المحمول وسيلة حيوية لنقل المعلومات وتشكيل وعي الشباب حول القضايا المجتمعية والسياسية. توفر هذه الصحافة منصة متطورة للتعبير **عن** الآراء والمشاركة، مما يعزز من انخراط الشباب في القضايا التي تهمهم. كما تُعد وسيلة فعالة لنشر المعلومات بسرعة، مما يساعد الشباب على البقاء على اطلاع دائم بالتطورات والأحداث الجارية، في هذا السياق، تلعب صحافة المحمول دورًا محوريًا في تأثير استخدام الشباب لها على تشكيل اتجاهاتهم ووجهات نظرهم تجاه القضايا المهمة، مما يبرز أهمية هذه الوسيلة في حياة الشباب المعاصرة.

صدق الاستبيان:

يقصد بالصدق، أن تقيس استمارة الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقد أجرى اختبار الصدق للتأكد من صدق الاستبيان، من حيث صدق المحتوى، Control Validity، حيث تم تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتهاوترجمة ذلك على شكل فروض، وكذلك مراجعة بعض الدراسات السابقة التي تختص بها الدراسة، ثم وضع الأسئلة التي تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة، ويتم التحقق من الصدق

الظاهري للاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين[11]، وتعديل الاستمارة وفقًا لما أبدوه من ملاحظات جوهرية.

ثبات الاستبيان:

الثبات هو الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق المقياس، على نفس الأفراد، في نفس **المواقف** والظروف، وبالتالي فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة والتناسق، للوصول إلى ثبات النتائج، حيث تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest من خلال الفترة الزمنية المحددة للإجابة عليها، وذلك على مجموعة بقدر (10%) من عينة الدراسة قوامها (40) مفردة، وذلك بعد مرور خمسة عشر يومًا من التطبيق الأول للاستمارة، واعتمد الباحث في الدراسة على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وكانت قيمة معامل الثبات 92.0%، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق على أرض الواقع.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قامت الباحثة بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "**الحزمة** الإحصائية للعلوم الاجتماعية " (Statistical SPSS" Package for Social Science). وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية، والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصارا باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارا ANOVA، أو اختبار "ف" وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر الفروق والتباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائيا بينها.
- اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا2، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من0.600.

وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج يمكن بلورة أهمها في التالي:

1. أصبحت صحافة الهاتف المحمول وسيلة إعلامية أساسية للشباب، مع اعتماد كبير عليها كمصدر للأخبار والمعلومات، ولكن تتفاوت أنماط الاستخدام بين الشباب، حيث يميل الذكور إلى استخدامها بشكل دائم أكثر من الإناث اللاتي يفضلن الاستخدام المتقطع، مما يعكس تباينًا واضحًا في التفاعل مع هذا النوع من الإعلام، ويشير التحليل إلى أن هذا الاختلاف بين الجنسين ليس عشوائيًا، بل ذو دلالة إحصائية، ما يستلزم فهمًا عميقًا لهذه الفروقات وتطوير استراتيجيات إعلامية موجهة تراعيها، لضمان وصول فعال ومناسب لمختلف شرائح الشباب، حيث يجب على القائمين على الإعلام الرقمي التفكير في كيفية مخاطبة كل فئة على نحو يلائم احتياجاتها.
2. تُظهر نتائج الدراسة أن الذكور ضمن عينة الشباب المبحوثة يميلون إلى استخدام صحافة الهاتف المحمول بشكل أكثر انتظامًا من الإناث، حيث يتضح أنهم يعتمدون عليها كمصدر دائم للأخبار والمعلومات في حياتهم اليومية أكثر من الإناث اللاتي قد يفضلن استخدامها بشكل متقطع أو الاعتماد على مصادر أخرى، وهذا التباين في أنماط الاستخدام بين الجنسين يشير إلى أهمية فهم الفروق الدقيقة في تفضيلات الشباب واحتياجاتهم الإعلامية عند تصميم محتوى موجه أو استراتيجيات توعية، كما يؤكد على التأثير الكبير الذي تمارسه صحافة المحمول على الشباب المصري، خاصة الذكور، نظرًا لارتفاع معدلات استخدامهم لها.
3. تُظهر النتائج تفصيلاً هامًا حول أنماط استخدام الشباب المصري لصحافة الهاتف المحمول، يتجاوز مجرد الانتظام في الاستخدام ليشمل المدة الزمنية

التي يقضونها في كل جلسة تصفح، حيث يتبين أن الذكور والإناث يختلفون بشكل دال إحصائيًا في عدد الساعات التي يقضونها في المرة الواحدة، فبينما يميل أغلب الشباب إلى قضاء أقل من ساعة في التصفح، يميل الذكور بشكل أكبر إلى هذا النمط، بينما تميل الإناث إلى قضاء وقت أطول، حيث تظهر نسبة أعلى منهن في فئات الوقت الأطول، كما يعكس متوسط عدد الساعات الأعلى للإناث مقارنة بالذكور ميلهن إلى التصفح بشكل أعمق وأطول، وتشتت أكبر في أوقات تصفحهن، ما يشير إلى تباين كبير في هذه الفئة، ويستدعي هذا التباين فهمًا أعمق للعوامل المؤثرة، مثل اختلاف الاهتمامات والأهداف وأنماط التفاعل مع المحتوى الرقمي، وذلك لتصميم محتوى أكثر فعالية يلائم كل من الجنسين، ولفهم أعمق لدور التكنولوجيا في تشكيل أنماط استهلاك الإعلام لدى الشباب.

4. تكشف النتائج عن تباين مثير للاهتمام بين الذكور والإناث في استخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث يميل الذكور إلى الاعتماد عليها بشكل أكبر في الحصول على الأخبار والمعلومات بشكل سريع وموجز كجزء من روتينهم اليومي، بينما تميل الإناث إلى قضاء وقت أطول في كل جلسة تصفح، ما يشير إلى اختلاف في أنماط التفاعل، حيث قد تستخدم الإناث صحافة الهاتف المحمول لاستكشاف المحتوى بتفصيل أكبر، أو لمشاركته والتفاعل معه، أو لتصفح محتوى متنوع بشكل أكبر، وهو ما يؤكد على أهمية فهم أبعاد متعددة في أنماط الاستخدام، ليس فقط الانتظام ولكن المدة وكيف يختلف بين الجنسين، مما يستدعي تصميم محتوى إعلامي موجه ومناسب لاحتياجات كل منهما.

5. تكشف النتائج عن فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في عدد الأيام التي يستخدمون فيها صحافة الهاتف المحمول، حيث يتضح أن الإناث أكثر انتظامًا في استخدامها، إذ أن الغالبية العظمى منهن يستخدمنها "أكثر من مرة يوميًا"، بينما يميل الذكور إلى استخدامها بتكرار أقل خلال الأسبوع، ويشير ذلك إلى اختلاف في أنماط الاستخدام بين الجنسين، حيث قد تستخدم الإناث صحافة الهاتف المحمول بشكل مستمر للتواصل والتفاعل والحصول على الأخبار، بينما يميل الذكور إلى استخدامها بشكل أكثر تخصصًا وتركيزًا على أوقات معينة، كما أن تجانس الإناث في عدد أيام الاستخدام أعلى من الذكور، ما يعكس تباينًا أكبر بينهم في هذا الجانب
6. تُظهر النتائج صورة معقدة لأنماط استخدام الشباب لصحافة الهاتف المحمول، حيث يتضح تباين مثير بين الذكور والإناث، فبالرغم من أن الذكور يميلون لوصف استخدامهم بأنه "دائم"، إلا أنهم يستخدمونها بتكرار أقل على مدار الأسبوع مقارنة بالإناث اللاتي يفضلن استخدامها "أكثر من مرة يوميًا" ويقضين وقتًا أطول في التصفح، ويشير هذا التناقض إلى اختلاف في أنماط التفاعل، حيث قد يستخدم الذكور صحافة الهاتف المحمول بشكل سريع ومركز في أوقات محددة، بينما تستخدمها الإناث بشكل أكثر شمولية وتفاعلًا، ما يؤكد على أهمية النظر إلى أبعاد متعددة في أنماط الاستخدام، بما في ذلك الانتظام والتكرار والمدة، مع مراعاة الاختلافات بين الجنسين، لتصميم محتوى إعلامي أكثر فعالية ومناسبة لاحتياجات كل منهما
7. توضح النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في الأوقات التي يستخدمون فيها صحافة الهاتف المحمول، حيث يتبع كلا الجنسين أنماطًا متشابهة في اختيار أوقات التصفح، وتأتي الإجابة "حسب

الظروف" في مقدمة اختيارات المبحوثين، مما يعكس مرونة استخدام صحافة الهاتف المحمول واعتمادها على الظروف اليومية للشباب، مع وجود ميل واضح للاستخدام في فترة الصباح، وتدني نسبة الاستخدام في فترتي الظهيرة والمساء، وتشير هذه النتائج إلى أن استخدام صحافة الهاتف المحمول يتكيف مع الظروف المحيطة بالشباب، ولا يرتبط بأوقات محددة، مع وجود تشابه كبير بين الذكور والإناث في هذه الأنماط

8. تؤكد النتائج أن استخدام الشباب الجامعي لصحافة الهاتف المحمول يتسم بالمرونة وعدم الالتزام بوقت محدد، حيث يعتمد في الأساس على ظروف حياتهم الشخصية المتقلبة، ويأتي الاستخدام "حسب الظروف" كخيار أول بين أغلب الشباب، مما يعكس طبيعة هذه الوسيلة الإعلامية التي تتناسب مع نمط حياة الشباب الديناميكي، ومع وجود تفضيل محدود للاستخدام في فترة الصباح كجزء من الروتين اليومي، يتراجع الاستخدام بشكل ملحوظ في فترتي المساء والظهيرة، مما يشير إلى أن هذه الفترات قد تكون مخصصة لأنشطة أخرى، ويعكس هذا الارتباط الوثيق بين استخدام صحافة الهاتف المحمول وظروف الحياة اليومية للشباب مدى قدرة هذه الوسيلة على التكيف مع أنماط حياتهم المتقلبة.

9. تُظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في المكان المفضل لاستخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث يميل الذكور بشكل أكبر إلى استخدامها "حسب الظروف" وفي أي مكان متاح، بينما تفضل الإناث استخدامها بشكل أكبر في الأندية الرياضية أو الاجتماعية بالإضافة إلى المنازل، ويعكس هذا الاختلاف تباينًا في أنماط حياة واهتمامات كل من الجنسين، حيث قد يفضل الذكور استخدامها أثناء التنقل أو في أوقات الفراغ،

بينما تجد الإناث في الأندية أماكن مناسبة للتفاعل الاجتماعي ومشاركة المحتوى، مما يؤكد أن المكان المفضل للاستخدام يرتبط بالظروف وأسلوب الحياة الخاص بكل جنس.

10. تُظهر النتائج تباينًا واضحًا بين الذكور والإناث في أماكن استخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث تفضل الإناث استخدامها في النوادي المرتبطة بالترفيه والتفاعل الاجتماعي، بينما يتراجع استخدام الذكور لها في نفس الأماكن، ويعكس ذلك أن صحافة الهاتف المحمول ترتبط لدى الإناث بأماكن التفاعل الاجتماعي، في حين يفضل الذكور استخدامها في أي مكان متاح حسب الظروف، وبشكل عام، يعتمد الشباب في استخدامهم لهذه الوسيلة على ظروف حياتهم الشخصية، حيث يفضل معظمهم استخدامها "حسب الظروف"، مما يعكس مرونة صحافة الهاتف المحمول وتكيفها مع أماكن وأنشطة الشباب المختلفة، مع وجود تفضيل محدود لاستخدامها في الجامعة قد يرتبط بالدراسة أو التفاعل مع الزملاء.

11. تُظهر النتائج فروقًا دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في تفضيل من يشاركونهم استخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث يميل الذكور بشكل أكبر إلى استخدامها بمفردهم، بينما تميل الإناث أكثر إلى مشاركتها مع العائلة، ويعكس ذلك أن الذكور يستخدمونها في الغالب للتصفح الشخصي، في حين تميل الإناث إلى التفاعل ومشاركة الأخبار مع العائلة، ويشترك الجنسان في تفضيل الاستخدام "حسب الظروف"، ما يدل على أن اختيار الشريك في الاستخدام يخضع للظروف والموقف، ويوضح ذلك أن صحافة الهاتف المحمول تُستخدم بشكل فردي في الغالب، لكن الإناث أكثر ميلًا لمشاركتها مع العائلة.

12. تؤكد النتائج أن الشباب يفضلون استخدام صحافة الهاتف المحمول بمفردهم بشكل عام، لكن هذا التفضيل يظهر بوضوح أكبر لدى الذكور الذين يتعاملون مع هذه الوسيلة بشكل فردي في الغالب، بينما تميل الإناث بشكل أكبر إلى مشاركة استخدامها مع الآخرين خاصة العائلة، حيث يظهر لديهن ميل أكبر لدمج استخدام صحافة الهاتف المحمول في الأنشطة الاجتماعية والعائلية للتفاعل ومشاركة الأخبار والمعلومات، في حين يفضل الذكور استخدامها بشكل فردي للتصفح الشخصي والحصول على المعلومات بشكل مستقل، ما يكشف عن اختلاف واضح في أنماط استخدام كل من الجنسين.
13. تُظهر النتائج أن دوافع استخدام الشباب المصري لصحافة الهاتف المحمول ترتكز بشكل أساسي على الجوانب النفعية، حيث يسعون من خلالها إلى تحقيق أهداف عملية ومعرفية، وتتنوع هذه الدوافع بين الرغبة في زيادة الحصيلة المعلوماتية والتعرف على الأخبار الجارية بسرعة، واكتساب معلومات حول القضايا المختلفة والتعرف على آراء الشباب الآخرين، مع اختلاف في ترتيب أهمية هذه الدوافع بين الجنسين، حيث يميل الذكور إلى الاهتمام بتوسيع المعارف واكتساب معلومات جديدة، بينما تركز الإناث بشكل أكبر على الحصول على الأخبار والمعلومات الجارية بشكل سريع وجذاب، ويشترك الجنسان في أهمية التعرف على الرأي الآخر مع تفاوت الاهتمام بأسلوب العرض وجاذبية المحتوى، وبشكل عام، يسعى الشباب المصري إلى استخدام صحافة الهاتف المحمول كوسيلة لتحقيق أهداف معرفية وعملية، مع التركيز على الجوانب الإخبارية والمعلوماتية أكثر من الاهتمام بالاستطلاعات أو الموضوعية.

14. بالإضافة إلى الدوافع النفعية، توجد دوافع طقوسية لاستخدام صحافة الهاتف المحمول ترتبط بالجانب العملي والتفاعلي لهذه الوسيلة، وتتفق الإناث والذكور في أهمية بعض هذه الدوافع مع وجود بعض الاختلافات في ترتيبها، فكلاهما يتفق على سهولة الاستخدام عبر الهواتف الذكية كدافع رئيسي، بالإضافة إلى كونها وسيلة قليلة التكلفة وتوفر الوقت والجهد، وتستخدم للتخلص من الملل، لكن الذكور يميلون أكثر لاستخدامها للترفيه والتسلية والتفاعل مع المحتوى، بينما تولي الإناث أهمية أكبر لسهولة الاستخدام وقلة التكلفة، وبشكل عام، يسعى الشباب المصري لاستخدام صحافة الهاتف المحمول لكونها عملية وسهلة الاستخدام وتلبي احتياجاتهم المتنوعة، سواء كانت معلوماتية أو ترفيهية.

15. توضح النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في الوسيلة التي يعتمدون عليها لاستخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث يتفق كلا الجنسين على أن الهاتف المحمول هو الوسيلة المهيمنة والأكثر استخدامًا، مما يعكس مدى انتشار الهواتف الذكية وأهميتها في حياة الشباب كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات، وتأتي أجهزة اللاب توب والحواسب اللوحية في ترتيب متأخر، مع استخدام متدنٍ لأجهزة الكمبيوتر في العمل، ويؤكد هذا التشابه الكبير بين الجنسين على أن الهاتف المحمول هو الأداة الرئيسية التي يستخدمها الشباب المصري للوصول إلى صحافة الهاتف المحمول، بغض النظر عن الجنس.

16. تؤكد النتائج أن الهاتف المحمول هو الوسيلة الأساسية التي يعتمد عليها الشباب المصري في استخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث يعتبر الخيار الأول والأكثر استخدامًا، وفي المقابل، يقل استخدام صحافة الهاتف

المحمول أثناء العمل أو عبر أجهزة العمل، مما يشير إلى أنها لا تعتبر من الأدوات الأساسية في بيئة العمل، ويفضل الشباب استخدامها في أوقات فراغهم أو أثناء التنقل، وبذلك يتضح أن صحافة الهاتف المحمول، على الرغم من أهميتها الكبيرة كمصدر للأخبار والمعلومات، لا تستخدم بشكل يعطل أعمالهم، بل يتم التعامل معها بشكل شخصي وفي أوقات محددة خارج نطاق العمل في أغلب الأحيان.

17. توضح النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في مستوى اهتمامهم بمتابعة قضايا الشباب عبر صحافة الهاتف المحمول، حيث يظهر كلا الجنسين نفس المستوى من الاهتمام، ويتفق أغلب الشباب على الاهتمام "إلى حد ما" بهذه القضايا، مع وجود شريحة تهتم بها "بدرجة كبيرة"، بينما يقل الاهتمام لدى شريحة أخرى، ويؤكد تقارب المتوسطات الحسابية بين الجنسين على عدم وجود فروق جوهرية، مما يشير إلى أن الشباب المصري، بغض النظر عن الجنس، يظهر اهتمامًا متوسطًا بقضايا الشباب التي تعرضها صحافة الهاتف المحمول، مع عدم وجود تباين كبير في هذا الاهتمام.

18. تؤكد النتائج أن الشباب المصري يظهر اهتمامًا "إلى حد ما" بقضايا الشباب عبر صحافة الهاتف المحمول، مما يعكس إدراكهم لأهمية هذه القضايا مع عدم إيلائها الاهتمام الأكبر، ويتأثر هذا الاهتمام المتوسط بدوافع نفعية تتمثل في الرغبة في معرفة الأخبار والمعلومات، ودوافع طقوسية تجعلها وسيلة رخيصة وسهلة للتسلية، وبذلك يمكن القول إن اهتمامهم بقضايا الشباب عبر صحافة الهاتف المحمول يتأثر بالرغبة في الحصول على المعلومات والترفيه في آن واحد.

19. تكشف النتائج عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في المواقع التي يعتمدون عليها في استخدام صحافة الهاتف المحمول، مما يشير إلى تفاوت في التفضيلات بين الجنسين، حيث تتصدر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي قائمة المواقع المفضلة لدى الشباب بشكل عام، تليها صفحات الصحف والمواقع الإخبارية عبر هذه التطبيقات، وتطبيقات وصفحات المؤسسات الرسمية، وتطبيقات المواقع الإخبارية، وتطبيقات الصحف الإلكترونية، ثم تطبيقات الصحف الورقية، وتطبيقات الأخبار عبر الرسائل القصيرة، ويتفق الجنسان على أن تطبيقات التواصل الاجتماعي هي الأكثر تفضيلاً، لكن يظهر تباين في تفضيلات أخرى، حيث يفضل الذكور التطبيقات الإخبارية أكثر، بينما تميل الإناث إلى التطبيقات الصوتية والمرئية، ويتراجع الاهتمام بتطبيقات الأخبار عبر الرسائل القصيرة لدى الجنسين، ويعكس هذا التنوع في اهتمامات الشباب تباينًا في تفضيلاتهم بين الذكور والإناث في استخدام صحافة الهاتف المحمول.

20. توضح النتائج أن الشباب يعتمدون على أنواع متنوعة من التطبيقات والمواقع في استخدام صحافة الهاتف المحمول، تتصدرها تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الصحف والمواقع الإخبارية عبر هذه المواقع، بالإضافة إلى تطبيقات وصفحات المؤسسات الرسمية، ثم تطبيقات المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية، وتطبيقات الصحف الورقية، مع تراجع واضح لتطبيقات الأخبار عبر الرسائل القصيرة، ويعكس هذا التنوع تفضيلاً أكبر لوسائل أكثر تفاعلاً وتنوعًا، ورغم اتفاق الذكور والإناث على اعتمادهم على تطبيقات التواصل الاجتماعي وصفحات الأخبار عبرها، إلا أن الذكور يميلون بشكل أكبر لتطبيقات المؤسسات الرسمية والمواقع الإخبارية

وتطبيقات الصحف الورقية، في حين تميل الإناث نحو تطبيقات أكثر تنوعًا مثل الصوتية والمرئية، مما يعكس اختلافًا في كيفية استخدام كل من الجنسين للصحافة المحمولة.

21. تكشف النتائج عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في الموضوعات التي يفضلون متابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول، حيث تتصدر الموضوعات السياسية اهتمامات الشباب بشكل عام، تليها الموضوعات الاجتماعية والدينية، ثم الموضوعات الثقافية والاقتصادية، وتأتي الموضوعات الرياضية والفنية في النهاية، لكن هناك تباينًا واضحًا بين الجنسين، فالذكور يميلون بشكل كبير إلى الموضوعات السياسية والرياضية، بينما تفضل الإناث الموضوعات الاجتماعية والفنية، مع اهتمام مشترك بالموضوعات الدينية، مما يؤكد وجود اختلافات جوهرية في تفضيلات الموضوعات بين الذكور والإناث في استخدامهم لصحافة الهاتف المحمول.

22. توضح النتائج أن الشباب يفضلون متابعة الموضوعات السياسية والاجتماعية والدينية والثقافية والاقتصادية عبر صحافة الهاتف المحمول، مع تراجع الموضوعات الرياضية والفنية، ويظهر تباين واضح بين الجنسين، حيث يميل الذكور إلى الموضوعات السياسية والرياضية والدينية والثقافية والاقتصادية، بينما تفضل الإناث الموضوعات الاجتماعية والدينية والفنية، مما يعكس اختلافًا في الاهتمامات والتفضيلات بين الجنسين في استخدام صحافة الهاتف المحمول.

23. توضح النتائج أن الذكور أكثر متابعة لقضايا الشباب عبر صحافة المحمول من الإناث، وتتصدر قضايا الهوية الإسلامية وتبني الثقافة الغربية اهتمامات

الجنسين، مع ارتفاع اهتمام الذكور بها، يليها قضايا ضعف الوازع الديني، ثم أزمة التعليم، والبطالة التي يوليها الذكور اهتمامًا أكبر، بينما تهتم الإناث بقضايا الصراع بين الأجيال، ويقل اهتمام الجنسين بقضايا الإدمان والزواج والفراغ التربوي، وتشير هذه النتائج إلى أن الشباب المصري يولي اهتمامًا كبيرًا لقضايا الهوية والدين والتعليم والبطالة، مع تراجع الاهتمام بالقضايا الأخرى، ويؤكد ذلك على ضرورة توعية الشباب بأهمية التربية، وأنها أساس المجتمع.

24. تكشف النتائج عن وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في نمط استخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث يتفق كلا الجنسين على تفضيل القراءة حسب الظروف كنمط أكثر شيوعًا، ولكنهما يختلفان في الأنماط الأخرى، حيث يميل الذكور إلى الاهتمام أقل بقراءة المقدمة والعنوان فقط، ويتفق الجنسان على ضعف الاهتمام بالاكتفاء بقراءة العناوين فقط، مما يشير إلى أن الشباب بشكل عام يفضلون قراءة متعمقة أكثر من الاكتفاء بالعناوين فقط، ولكن الذكور والإناث يختلفون في درجة هذا التعمق، ويعكس هذا التباين اختلافًا في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي بينهما.

25. توضح النتائج أن نمط استخدام الشباب لصحافة الهاتف المحمول يتمثل في القراءة حسب الظروف، ثم قراءة العناوين والموضوعات كاملة، يليها قراءة المقدمة والعنوان فقط، مع تراجع قراءة العناوين فقط، ويتفق الشباب من الجنسين على أن استخدامهم يتناسب مع ظروف حياتهم وليس له نمط محدد، مع التأكيد على قراءة المادة المنشورة وعدم الاكتفاء بالعناوين، ويظهر تباين بين الذكور والإناث، حيث تكتفي نسبة من الإناث بقراءة المقدمة والعنوان، بينما يقل هذا الاتجاه بين الذكور، مما يؤكد على اهتمام الشباب

المصري بقراءة الموضوعات كاملة وعدم الاكتفاء بالعناوين في صحافة الهاتف المحمول.

26. تُظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في مدى اعتقادهم بأن صحافة المحمول تساهم في رفع مستوى المعرفة لدى الشباب المصري، حيث يتفق معظم الشباب على أن صحافة المحمول تساهم بدرجة كبيرة في رفع مستوى المعرفة، مع اختلاف طفيف بين الجنسين، حيث يرى الذكور أن تأثيرها أكبر في رفع مستوى المعرفة مقارنة بالإناث، مما يشير إلى نظرة إيجابية بشكل عام نحو تأثير صحافة المحمول على المعرفة، ولكن الذكور أكثر تفاؤلاً بشأن هذا التأثير.

27. توضح النتائج أن الذكور يؤيدون بشكل أكبر مساهمة صحافة المحمول في رفع مستوى المعرفة لدى الشباب المصري مقارنة بالإناث، مما يعكس إدراكًا عامًا لفاعلية هذه الوسيلة في التأثير على الوعي والمعرفة، لكن الذكور يرون تأثيرًا أكبر لها في تطوير مستويات الوعي والمعرفة مقارنة بالإناث، مما يشير إلى اختلاف في تصورات الجنسين حول دور صحافة المحمول في هذا الجانب.

28. توضح النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في مستوى الثقة بصحافة الهاتف المحمول، حيث يتفق الجنسان على أن الثقة المتوسطة هي السائدة، مع وجود نسبة قليلة تثق بدرجة كبيرة ونسبة أقل لا تثق مطلقًا، ورغم أن الفروق غير دالة إحصائيًا، إلا أن الإناث يظهرن درجة ثقة أعلى بشكل طفيف من الذكور، ويشير ذلك إلى أن الشباب المصري عمومًا لديهم ثقة متوسطة في صحافة الهاتف المحمول، مع تقارب في مستويات الثقة بين الجنسين.

29. تُظهر النتائج أن الشباب بشكل عام يثقون "إلى حد ما" في صحافة الهاتف المحمول، مع وجود درجة ثقة أعلى لدى الإناث مقارنة بالذكور، ورغم ذلك، يظهر الذكور وعيًا أكبر بتأثير صحافة المحمول على الشباب المصري، خاصة في رفع مستوى المعرفة، مما يشير إلى وجود تباين بين الجنسين، حيث أن الذكور أكثر إدراكًا لفاعلية هذه الوسيلة على مستوى الوعي والمعرفة، بينما تعبر الإناث عن ثقة أعلى فيها.
30. يؤكد الشباب المصري على الدور البارز لصحافة الهاتف المحمول في تغطية قضايا الشباب، حيث يرى الذكور أن صحافة المحمول تساهم بشكل كبير في تحديث الأخبار والمعلومات وتعزيز الوعي والمعرفة، بينما تفضل الإناث دورها في زيادة الفهم والوعي بالموضوعات المنشورة، ويرى الذكور أنها تمكن الشباب من التعبير عن آرائهم، في حين تهتم الإناث بالاطلاع على آراء متعددة حول القضايا، ويشترك الجنسان في تقدير دورها في إزالة الغموض وتوفير تغطية شاملة وفورية وتصحيح الشائعات، وعلى الرغم من الاختلاف في درجة التأييد، فإن صحافة الهاتف المحمول تظل وسيلة هامة لتعزيز الوعي والتفاعل مع قضايا الشباب.
31. توضح النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في مدى سهولة استخدام صحافة الهاتف المحمول، مما يعكس اختلافًا طفيفًا في كيفية تعامل الجنسين معها وتأثيراتها عليهم، ويشير الشباب المصري إلى أن الدور الديني هو الأبرز لصحافة الهاتف المحمول في قضايا الشباب، حيث تعزز الوعي الديني وتقوي الهوية الإسلامية، يليه الدور التوعوي الذي يرفع الوعي حول القضايا المختلفة، ثم الدور الاجتماعي، وتأتي الأدوار التسويقية والتثقيفية في المرتبة التالية، وأخيرًا الدور الإعلامي، ويتفق الذكور والإناث

على أن الدور الديني هو الأول يليه الدور التوعوي، مما يؤكد على أهمية صحافة المحمول في الجوانب الدينية والتوعوية للشباب المصري.

32. تُظهر النتائج اختلافًا ملحوظًا بين الذكور والإناث في تقييمهم لدور صحافة الهاتف المحمول، حيث تقلل الذكور من أهمية الدور الاجتماعي بينما تزيد الإناث من أهميته، مما يشير إلى أن الإناث يرين في صحافة المحمول أداة أكثر تأثيرًا في تعزيز القضايا الاجتماعية، وعلى النقيض، يرتفع تقييم الذكور للدور الإعلامي في صحافة المحمول بينما تتراجع الإناث في أهميته، ما يدل على أن الذكور يرونها أداة فعالة في تقديم الأخبار، بينما لا تولي الإناث هذا الجانب نفس القدر من الأهمية، ويعكس هذا التباين اختلافات في كيفية استخدام الجنسين لصحافة المحمول وأهمية الأدوار التي يرونها في تناول قضاياهم.

33. يتفق الشباب المصري، ذكورًا وإناثًا، على أن "المشاركة" هي أهم وسيلة لمعالجة المحتوى المتعلق بقضايا الشباب عبر صحافة الهاتف المحمول، مع تفضيل الإناث للمشاركة بشكل أكبر من الذكور، بينما يعتبر "إرسال الصور" الوسيلة الأقل تفضيلاً، ويميل الذكور إلى "التعليق" على المحتوى المنشور، بينما تفضل الإناث "النشر"، وتحتل "الإعجاب" المرتبة الثالثة لدى الإناث، وبشكل عام، يفضل الشباب "المشاركة" كأداة رئيسية لمعالجة قضاياهم، مع وجود تباين بين الجنسين في تفضيل وسائل التفاعل الأخرى، حيث تميل الإناث إلى نشر المحتوى بينما يفضل الذكور التعليق عليه.

34. توضح النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في مدى سهولة استخدام صحافة الهاتف المحمول، مما يشير إلى أن كلا الجنسين يختبران سهولة الاستخدام بنفس الدرجة، ويجد معظم الشباب المصري

صحافة الهاتف المحمول سهلة الاستخدام بدرجة كبيرة، مما يعكس نجاحها في توفير محتوى سهل الوصول إليه يلبي احتياجاتهم، بينما يجد البعض سهولة الاستخدام بدرجة متوسطة مع وجود تحديات بسيطة، وعدد قليل يواجه صعوبة في الاستخدام، ويؤكد هذا على أن صحافة الهاتف المحمول أصبحت وسيلة مألوفة وسهلة لمعظم الشباب المصري، مما يعزز من قدرتها على تلبية احتياجاتهم الإعلامية بسهولة ويسر.

35. تؤكد النتائج عدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى سهولة استخدام صحافة الهاتف المحمول، حيث يختبر كلا الجنسين سهولة الاستخدام بشكل متساوٍ تقريبًا، مما يشير إلى أن صحافة الهاتف المحمول قد نجحت في توفير واجهات وتجربة مستخدم ملائمة للجميع، بغض النظر عن الجنس، مما يعكس مستوى عالٍ من التكيف والمرونة في تصميمها.

36. تُظهر النتائج تفاوتًا بين الذكور والإناث في تأييد مزايا صحافة الهاتف المحمول، حيث يُعجب الذكور بالمزايا بشكل أكبر من الإناث، ويرى الذكور أن أبرز المزايا هي إمكانية الاستخدام في أي وقت ومكان، والتفاعل والمشاركة، وسهولة تحميل الصور والفيديوهات، وسرعة التصفح، وإرسال الأخبار والمعلومات بسهولة، والخصائص المرنة والمتنوعة، بينما تُفضل الإناث السرعة في التصفح، وإمكانية الوصول في أي وقت ومكان، وتعدد الوظائف، وسهولة تحميل الصور والفيديوهات، ويتفق الجنسان على تراجع أهمية التنظيم الجيد، وأهمية قدرة صحافة المحمول على الجمع بين الأدوار والوظائف وتوفرها في أي وقت ومكان، ويبرز تباين بينهما في أهمية التفاعل

والمشاركة حيث يفضلها الذكور بشكل أكبر، وفي السرعة التي تفضلها الإناث بشكل أكبر.

37. تتشابه وسائل الجذب المفضلة لدى الشباب المصري، ذكورًا وإناثًا، أثناء استخدام صحافة الهاتف المحمول، مع تفضيل طفيف للإناث، ويتفق الجنسان على أن المؤثرات الصوتية وطريقة العرض والتنفيذ هما أهم وسائل الجذب، بينما يفضل الذكور وجود شخصيات مشهورة في المحتوى، وتتراجع أهمية الموسيقى المستخدمة لدى الجنسين، ويشير ذلك إلى أن الشباب يفضلون المحتوى المعروض بشكل جيد ومتنوع دون تدخلات غير ضرورية، ويرغبون في الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة بطريقة مشوقة، مع التركيز على المحتوى والإعلام أكثر من المؤثرات الصوتية والموسيقى.

38. تُظهر النتائج أن صحافة الهاتف المحمول تمارس تأثيرات متعددة على الشباب المصري، تشمل التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، مع تمايز واضح بين الذكور والإناث، حيث يستخدم الذكور صحافة المحمول كمصدر لمتابعة مستجدات قضايا الشباب، بينما تركز الإناث على تطوير ثقافتهن العامة، ويجد الذكور في تصفحها شعورًا بالراحة والارتياح، بينما تربط الإناث استخدامها بقضاء أوقات هادفة، ويميل الذكور إلى مشاركة المحتوى مع الأصدقاء، بينما تركز الإناث على استخدامها لتغيير العادات السلبية، مما يدل على أن الذكور يستخدمونها لأغراض معرفية واجتماعية، بينما تميل الإناث لاستخدامها لأغراض معرفية ووجدانية وسلوكية ذات طابع تنموي، وتؤكد هذه النتائج أن استخدام صحافة المحمول وتأثيراتها تختلف بين الجنسين، وهو ما يجب أخذه في الاعتبار عند تصميم المحتوى الصحفي الرقمي.

39. تُظهر النتائج اتجاهًا عامًا نحو تناقص الصعوبات التي يواجهها الشباب المصري أثناء استخدام صحافة الهاتف المحمول، مع تحسن أكبر نسبيًا لدى الإناث، ويشير ذلك إلى تحسن عام في تجربة المستخدمين، حيث تراجعت صعوبات خدمات البحث والأرشيف وجودة الاتصال بالإنترنت وتحميل مواد الصوت والفيديو، وكذلك تراجعت الشكاوى حول الأخبار غير الموثوقة ومصداقية استطلاعات الرأي والإرهاق البصري وتحديث الأخبار وصعوبة اللغات الأجنبية وارتفاع تكاليف الإنترنت والجرأة في مناقشة القضايا، ويعكس هذا التحسن في واجهات المستخدم وجودة المحتوى ومهارات المستخدمين والبنية التحتية للإنترنت، مع بقاء بعض التحديات التي تتطلب اهتمامًا أكبر من مطوري التطبيقات ومزودي خدمة الإنترنت والمؤسسات الإعلامية والتعليمية، ويشير الذكور إلى بعض المشكلات التقنية بشكل أكبر، بينما تركز الإناث على مشكلات الجودة والمحتوى والمصداقية.

ثانيا: التوصيات والمقترحات

بعد الانتهاء من هذه الدراسة تري الباحثة ان هناك مجموعة من التوصيات التي يجب اخذها في الاعتبار والتي تتمثل في:

أولاً: مقترحات عملية:

- يجب على المؤسسات الإعلامية تصميم محتوى يتناسب مع اهتمامات كل من الذكور والإناث. يجب أن يكون المحتوى السياسي والرياضي أكثر استهدافًا للذكور، بينما يركز المحتوى الاجتماعي والفني على الإناث.

- : يجب أن يتضمن المحتوى جوانب متنوعة مثل الأخبار العاجلة، والتحليلات المعمقة، والقصص الإنسانية، والمحتوى الترفيهي، لتلبية اهتمامات جميع الشباب ويجب أن يكون المحتوى دقيقًا وموثوقًا، وأن يعتمد على مصادر موثوقة، وأن يقدم المعلومات بطريقة جاذبة وسهلة الفهم.
- يجب أن تتيح صحافة المحمول آليات تفاعل متنوعة، مثل التعليقات، والمشاركة، والاستطلاعات، والتصويت، لتشجيع الشباب على التعبير عن آرائهم والمشاركة في الحوارات.
- : يجب تشجيع الشباب على إنشاء محتوى خاص بهم ومشاركته عبر صحافة المحمول، لتعزيز دورهم كمواطنين فاعلين.
- يجب أن تراعي التطبيقات احتياجات المستخدمين ذوي الإعاقة البصرية أو السمعية، من خلال توفير خيارات إمكانية الوصول.
- الاستفادة من اهتمام الشباب بقضايا الهوية الإسلامية والدين من خلال تقديم محتوى هادف يعزز الوعي الديني بشكل معتدل ويدعم القيم الإيجابية.
- الاهتمام بقضايا التعليم وتقديم تحليلات ومقترحات للحلول، مع إتاحة مساحة للشباب للتعبير عن آرائهم وتجاربهم في هذا المجال.

ثانيًا: مقترحات علمية (للباحثين والمؤسسات البحثية)

- يجب إجراء دراسات لتقييم تأثير صحافة المحمول على المدى الطويل، وفهم كيفية تغير أنماط الاستخدام والاتجاهات بمرور الوقت.
- دراسة تأثير خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي على وصول الشباب إلى المعلومات، وكيفية تأثير هذه الخوارزميات على تشكيل الرأي العام.

- إجراء تحليل للمحتوى المقدم عبر صحافة المحمول، لتحديد أنواع المحتوى الأكثر تأثيرًا على الشباب، وفهم كيفية معالجة القضايا المختلفة.
- إجراء دراسات مقارنة بين دول مختلفة، لفهم كيفية استخدام الشباب لصحافة المحمول في سياقات ثقافية واجتماعية مختلفة.
- استخدام الدراسات الكيفية لفهم دوافع الشباب لاستخدام صحافة المحمول بشكل معمق، واستكشاف التأثيرات الاجتماعية والثقافية والنفسية لهذه الوسيلة الإعلامية.

هوامش البحث:

[1]محمد جاد، ما هي صحافة الموبايل، https://www.nmisr.com تاريخ أخر زيارة 16-11-2021.

[2]هبة محمد فهمي العطار، اعتماد طلاب الإعلام التربوي على صحافة الموبايل كمصدر للأخبار واتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع25، ج2023،2،ص 683-766.

[3]سامح حسانين، اعتماد الشباب المصري على صحافة المواطن كمصدر للأخبار وتأثيره على المعرفة السياسية المكتسبة لديهم، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع80، ج2022،1،ص 396-417.

[4]هاجر حلمي حبيش، تطبيقات الصحف بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحدث الجارية (دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الثانوية، **المجلة العلمية لكلية التربية النوعية**، عدد 18 ابريل 2019، ج2، كلية التربية النوعية، المنوفية2019، ص 81-120.

[5]Perreault, G., & Stanfield, K. (2019). Mobile Journalism as Lifestyle Journalism? Journalism Practice, 331- 348. Available at:13(3), https://www.tandfonline.com/doi/full/ 10.1080/17512786.2018.1424021

[6]على حمودة جمعة سليمان، اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الصحافة متعددة الوسائل (صحافة الفلاش) في زيادة الإنقرائية ومتابعة الأحداث وامدادهم بالمعلومات، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع80، ج1، 2022، ص 199-238.

[7]راشد صلاح الدين راشد (2021)، دور صحافة الموبايل في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو الأحداث الجارية "دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج56،2021، ص1419-1464.

[8]أحمد على العنانية، دور الهاتف الخلوي الذكي في تقليل اعتماد طلبة الجامعة الأردنية على الصحافة المطبوعة، **مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية**، جامعة الزرقاء، عمادة البحث العلمي، مج ١٨، ع3، 2019،ص528 – 542.

[9]perceptions of m-learning." Journal of librarianship and information (Aharony, Noa. "Library and Information Science students science. 46.1 (2014): p.48–61'.

[10]شيرين محمد أحمد أحمد عمر، تصميم تطبيقات صحافة المحمول المصرية وعلاقته بتفضيلات المستخدمين، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع63، 2018، ص148.

(11) أسماء السادة المحكمين وفق درجتهم العلمية، ثم حسب الحروف الهجائية:

أ.د. إبراهيم أبو المجد، أستاذ الصحافة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، جامعة المنصورة.

أ.د. إلهام يونس، وكيل المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.

أ.د. سعيد الغريب النجار، أستاذ الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

أ.د. سهير صالح، عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق .

أ.د. محرز غالي، أستاذ الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

أ.م.د. رامي عطا، أستاذ الصحافة المساعد، ورئيس قسم الصحافة بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.

أ.م.د. رشا حجازي، أستاذ العلاقات العامة المساعد، ورئيس قسم العلاقات العامة بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.

أ.م.د. رمضان إبراهيم، أستاذ العلاقات العامة المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

أ.م.د. ريهام درويش، أستاذ الصحافة المساعد، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة كفر الشيخ.

د. نجوى بنداري، مدرس الصحافة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، جامعة طنطا