

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

د. سالي جاد *

مقدمة الدراسة:

يشهد عالمنا المعاصر تطوراً مذهلاً في كافة وسائل الإتصال التقليدية والحديثة بحث أصبح يطلق عليه عصر تكنولوجيا الاتصال نتيجة لما لحق بتلك الوسائل من تطورات مذهلة خلال العقدين الآخرين وعلى الرغم من ذلك إلا أن الواقع المعاصر أثبت أن إدخال تلك التكنولوجيا ضمن منظومة الاتصالات وما وصلت اليه من تطورات جبارة كانت له آثاره الإيجابية والسلبية في مجالات متنوعة على المستوى الصحي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي، للدرجة التي أصبحت وسائل الإعلام التقليدية والحديثة تسيطر على أوقات وأفكار الجمهور المصري بشكل عامة خاصة ومع التقدم المذهل الذي حدث في عملية الإتصال وتطور تلك الوسائل وصولاً الى ما هي عليه الآن فأصبح الجمهور بكل فئاته تسيطر عليه الميديا بكافة أشكالها، واختلف الباحثون حول إن كانت تلك التأثيرات إيجابية أم سلبية، فكل وسيلة مميزاتا وعيوبها ويعتبر الشخص المستخدم هو المسؤول عن نوع التأثير من وجهة نظر الباحثة حيث تختلف تأثيرات تلك الوسائل باختلاف انماط التعرض والمتابعة ودافعها واستخداماتها والمستخدم لتلك الوسائل هو ما يحدد كل ذلك، لذا ترى الباحثة أن هذه الوسائل تختلف في تأثيراتها باختلاف الشخص المستخدم نفسه.

ومنذ أن شهد العالم موجة التطور التكنولوجي بقيت أبحاث "التأثير و التأثير" مستمرة مع تعديل في بعض المعطيات البحثية حيث أضحى الاهتمام ينصب على الوسائل الإعلامية الجديدة أو البديلة وعلاقتها بحياة الأفراد والتغيرات الطارئة على الشعوب والمجتمعات، فالحديث عن وسائل الإعلام الجديد يحيلنا إلى كافة التطبيقات والخدمات التفاعلية التي يتيحها العالم الإلكتروني من مواقع للدردشة الإلكترونية على اختلاف أنواعها وشبكات تواصل اجتماعي ومنتديات حوارية وغيرها، وفي خضم ذلك بدأت تتوجه الأبحاث إلى التأثيرات النفسية والاجتماعية التي تحدثها هذه المواقع

* المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

والتطبيقات الجديدة على مختلف الشرائح العمرية من أطفال ومراهقين وشباب وحتى الشيوخ، وكذا تأثيراتها على الفئات المثقفة والمتعلمة وحتى على الأفراد ذوي المستوى التعليمي المحدود.

وتعتبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي فهي الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت من أهم ما يتعرض له الفرد خلال يومه، حتى أصبحت تلك الوسائل جزء من حياة الأفراد خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من أهم مصادر معرفة الأخبار والمعلومات المختلفة والذي أدى إلى الإقبال عليها بشكل متزايد رغم الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها بسبب تأثيراتها المباشرة والسلبية على المجتمع الأسري وتفككه، وتأثيرها على عدة جوانب في شخصية الفرد تنعكس على أبعاد ومظاهر صحته النفسية، وحسب ما أكدته بعض الدراسات على التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي فإن استخدامها في معظم الأحيان يمكن أن يحقق نتائج أفضل لعلاج مختلف قضايا الصحة النفسية ومنها القلق والاكتئاب والانتحار والاضطرابات الأخرى، لكن في مقابل هذا جاءت دراسات أخرى تؤكد على أنه يمكن لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعي القنوات الفضائية المختلفة أن يكونوا ضحية للشجارات والتفكير في الانتحار، وبهذا يكون في استخدام وسائل الإعلام عامة موضوعا تصطمم فيه أطروحتان أطروحة التأثير السلبي وأطروحة التأثير الإيجابي.

إن لوسائل الإعلام دور كبير وتؤثر تأثيراً واضحاً في بناء أو تخریب الأسرة، أي تعتبر وسائل الإعلام سلاح ذو حدين، فقد تؤثر بالإيجاب على الأفراد من خلال تعليمهم السلوكيات الصحية، وقد تؤثر عليهم سلباً حين تساهم في جعلهم مدمنين أو منحرفين أو مجرمين، لكن، الملحوظ هو قلمًا نجدها في النوع الأول، في مقابل كثيرًا ما نجدها تؤثر سلبًا وتحرّض على الانحراف.

وهذا ليس حكم قيمة وإنما حصيلة الباحثين والمهتمين بعلم النفس وعلم الاجتماع لنتيجة التأثير السلبي لوسائل الإعلام، وتدعيما لذلك: «أن موضوع التأثير السلبي لوسائل الإعلام لا سيما التلفزيون والسينما يثير جدلاً كبيراً بين المهتمين بهذا الموضوع وعلى وجه الخصوص علماء النفس والاجتماع... ويكاد يكون من المسلم به أن التأثير السلبي لوسائل الإعلام يتجلى خصوصاً لدى الأشخاص الذين لديهم الاستعداد للتأثير بالجوانب

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

السلبية التي تبثه وسائل الإعلام، بحكم تكوينهم الشخصي وتنشئتهم وظروفهم الاتصالية والحالة النفسية التي يوجدون فيها أثناء تلقيهم للرسالة الإعلامية.⁽¹⁾

أولاً: الدراسات السابقة:

قامت بعض الدراسات الإعلامية بتناول موضوع تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على حد سواء وإن كان الإهتمام الأكبر بوسائل الإعلام الرقمية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي ومنها ما هدفت إليه دراسة بن مصطفى عبد الكريم (2019)⁽²⁾ حيث جاءت للتعرف على العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى أبعاد ومظاهر الصحة النفسية عند الشباب، استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي لمناسبتها لمتغيرات الدراسة، كما قام الباحث بتصميم أداة لقياس درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدام مقياس الصحة النفسية للشباب من إعداد (عبد العزيز الشخص وعبد المطلب القريطي، ١٩٩٢) بالإضافة إلى مقياس الاكتئاب ل (بيك) ومقياس القلق (لتايلور)، كما بلغت عينة الدراسة ١٢٠ شاب من الجنسين، وبعد تفريغ نتائج الدراسة الأساسية ومعالجتها إحصائياً وكذلك تحليل نتائج المقابلات العيادية توصل الباحث إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤثر على انخفاض أبعاد ومظاهر الصحة النفسية عند مفردات عينة الدراسة، وفي الوقت نفسه يساعد هذا الاستخدام الأفراد الذين يعانون من القلق والاكتئاب على التخلص من مشكلاتهم النفسية، في حين هدفت دراسة ريم عبدالمحسن محمد (٢٠١٩)⁽³⁾ الى التعرف على معدل ونمط استخدام المراهقين لشبكة الإنترنت، كما هدفت التعرف على أهم الآثار النفسية والمعرفية المرتبطة باستخدام المراهقين لشبكة الإنترنت، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وقد اعتمدت على منهج المسح الميداني للطلاب المراهقين المستخدمين للمواقع المختلفة على شبكة الإنترنت، تمثلت عينة الدراسة في عينة من المراهقين والتي تتراوح أعمارهم بين ١٢ - ١٨ سنة في محافظة القاهرة، كشفت نتائج الدراسة أن معدل استخدام المراهقين لشبكة الإنترنت متوسط بنسبة ٣٥.٧% حيث جاء في المرتبة الأولى لعدد الساعات التي يستخدم فيها المراهق شبكة الإنترنت خلال اليوم الواحد "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" وذلك بنسبة ٣٥.٧%، يليها في المرتبة الثانية من "ثلاث إلى أقل من خمس ساعات يومياً"، اشارت النتائج ان من اهم التأثيرات الاجتماعية ان الإنترنت له دور في تباعد أفراد الأسرة وشعور بالعزلة الاجتماعية، والشعور بالوحدة بمتوسط حسابي

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

٤٧.٢% وأن المراهقين يقضون معظم فترة تواجدهم في المنزل في استخدام الإنترنت وهو ما أدى إلى جعلهم يتراجعون عن مشاركة الأسرة في أنشطتها المختلفة، وهدفت دراسة نهال عبد الرؤوف (٢٠١٩)^(٤) إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين الاستخدام المكلف للإنترنت ومعدل الانطواء لدى المراهقين المصريين، اعتمدت الدراسة على النموذج السلوكي المعرفي للاستخدام المرضى للإنترنت والذي وضعه دافيز في محاولة لتفسير الدوافع المعرفية والسلوكية الاستخدام الإنترنت بشكل مرضى والنتائج السلبية المرتبطة بمثل هذا النوع من الاستخدام استخدمت الدراسة منهج المسح لعينة قوامها ٤٠٠ مبحوثاً من المراهقين المصريين بالمرحلتين الثانوية والجامعية تراوحت أعمارهم ما بين ١٥ إلى ١٩ سنة، وتم استخدام صحيفة استقصاء بالإضافة إلى مقياس الإدراك المحتوى الإنترنت لدافيز Davis، ومقياس الانطواء الميكروسكى Mccroskey لقياس اختبارات الفروض. وتوصلت الدراسة المسيحية لعدة نتائج أهمها: أن أكثر من نصف المراهقين عينة الدراسة معدل استخدامهم للإنترنت متوسط، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي هي أكثر خدمات الإنترنت استخداماً بين المبحوثين، وجاء الموبايل كأكثر الوسائل التي يستخدمها المبحوثين للدخول على شبكة الإنترنت، كما أشارت النتائج إلى أن نصف العينة ذكرت أن الإنترنت قد أثر سلباً على علاقاتهم الاجتماعية بوالديهم وأصدقائهم. وبالنسبة لاختبارات الفروض أتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستخدام المكثف للإنترنت ومعدل الانطواء لدى عينة الدراسة، كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في معدل الاستخدام المكثف للإنترنت في اتجاه الذكور، وجاء في دراسة سارة فيصل أحمد (٢٠١٩)^(٥) إن نموذج الجسد الأنثوي المنتشر في وسائل الإعلام قد تسبب في انخفاض الرضا عن الجسد لدى المراهقات والشابات. حيث تناولت هذه الدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الرضا عن الجسد لدى الإناث وكيف يؤثر ذلك في الرضا عن الواقع الاجتماعي من خلال متغيرات العمر، كثافة استخدام تلك المواقع، سلوكيات المقارنة الاجتماعية، المواقف المرتبطة بالمظهر، تأثير الوالدين، تأثير الأقران، تقدير الذات الاهتمام بالمظهر، محادثات الأصدقاء حول المظهر، انتقادات الأصدقاء للمظهر، الاستيعاب الداخلي للجسد المثالي النحيف، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام عدد من المقاييس لذلك واعتمدت الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على نظرية الغرس ونظرية المقارنة الاجتماعية وتم تطبيق منهج المسح بشقه الميداني بمسح عينة متاحة قوامها (٤٠٠) مفردة من الإناث اللاتي تتراوح أعمارهن بين ١٤ و ٢٠ سنة،

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه يوجد تأثير دال إحصائياً لكل من كثافة التعرض لمواقع الشبكات الاجتماعية، اتجاهات الأصدقاء تجاه الوزن، اتجاهات الوالدين تجاه الوزن على الاستيعاب الداخلي للجسد المثالي النحيف، كما يوجد تأثير دال إحصائياً لكل من (كثافة التعرض لمواقع الشبكات الاجتماعية، الاستيعاب الداخلي للجسد المثالي النحيف، المشاركة في سلوك المقارنة الاجتماعية، المشاركة في محادثات مع الأصدقاء حول المظهر، اتجاهات الوالدين تجاه الوزن، تقدير الذات، ووجدت فروق دالة إحصائياً في الرضا عن الجسد طبقاً لقمة الدخل الشهري للوالد والجامعة والمدرسة، أيضاً سعت دراسة **سحر محمد صوفي محمود (٢٠١٩)**^(٦) إلى الكشف عن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد والقيم الممارسة التي تعكس المسؤولية أثناء استخدام المواطن لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء معايير نظرية المسؤولية الاجتماعية، وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصري مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي، مكونة من ٤٠٠ مفردة، بواقع ٢٠٠ مفردة للذكور و ٢٠٠ مفردة من الإناث، وتم استخدام المنهج المسحي، وأكدت الدراسة أن من أهم الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي سهولة التواصل مع الآخرين في مختلف أنحاء العالم، إمكانية المشاركة والتعبير وأبداء الرأي بحرية، تساعد على نشر السلام بين الأديان والشعوب. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات منها التوعية المستمرة لأولياء الأمور بمدى خطورة مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها السلبي على أطفالهم، وكيفية توجيههم نحو الاستخدام الأمثل لها، والاستفادة منها كي تصبح أداة تواصل فاعلة في المجتمع. تحديث منظومة الإعلام الجديد وخصوصاً مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الضبط التشريعي والضبط الذاتي والمتابعة المجتمعية، أيضاً دراسة **غادة محي الدين (٢٠١٩)**^(٧) هدفت إلى التعرف على استخدامات المواطنين المواقع وصفحات إدارات الحكم المحلي واتجاهاتهم نحو دورها في تعزيز المشاركة المجتمعية، وقد توافقت نتائج الدراسة الميدانية مع نتائج الدراسة التحليلية ففي حين كانت القضايا الخدمية هي أهم القضايا التي يهتم الباحثون بالحصول على معلومات حولها من خلال موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، تصدرت المضامين الخدمية نوعية المضامين المنشورة على صفحات المحافظات محل الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" بنسبة بلغت ٥٣,٧٤%، اتفقت الدراستان التحليلية والميدانية في نتائجهما ففي حين كانت الفورية في نقل الحدث من دوه من أهم العوامل التي تؤثر على الثقة في المعلومات المنشورة الصفحات المحافظات محل الدراسة عبر

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

الفيسبوك بنسبة بلغت ٣٢.٤%، غلبت المضامين المستمرة على المضامين الطارئة في المضامين اشارة على صفحات المحافظات محل الدراسة عبر الفيسبوك، وفي نفس الإطار جاءت دراسة بسنت أحمد (٢٠١٨)^(٨) لتهدف الى التعرف علي الدوافع النفسية التي أدت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقياس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب المصري والكشف عن أسباب ارتباطهم الشديد بمواقع التواصل الاجتماعي إلى حد أن تتولد لديهم ظواهر نفسية كالإحباط والاكتئاب والشعور بالقلق لدى الشباب والكشف عن طبيعة تعامل الشباب داخل المجتمعات الافتراضية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم تطبيق الدراسة على عينة متاحة قوامها ٤٠٠ مبحوثاً من الشباب المصري من سن ١٨ : ٣٥ عامة لتمثيل المستويات الاجتماعية والاقتصادية وتم سحب العينة من محافظة القاهرة ومحافظة الشرقية ومحافظة بني سويف لتمثيل قطاعات الجمهورية الثلاثة. نتائج الدراسة ارتفاع معدل الإستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين، وكشفت الدراسة أن أفراد العينة لديهم دافع انتماء متوسط وأن لديهم دافع الاستقلالية مرتفع ودافع الكفاءة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتفع، توصلت الباحثة إلى أن الآثار الاجتماعية الإيجابية مرتفعة عن الآثار الاجتماعية السلبية وذلك بعد المقارنة بينهم ، وأن الآثار النفسية الإيجابية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة مقارنة بالآثار النفسية السلبية، في حين هدفت دراسة مي عبدالغنى (٢٠١٨)^(٩) الى تقديم دراسة نظرية في الخصائص والتأثيرات عن الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية، استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي في رصد الظاهرة من خلال ما توفر لها من متابعة ومصادر ومعلومات متوفرة في الكتب والدراسات العلمية وتوصلت نتائج البحث إلى عدة نقاط، منها: إن الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام الاجتماعي يعد خطاباً تفاعلياً وهي السمة الأبرز لهذا الخطاب. كما يتميز الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام الاجتماعي بأن الجمهور صانع وفاعل رئيسي في صناعته، وقدم البحث جملة من التوصيات، من أبرزها ضرورة دعم الآليات والخطط التي تكفل الاستفادة من الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الاجتماعي بما يتوافق مع الأهداف والرؤى الاستراتيجية التي تكفل تقدم هذه المجتمعات العربية. والعمل على وضع أسس عملية ونظرية منبثقة من السمات العامة للثقافة العربية ومكوناتها لقياس تأثيرات الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام الاجتماعي. والقيام بدراسات حول اتجاهات وتحليل الخطاب في وسائل الإعلام الاجتماعي، بينما هدفت دراسة سعيد أمين ناصف

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

(٢٠١٨)⁽¹⁰⁾ الى معرفة التأثيرات الاجتماعية التي تنتج عن الإستخدام المتزايد لوسائل الاتصال الإلكترونية في المجتمع الإماراتي والكشف عن الأسباب التي تدفع الطلاب الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والكشف عن التأثيرات السلبية والإيجابية على العلاقات الاجتماعية والاسرية للمبحوثين وكذلك تأثيرات على مفردات اللغة لديهم، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، ومن ثم، فإن المنهج الوصفي التحليلي يعد منهجة مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة، تم اختيار عينة غير عشوائية (بطريقة عمدية مقصودة) من طلاب وطالبات جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا وذلك بواقع (١٨٠) مفردة، فيما يتعلق بالتأثير على اللغة عموماً، فقد كشفت الدراسة عن إتفاق عام بين أفراد العينة على مجموعة من التأثيرات الايجابية التي تنتج عن استخدامهم لوسائل الاتصال الإلكتروني فيما يتصل باللغة بصورة عامة سواء العربية أو الأجنبية، غير أن الاختلاف بينهم جميعاً يتعلق بالوزن النسبي لكل تأثير بالنسبة للتأثيرات الأخرى. لكن في النهاية هم يؤكدون على إستخدام تلك الوسائل له تأثير إيجابي على اللغة، وعلى الرغم من ذلك، أوضحت التحليلات أن الغالبية العظمى من المبحوثين على الرغم من اختلاف مستوياتهم وفئاتهم العمرية، قد أكدوا على أن أهم التأثيرات السلبية التي تنتج عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أن كتابة اللغة أصبح يتم بأسلوب الاختصارات، وهي ثقافة في طريقة الكتابة أصبحت منتشرة وسائدة بصورة عامة بين من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ومن ثم فالخطورة تكمن في أن يؤثر ذلك على المدى البعيد على الهوية الثقافية لهؤلاء المستخدمين، وتناولت دراسة Arturo Haro-De-Rosario, & Others, (2018)⁽¹¹⁾ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتحفيز المشاركة المدنية مع الحكومة المحلية، استهدفت الدراسة تحليل الأشكال المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة (الفيسبوك وتويتر) من جانب المواطنين في تفاعلاتهم مع الحكومة الإسبانية المحلية، وتحديد أي من هذه المواقع تحقق درجة أقوى من الالتزام تجاه الحكومة المحلية وسياساتها، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود علاقة إيجابية بين المشاركة المدنية ونوعية موقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت المشاركة أكثر بروزاً في (الفيسبوك) عن (تويتر) مما يشير إلى أهمية اختيار الحكومة المحلية الموقع الملائم عند التوجه للمواطنين، بغية الحصول على تفاعلهم، ان الفيسبوك مفضل على (تويتر) كوسيلة من وسائل المشاركة في القضايا المطروحة من جانب الحكومة المحلية، وكانت من أبرز العوامل المؤثرة في تلك العلاقة بين المواطنين الحكومة الشفافية الإلكترونية التي

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

تنتهجها الحكومة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الحالة المزاجية للفرد، ومستوى النشاط للمواطن على مواقع التواصل الاجتماعي، وعناصر التفاعلية المتاحة على المواقع الحكومية الالكترونية، كما توصلت الى وجود علاقة موجبة بين التفاعلية والمشاركة حيث كانت الحكومات المحلية الأعلى من حيث التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بمستويات أعلى من المشاركة، وهدفت دراسة كلير الحلو (٢٠١٨)⁽¹²⁾ إلى البحث عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة على الحالة النفسية للطلاب الجامعي العربي، وقد استخدمت الباحثة صحيفة استبيان تم تطبيقها على كلا من البلدان التالية: الجمهورية اللبنانية، المملكة العربية السعودية، المملكة الأردنية الهاشمية، ودولة فلسطين، وتكون مجتمع البحث من الشباب الجامعي في هذه البلدان، الذي تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٤ سنة، وتم استخدام عينة عشوائية من ٦٦٨ فرداً. من أهم النتائج: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص البيئية للشباب الجامعي العربي وفق البلد بالنسبة للإشباع المحققة عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. كذلك، تبين أن استخدام هذه المواقع يعزز الإحساس بالحضور الاجتماعي. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين المعدل اليومي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإدمان السيبراني والغيرة والإحباط. أما بعض ممارسات الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي كالحجب، والخداع، والكذب، والتشهير فتندفع إلى شعور الشباب الجامعي العربي بالإحباط، بينما هدفت دراسة سلامي اسعيداني (٢٠١٨)⁽¹³⁾ الى التعرف على التأثيرات الاجتماعية لوسائل الإعلام على المشكلات الاسرية بين الافراد وقد اشارت الدراسة ان من التأثيرات السلبية الناجمة عن انتشار استخدام وسائل الاتصال الحديثة شيوع ثقافة الاستهلاك، والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المادية، فكل فرد يفهم أن يحدث جهاز الاتصال الخاص به بما لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور، ذو إمكانيات أعلى للبقاء دائماً على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما تنهافت للوصول إليه كبرى شركات المحمول والتي تعمل على إغراق السوق كل فترة بأجهزة جديدة ذات تقنيات عالية ليقوم المستهلك بمحاولة التحديث، وهو ما يرهق ميزانية الأسرة، وبالتالي تقع المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والتي قد تؤدي في النهاية بالأسرة بكاملها، ودراسة أسماء بنت فراج بن خليوي (٢٠١٧)⁽¹⁴⁾ والتي هدفت إلى رصد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وبعض الاضطرابات النفسية (الاكتئاب - القلق - الانطواء) لدى طلبة الجامعة والتعرف على مدى سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك معرفة

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

إمكانية التنبؤ بالاضطرابات النفسية لطلبة الجامعة، ومعرفة الفروق بين الطلبة (الذكور، الإناث) في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، طبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلبة جامعة شقراء مكونه من ٢١٠ طالبة موزعة على أربع كليات في محافظة شقراء، تتراوح من ٢٠ - ٢٢ سنة، واستخدمت الدراسة المنهج الارتباطي التحليلي وعدد من الأدوات منها مقياس التواصل الاجتماعي ومقياس الشعور بالوحدة النفسية و مقياس بيك للاكتئاب و مقياس تايلور للقلق الصريح الطاهر. ومن أهم النتائج: أنه يوجد سوء استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي وأن هناك علاقة ارتباطية طردية موجبة) بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين (الاكتئاب - القلق - الانطواء) لدى طلبة الجامعة، وأنه بالإمكان التنبؤ بإصابة الطلبة ببعض الاضطرابات النفسية (الاكتئاب - القلق - الانطواء) في ضوء استخدامهم المواقع التواصل الاجتماعي. وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠١) بين الطلبة (الذكور و الإناث) في إصابتهم بالقلق والاكتئاب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الصالح الذكور، كما تناولت دراسة عبدالله ميلاد الزالط (٢٠١٧)⁽¹⁵⁾ هدف البحث إلى التعرف على "التأثيرات النفسية للرسالة الإعلامية على اتجاهات الجمهور". استخدم البحث المنهج الوصفي، وتناول البحث الاتجاهات النظرية في تفسير تأثير الرسالة الإعلامية من حيث، "وظائف الرسالة الإعلامية ومنها،" الوظيفة الإخبارية، التعليمية، الترفيهية، الرقابية، إعلانية ترويجية"، كيفية صياغة الرسالة الإعلامية ويمكن تحديدها في جانبين أساسيين وهما، "الشكل الذي تقدم فيه الرسالة الإعلامية، المتغيرات التي تؤثر في فعالية الرسالة الإعلامية، والضوابط المفروضة على الرسالة الإعلامية، استجابات الجمهور للرسالة الإعلامية، وكيفية تأثير الرسالة الإعلامية في نموذج شرام، والعوامل المؤثرة على عمليات التهيئة الإعلامية ومنها، التعرض لوسائل الإعلام، ومستوي التعليم، ومصادر تكوين اتجاهات الجمهور، وتوصل البحث إلي عدد من النتائج ومنها، إن هناك اتفاق عام علي أن الرسالة الإعلامية تحدث أثراً علي الاتجاهات والقيم، أما الفترة اللازمة لإحداث هذا الأثر فمازالت محل جدل وتساؤل. كما أن التحول الجذري في الرأي والاتجاه نتيجة التعرض لوسائل الإعلام المختلفة أقل شيوعاً، والتدعيم والتغيير الطفيف للآراء والاتجاهات هو الشائع، تسهم وسائل الاعلام في تكوين الآراء والاتجاهات للأفراد أكثر مما تسهم في تغييرها، في حين تناولت دراسة فاطمة الزهراء ينون (٢٠١٦)⁽¹⁶⁾ هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير المضامين الإعلامية العنيفة على الجانب النفسي والسلوكي للمتلقى بصورة عامة بإبراز دور هذه

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

المضامين في ظهور السلوكيات العنيفة لدى المتلقين خاصة الأطفال منهم خلال محاكاتهم للمشاهد العنيفة التي تبثها وسائل الإعلام، وتعرضت الدراسة الى المضامين العنيفة في وسائل الإعلام وعلاقتها بالعنف المجتمعي لدى العينة، اتبعت الدراسة لاسلوب التحليل الكيفي لعدة مضامين عنيفة في وسائل الإعلام وقامت بعرض عدة احصائيات لنتائج بعض الدراسات التي أكدت قدرة وسائل الإعلام على تشكيل السلوك العنيف لدى الجمهور، ومن خلال عرض لبعض المداخل النظرية المفسرة للعنف والتأثيرات السلبية في وسائل الإعلام والتي من شأنها إحداث تغيير في السلوكيات الخاصة بالافراد المتابعين لهذه الوسائل، وهدفت دراسة غوثي عطاله (٢٠١٦)⁽¹⁷⁾ الى تفسير حالة الإغتراب القيمي ضمن علاقة الفرد بوسائل الإعلام من خلال التصورات النظرية القيمية والتكنولوجيا وعلاقتها بالعوالم، حيث يعتبر مفهوم الإغتراب بالحالة النفسية والاجتماعية التي تتشكل من التعرض للمحتوى الوافد الى المجتمع عبر وسائل الإعلام المختلفة حيث ان الرسائل المبتة إعلامياً غالباً ما تسوق لنماذج للحياة والتعامل دون مراعاة للخصوصية الثقافية للمجتمع، وهنا تظر اثر وسائل الإعلام على الثقافة، وقد اعتمدت الدراسة في تفسير حالة الإغتراب بعلاقة الفرد بوسائل الإعلام على نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، كما تطرقت الدراسة لتحليل مفهوم الإغتراب التكنولوجي وعلاقته بالمنطق القيمي فيما يخص الفرد ووسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة ان معالم الإغتراب تتأرجح بين حاضر الوسيلة والعولمة وغياب الخصوصية الثقافية حسب تشخيص الواقع من منظور الحتمية التكنولوجية وبين مستقبل القيمة والتوجه نحو المعيار الثقافي العالمي، وحاولت دراسة هوايدا رضا محمد (٢٠١٦)⁽¹⁸⁾ الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في حياة المحاربين المصريين في الخارج من خلال التعرف على أهم اتجاهاتهم نحو التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن اعتمادهم عليها في حياتهم في الخارج، تعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمدت على منهج المسح الوصفي لعينة عشوائية قوامها 200 مفردة من المغتربين في المملكة العربية السعودية، وقد أسفرت الدراسة عن العديد من النتائج الهامة من أبرزها كثافة الاستخدام والاعتماد على هذه الشبكات الاجتماعية في حياة المغترب المصري وتمثلت الدوافع الخاصة بتوجيه التفاعل والفهم الاجتماعي كابرز دوافع الاعتماد على الشبكات الاجتماعية اما التأثيرات المعرفية فقد تصدرت اهم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد ، هذا وقد ترتب على كثافة الاعتماد وجود معدلات عالية من النشاط التفاعلي على هذه الشبكات من خلال التعليقات المستمرة على الاخرين والانضمام في

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

العديد من المجموعات الافتراضية المغلقة والمفتوحة لتحقيق أقصى قدر من التفاعل وبالتالي فان فئة المصريين لم تكن مختلفة في معدلات اعتمادها على هذه الشبكات عن غيرها من الفئات الاجتماعية الاخرى فقد اصبح الاستخدام والاعتماد على هذه الشبكات امرا يتسم بالافراط الذي يحصل الى حد الإدمان وعدم القدرة على التخلي عن الاستخدام لهذه الشبكات التي اصبحت تهدد المجتمع، و اشارت نسبة كبيرة من المبحوثين أن الشبكات الاجتماعية لديها كثير من التأثيرات الإيجابية اهمها تقليل الإحساس بالغبرة وتوطيد العلاقات الاجتماعية اما التأثيرات السلبية فتمثلت في الترويج للشائعات وادمان الشبكات وتقليل الروابط بين افراد الأسرة، أيضا هدفت أفنان طلعت عبد المنعم (٢٠١٥) (19) في دراستها إلى التعرف على استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح، وأسلوب المقارنة المنهجية، واستمارة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٤٥٢ عمديّة. ومن أهم النتائج: أثبتت الدراسة أن دافع التفاعل الاجتماعي في مقدمة دوافع عينة الدراسة الاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يليه دافع الحصول على معلومات، ثم دافع الترفيه والتسلية، ثم متابعة الأحداث، ثم قضاء وقت الفراغ، ثم دافع المساعدة على المشاركة السياسية. كما أكدت النتائج أن ٤٠.٦% من شباب العينة يشتركون في مجموعات تعليمية، مما يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد مصادر التعليم في العصر الحالي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت شباب العينة على التواصل مع أصدقائهم القدامى والجدد، وساعدتهم على المشاركة المجتمعية، كان الغرض من دراسة التركي عثمان (٢٠١٥) (20) الحصول على فهم عميق لدور الشبكات الاجتماعية وأثرها على التعليم وذلك من خلال معرفة إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التحصيل الدراسي للطالب. من خلال دراسة مسحية أجريت على عينة ممثلة من ٤٠٠ طالب، استخدم الباحث المنهجين الكمي والكيفي في طريقة البحث. ومن أهم النتائج: اتفق معظم طلاب العينة بنسبة ٧١% على حقيقة أن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تكون مفيدة في دراستهم. كما أنها وجدت أيضا أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد مرات استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وأداء الطلاب على أساس النوع، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل المعلمين وأداء الطلاب، وأخيرا هناك علاقة كبيرة بين موقف الطلاب نحو مواقع الشبكات الاجتماعية كأداة تعليمية فعالة وأدائهم التحصيلي، أيضا دراسة رايمر كرستين (٢٠١٥) (21) هدفت

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

إلى معرفة تأثير التفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك على تقدير الذات وصورة الجسد الطلبة المرحلة الجامعية في شمال شرق الولايات المتحدة، وكانت العينة من ٤٠ مفردة من الذكور والإناث وتم استخدام مقياس شدة الفيس بوك ومقياس تقدير الذات ومقياس صورة الجسد ومقياس اضطراب الأكل ومقياس المواقف. ومن أهم النتائج: أظهرت النتائج أن الإناث يقضين مزيد من الوقت على الفيس بوك أكثر من الذكور، كما أكدت الدراسة أن الإناث لديهن عدد أكبر من الأصدقاء، وأظهرت النتائج أن استخدام الفيس بوك أكثر يؤدي إلى انخفاض تقدير الذات وانخفاض الرضا لديهم، في حين هدفت دراسة ياسمين سعيد محمد (٢٠١٥)⁽²²⁾ الى التعرف على استخدامات الصفوة للبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، والتعرف على تقييم الصفوة للبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية المصرية والتعرف على التأثيرات التي تحدث لهم نتيجة التعرض لهذه البرامج، اتضح أن متغيري المرحلة العمرية والمستوى التعليمي لم يبرز لهما ايضا تأثير كمتغير وسيط فيما عدا حدوث الغرس الثقافي او تشكيل الاتجاهات بخصوص القضايا والأطراف الفاعلة في الأحداث الجارية المجتمعية، فكلما تقدم عمر العينة ارتفع لديهم تأثيرات الغرس نتيجة التعرض للبرامج الحوارية، كما ترتفع تأثيرات الغرس نتيجة التعرض للبرامج الحوارية بشكل عام مع ارتفاع المستوى التعليمي للعينة. - وفيما يتعلق بمتغير المهنة برز تأثيره في تحديد مستوى معدل التعرض للبرامج الحوارية واستخدامها، وإيجابية تقييم أداء البرامج الحوارية من حيث الثقة فيها والمهنية، بينما تناولت دراسة أميرة كربوب (٢٠١٥)⁽²³⁾ "دور الإعلام الجديد في دعم الحراك المجتمعي، مصر نموذجا"، اعتمدت الباحثة في دراستها على منهجي، دراسة الحالة لجمهورية مصر العربية، والأوضاع التي آلت إليها الحالة المصرية، ومدى تأثير الإعلام الجديد فيها، والمنهج المقارن لمقارنة أداء الإعلام الجديد قبل وأثناء وبعد الحراك المجتمعي في مصر، لإبراز الدور الذي قام به الإعلام الجديد في الحراك المجتمعي في مصر. وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: - أصبح للإعلام الجديد دور فعال في نشر الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع؛ نظرا لقوة تأثير وسائل الإعلام الجديد (الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب...)، بالإضافة إلى كونه أداة لصناعة الرأي العام الذي يتسم بسرعة الانتشار بين فئات المجتمع، وقدرة غالبية أفراد المجتمع على التفاعل، بالإضافة إلى استمرارية تغير الرأي العام، نظرا لقدرة وسائل الإعلام الجديد على التكيف مع التغيرات التي تحدث سواء المحلية أو الدولية كما أن الإعلام الجديد ومن خلال

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

الخصائص التي يتميز بها قادر على إحداث التغيير مهما كان نوعه، كما ساهم تفعيل وسائل الإعلام الجديد (الفيديو، التويتر، اليوتيوب في مصر في دعم الحراك المجتمعي في مصر في ٢٠١١، وتناولت دراسة فوزي الهنداوي، زينب عباس (٢٠١٤)^(٢٤) عن "تأثير الإعلام الجديد في العلاقات الاجتماعية" استهدف الباحثان التعرف على مدى اهتمام الشباب العراقي بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في منظومة العلاقات الاجتماعية بالتطبيق على عينة من الشباب العراقي (١٠٠) مفردة من الذكور والاناث في مدينة بغداد والذين يرتادون مراكز الانترنت. وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي قد أحدثت انعكاسات هامة في العلاقات الاجتماعية من أبرزها الشعور بالجزلة عن المحيط الاجتماعي بنسبة (٢٠٪) من عينة الدراسة بالاضافة الى ارتفاع نسبة الشعور بالانتماء الأصدقاء الفيس بوك والثقة فيهم أكثر من الأصدقاء بالواقع حيث تعد هذه العلاقات قوية واثباتية بالنسبة للشباب بنسبة (٨٨٪) من عينة الدراسة وتكوين علاقات اجتماعية من خلال الفيس بوك أكثر من الواقع وبنسبة (٤٨٪)، في حين هدفت دراسة عبد الكريم سعودي (٢٠١٤)^(٢٥) إلى معرفة تأثير إدمان الفيس بوك على التوافق الأسري لدى الطالب الجامعي ومعرفة الفروق بين الجنسين، مستخدمة المنهج الارتباطي وطبقت الدراسة على ١٨٠ مفردة، من طلاب جامعة بشار بالجزائر بطريقة العينة القصدية، وتم استخدام صحيفة الاستقصاء ومقياس التوافق الأسري. ومن أهم النتائج: أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية سالبة بين إدمان الفيس بوك والتوافق الأسري باختلاف أبعاد التوافق الأسري، وعدم وجود فروق بين الجنسين في إدمان الفيس بوك، وتناولت دراسة **Bellverie E. Ross (2014)**⁽²⁶⁾ بعنوان "دراسة حالة لخبرات المواطنين مع وسائل التواصل الاجتماعي كأداة اتصالية مع خدمة ٣١١ للتفاعل بين المواطنين وطلب الخدمة وتحقيق جودة الحياة"، انطلقت الدراسة من حقيقة مفادها أن الفيسبوك وتويتر يمثلان أشكالاً جديدة لربط المواطنين بالموضوعات والقضايا التي تثيرها الحكومة والتي تؤثر على المجتمع، وقد استهدفت تلك الدراسة التعرف على خبرات المواطنين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر كأداة اتصال تستخدم بغرض التواصل بين المواطنين، وأظهرت نتائج الدراسة أن خبرات المواطنين في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي اتسمت بالإيجابية، كما كشفت الدراسة أهمية التبنى الكامل من جانب الجهاز المحلي للمدينة لاستخدام الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي كمنصة اتصالية. وكان الهاتف المحمول بما يتضمنه من تطبيقات وبخاصة

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

تويتر مهمة لتحقيق التفاعل والاتصال بين المواطنين وخدمة ٣١١، إذ يعتبر تويتر منصة لتقديم المعلومات الخاصة بموضوعات تخص جودة الحياة، ومنها الأحداث المتعلقة بالأمن الإنساني، و أخبار الطقس، والأمن العام، و أخبار حركة المرور، وعلى الجانب الآخر فإن الفيسبوك يقدم الأحداث الجارية والمعلومات التي قد تهم المواطنين كمعلومة الرقم السري للواى فاى Way Fai العام بالمدينة، دراسة أحمد عبد الفتاح (٢٠١٤) (27) استهدفت الدراسة رصد وتوصيف التفاعلية بأدواتها وآلياتها ومؤشراتها وسماتها وأبعادها بالمواقع الإلكترونية الصحفية، ومواقع الوسائل الاجتماعية، ودراستها من منظور التفاعلية الوظيفية بالمواقع والتفاعلية المدركة من الشباب عينة الدراسة، ومعرفة مدى استخدام الشباب لتلك المواقع، وانعكاس ذلك على التفاعل الاجتماعي والسياسي لديهم. خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: . أن توفير المواقع الفرعية لمحركات البحث خارج الموقع الرئيس لم يعد أمرا صعبا، كما باتت المواقع الصحفية توفر أنماطا عديدة للبحث سواء داخل أو خارج الموقع كما تم إلى أن الوسائط المتعددة تحقق التفاعلية عن طريق مشاركة حواس المتقى فى من النصوص مهما كان المتلقي سلبية، فإن التفاعلية تتحقق بشكل كبير حيث إن بعض الوسائط المتعددة قد يراها بعض الباحثين ليست بالضرورة تساعد في تحقيق التفاعلية؛ إذ إن بي الوسائط المتعددة تنتج للملقي السلبي، وإن معظم المواقع الصحفية الإلكترونية تعتمد بش كبير على تقديم معلومات خدمية متنوعة، دراسة **Korkmaz, Murat et al., (2014)** (28) عن "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الشباب"، استهدفت الدراسة مراجعة التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأجيال الحاليه من الشباب بالتطبيق على عينة من شباب الجامعات الحكومية والخاصة بالإضافة إلى طلبة المدارس الثانوية (٨٩٤ مفردة) وتوصل الباحثون إلى كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة (من ٣ إلى ٤ ساعات يوميا وتصدرتها شبكة تويتر وبنسبة (٥٥%) تلاها الفيس بوك وتمثلت أبرز التأثيرات السلبية في التدخين وبنسبة (٩٣%) وتعاطي الكحوليات وبنسبة (٣١.٨%) اثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ولم تتوصل الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية والنوع في حين وجدت علاقة ارتباطية بين معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية ومستويات الدخل والتعليم والطبقة الاجتماعية والسن، وأيضا دراسة **Elison, Nicole, et al., (2014)** (29) عن "غرس المصادر الاجتماعية في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: علاقات الفيس بوك ودورها في العمليات الاجتماعية"،

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

استهدف الباحثون التعرف على العلاقات الاجتماعية التي يكونها الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك" ودورها في العمليات الاجتماعية الرئيسية بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة من الشباب الجامعي الطلاب الجامعة الامريكه اقوامها (١٤ مفردة) باستخدام الاستبيان الالكتروني وتوصلت الدراسة إلى أن شبكة الفيس بوك تعد مصدرا هاما للتعرف بين الأصدقاء والمحافظة على استمرار العلاقات الاجتماعية بين الشباب واما انماط التفاعل من خلال الشبكات الاجتماعية فقد تمثلت في تبادل الأخبار تقديم النصائح والمشاركة في المناسبات الاجتماعية، وهدفت دراسة محمد سليم (2014)⁽³⁰⁾ إلى الكشف عن الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن من سن الخامسة عشرة حتى الثامنة عشرة، وتكونت عينة الدراسة من ٢٧٦ تم اختيارها بالطريقة القصدية وتم تقسمها إلى (١٤١) من الذكور، (١٣٥) من الاناث، استخدم الباحث المنهج الوصفي، وتم استخدام صحيفة الاستبيان. ومن أهم النتائج: أين أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة من وجهة نظرهم توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال متابعة أخبار الآخرين على الشبكة ومجاملتهم، أما أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية فكانت إهدار الوقت من خلال متابعة موضوعات وألعاب غير مفيدة لساعات طويلة على شبكات التواصل، والتعارف على أفراد من الجنس الآخر يرفض الكبار إقامة علاقة معهم، والإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالرغبة الملحة لمتابعتها لأوقات طويلة، وتناولت دراسة مريم مراكشي (2014)⁽³¹⁾ طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك" والشعور بالوحدة النفسية ودراسة الأثر المحتمل لكل من الجنس والمستوى الدراسي على متغيرات الدراسة، وتم تطبيقه على عينة مكونة من ٤٢١ من جامعة سكرة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الارتباطي التحليلي، مستخدمة مقياس إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ومقياس الشعور بالوحدة. ومن أهم النتائج: أظهرت النتائج أن الطلبة يقضون معظم وقتهم في الدردشة على هذه المواقع مع الأصدقاء أكثر من ثلاث ساعات يوميا. وأكدت النتائج على أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة النفسية، ولا توجد فروق في استخدام الفيس بوك والشعور بالوحدة بين الجنسين، ولكن توجد فروق في المتغيرين وفقا لمتغير العمر، وأخيراً تناولت دراسة محمد معوض ابراهيم (٢٠١٢)⁽³²⁾ التأثيرات الوجدانية للأخبار السلبية التلفزيونية على عينة من

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

الشباب الجامعي؟ تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تعتمد على منهج المسح. مجتمع الدراسة الميدانية: يتمثل مجتمع الدراسة في عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي من سن (١٧-٢١) سنة. أدوات الدراسة: لقد اعتمدت الدراسة على استمارة استبيان. كما اعتمدت الدراسة على مقياس للإحباط ومقياس الوجدانيات ومقياس للتفاؤل والتشاؤم ومقياس التعاطف وبطاقة اللامبالاة مقياس الغضب ومقياس المستوى الاقتصادي والاجتماعي كأدوات لجمع بيانات هذه الدراسة. نتائج الدراسة: أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج: كان أهمها ان أثبتت الدراسة أن التلفزيون هو المصدر الأول للتعرف على الأحداث الجارية لدى الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلى أن أخبار البلطجة هي أكثر الأخبار السلبية التلفزيونية التي يتعرض لها الشباب الجامعي وذلك بنسبة ٦٤.٥%، أثبتت الدراسة أن الأخبار السلبية هي الأخبار المفضلة لدى الشباب الجامعي بنسبة ٣٣.٥% تاليها الأخبار الإيجابية بنسبة ٢٤.٣%.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تمثلت أهم الملاحظات على الدراسات السابقة ومدى ارتباطها بالدراسة الحالية في:-
- لاحظت الباحثة أن معظم الدراسات سواء العربية والأجنبية قد ركزت على دراسة تأثيرات استخدام الوسائل الرقمية المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي دون التركيز على وسائل الإعلام التقليدي، ويمكن أن تفسر الباحثة ذلك بأنها اعتمدت على الدراسات التي نشرت في الفترة من ٢٠١٣ إلى وقتنا الحاضر وهي الفترة التي تزايدت الاعتماد على مواقع التواصل بشكل كبير مما كان له أثر على إهتمام الباحثين والكتاب بها، وسوف تعتمد الدراسة الحالية على دراسة كلاً من الوسائل التقليدية والحديثة والتعرف على تأثيراتها على الجمهور.
 - أهتمت معظم الدراسات السابقة بقياس التأثيرات الاجتماعية والنفسية السلبية أكثر من الإيجابية على الرغم من الدور الإيجابي الذي تلعبه وسائل الإعلام في حياة الأفراد، ومن ثم سوف تقوم الباحثة بتناول التأثيرات السلبية والإيجابية على حد سواء.
 - تناولت معظم الدراسات نوع واحد من الوسائل إما التقليدية أو الحديثة دون النظر لعمل مقارنة بينهما باستخدام المنهج المقارن، وهو ما سوف تقوم به الدراسة الحالية.
 - اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح فقط في جمع بيانات الدراسة، ولكن الدراسة الحالية سوف تعتمد على المنهج المقارن بجانب منهج المسح لجمع بيانات الدراسة.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

- ساهمت الدراسات السابقة في ضبط إشكالية البحث وتحديد تساؤلات الدراسة وفرضياتها بشكل دقيق كما ساعدتها في تصميم أدوات البحث وبناء المقاييس المستخدمة في قياس العديد من متغيرات الدراسة.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تتعدد تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة على مظاهر حياة الأفراد والمجتمعات الإنسانية وعلى تشكيل الآراء والاتجاهات خاصة، ويتضح ذلك في مختلف الجوانب المعرفية والسلوكية والنفسية والانفعالية للفرد، وهذه التأثيرات ترتبط بشكل كبير بنوعية الرسالة الإعلامية ومحتواها وبدرجة تعرض الجمهور وإعتماده على وسائل الإعلام المختلفة، وعلى طبيعة الوسيلة نفسها، وعلى القائم بالاتصال كذلك، وقد اختلف الباحثون في ما يتعلق بنوع التأثيرات التي يمكن أن تحدثها الانترنت على العلاقات الاجتماعية والنفسية للأفراد فظهرت مدرستان أو مدخلان متناقضان إحداهما المدرسة المتفائلة أو المدخل الإيجابي الذي يرى أن وسائل الإعلام وخاصة الرقمية تؤدي إلى التواصل الاجتماعي وزيادة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد (خاصة البعيدين مكانياً) من خلال البقاء على اتصال دائم والمساهمة في تحسين الحالة المزاجية والنفسية لديهم، معهم والمدرسة الأخرى هي المدرسة المثشائمة أو المدخل السلبي الذي يرى أن استخدام وسائل الإعلام وخاصة الحديثة يؤدي إلى قلة الوقت الذي يقضيه الفرد مع أفراد أسرته وأصدقائه وتعمل على زيادة العزلة والضغط النفسية نتيجة لما يقوم به من نشر بعض مظاهر الترفية التي تجعل البعض يشعرون بعزهم وقلة حيلتهم، كما انها تؤدي الى مزيد من الإنطوائية التي تجعل الفرد يشعر بالإكتئاب والحالات المزاجية السيئة، وقد ظهر مؤخراً مدخل معتدل يرى أن وسائل الإعلام وخاصة الانترنت مجرد أداة صممت لتيسير حياة الأفراد وهي مكلمة للاتصال الشخصي، فقد أضاف الإعلام الجديد ووسائله إلى حياة الملايين من البشر الكثير، وسهل التواصل فيما بينهم وبين عائلاتهم وأصدقائهم، وكذلك فتح آفاقاً جديدة لتشكيل شخصياتهم وعاداتهم الاجتماعية حول ثقافة الشبكات الاجتماعية والتواصل عبر الانترنت، كما انه اتاح الكثير من أدوات الترفيه لقضاء وقت الفراغ والقضاء على الشعور السلبي لدى الكثير، لذلك كان لهذه الثقافة تأثيرات إيجابية كانت أم سلبية على طبائعهم وثقافتهم، وسواء أرادوا حدوث ذلك الأثر أم لا، إلا أن مجرد انضمامهم لمواقع التواصل فإنهم ينضمون ضمناً إلى ثقافة الموقع أو ثقافة ذلك المجتمع الإلكتروني الذي صاروا جزءاً منه.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

وحيث إن الإنسان كائن اجتماعي يتأثر بما يحيط به من مظاهر داخل مجتمعه فإنه بالطبع يتأثر سواء إيجابياً أو سلبياً بتلك الوسائل التي أصبحت جزء لا يتجزأ من محيطه الاجتماعي، ومع معايشة الباحثة للواقع المصري المعاش وجدت تأثراً كبيراً من الجمهور المصري بوسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة، وقد أثار ذلك فضولها العلمي وقد سعت للتعرف على كيف تؤثر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على الجمهور سواء كانت تلك التأثيرات سلبية أم إيجابية، ولذلك فإنه يمكن صياغة المشكلة البحثية في شكل تساؤل رئيسي وهو ما التأثيرات الاجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري؟.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

- تعد هذه الدراسة إحدى الدراسات البنينة التي تساهم في الربط بين عدد من التخصصات علمية التي لها دور كبير في حياة البشر وسلوكهم، حيث تربط الدراسة بين العلوم النفسية والاجتماعية والإعلامية.
- ترجع أهمية الدراسة إلى اعتبارها إحدى دراسات رجع الصدى التي تدرس ردود الفعل المختلفة للجمهور تجاه وسائل الإعلام بشكل عام والتأثيرات الإيجابية والسلبية للجانب النفسي والاجتماعي بشكل خاص.
- تتبع أهمية الدراسة أيضاً من أنها تربط بين التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة على الجمهور، في حين أن جميع الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام كانت تقف عند حد التأثيرات السلبية وأغلبها كان على الوسائل الحديثة كالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، بينما ستقوم هذه الدراسة ببحث التأثيرات العامة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة على حد سواء.
- تتناول الدراسة مفاهيم نفسية واجتماعية ترتبط باستخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة مما يساعد على التوصل لمقترحات للإستفادة منها وتجنب آثارها السلبية.
- لفت الأنظار إلى المخاطر المتعددة الناتجة عن إساءة استخدام الإعلام التقليدي والرقمي الجديد والسعي لبيان بعض تلك الأشكال وتوضيح شيء من مخاطرها.
- انتشار وسائل الإعلام بمختلف برامجها ومجالاتها بشكل سريع يتطلب عمل دراسات لمواجهةها أو الحد من سلبياتها وتوظيفها توظيفاً إيجابياً للمجتمع.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

- إمكانية اقتراح بعض الحلول المناسبة للتصدي لسلبيات برامج الاتصال والتواصل الاجتماعي.
- الخروج بتوصيات تساهم في الرقي باستخدام وسائل الإعلام بشكل إيجابي، ويخدم المجتمع والدين والقيم.

رابعاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الى تحقيق هدف رئيسي وهو التعرف على التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري، ومن هذا الهدف ينبثق عدة أهداف فرعية وهي:

- ١- التعرف دوافع استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
- ٢- التعرف على العوامل التي تتدخل في تحديد التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على الجمهور المصري.
- ٣- التعرف على الإتجاهات النظرية في تفسير تأثير وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور.
- ٤- التعرف على مدى التأثير الاجتماعي الذي تحدثه وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري.
- ٥- التعرف على مدى التأثير النفسي الذي تحدثه وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري.
- ٦- التعرف على مقترحات عينة الدراسة فيما يتعلق بالتصدي للتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام.

خامساً: الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة:

تعتبر وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية أحد أهم الوسائل المستخدمة في نشر الأخبار والمعلومات وبت الأفكار والآراء فهي ساعدت بشكل أو بآخر على زيادة الوعي الفكري عند الأفراد وأتاحت لهم فرصة التعرف على ما يدور حولهم من أحداث، لكن انحراف بعضها عن المعايير المهنية ترك آثار سلبية خطيرة على المجتمع وخاصة المراهقين، فيما يلي سنتعرف على هذه الآثار السلبية بشكل تفصيلي.

- النظريات المفسرة لتأثيرات وسائل الإعلام^(٣٣)

ويصنف الباحثون النظريات الإعلامية على حسب المجال الذي تتصل به، إلى: النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور، والنظريات المتعلقة بالجمهور، والنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال. ومن بين أهم النظريات نذكر التالي:

١- نظرية الرصاصة:-

ظهر التيار النظري الذي يؤكد على التأثير القوي لوسائل الاتصال في العشرينات من القرن العشرين، أي عقب الحرب العالمية الأولى، وأطلقت على هذه النظرية عدة مسميات من أهمها نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية. Bullet Theory Magic ومفاد ما تود أن تأكده هذه النظرية، هو أن الرسالة الإعلامية قوية جدا من حيث تأثيرها. ولذلك شبهت في نظرهم بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته، هذا وسميت أيضا بنظرية الحلقة أو الإبرة تحت الجلدية Hypodermic Needle، وشبهت الرسالة هنا بالمحلول الذي يحقن به الوريد ويصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم غير الدورة الدموية ويكون تأثيره قوي ولا يمكن الفكك منه.

وتعني هذه النظرية أن الفرد يتأثر بمضمون الوسيلة الإعلامية تأثيرا تلقائيا ومباشرا، كما يرى أصحاب ذات النظرية أن وسائل الإعلام لها تأثير قوي ومباشر على الفرد والمجتمع يكاد يبلغ حد الهيمنة. وهذا التأثير قوي وفعال مثل الرصاصة، ولا يفلت منه أحد، وكما نرى أن تأثيرها قوي وسريع ومباشر مثل تأثير رصاصة البندقية بالنسبة إلى مجتمعنا المغربي، إلا أن أثرها قصير المدى.

٢- نظرية التأثير التراكمي:-

يرى أصحاب هذا النوع من النظريات أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية، حيث يرون أن العرض الهائل للأفكار والقناعات المبنوثة عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل ملحوظ على المتلقي على مر الزمن، ومن أمثلة هذا النوع نذكر نظرية دوامة الصمت التي تقوم على فرضية: أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية، يقلل من أفراد الرأي المعارض، و تأثير هذه النظرية بطئ وطويل المدى، إلا أن أثرها كبير وقوي جدا.

٣- نظرية التعلم الاجتماعي:-

تنص نظرية باندورا والمعروفة بنظرية التعلم الاجتماعي (1973) على ان الافراد يتعلمون سلوكياتهم بملاحظة سلوكيات الآخرين وهي عملية يشار اليها بأسم التعلم بالملاحظة، وطبقاً لنظرية التعلم الاجتماعي فإن التبعيات التي تلقاها الشخصية أو النموذج تؤثر في تقليد السلوك الملاحظ من عدمه. فعندما يلقي النموذج دعماً لأفعاله، فإن السلوكيات المشابهة يكون احتمال إعتباها في الواقع أكثر مما اذا تلقت هذه السلوكيات العقاب. (34)

٤- نظرية التطعيم أو التلقيح:-

يمكن وصف هذه النظرية بأنها غرس تدريجي لما ينتقل عبر وسائل الإعلام، حيث يتأثر المتلقي دون إدراك ووعي بما تعرضه وسائل الإعلام بشكل متواصل، فيصاب بنوع من التبلد وعدم الإحساس، فتكرار المناظرة الفاضحة عبر هذه الوسائل يصنع في نفوس الناس شيئاً من اللامبالاة تجاه ما يرى في المجتمع من تبرج وفضائح. ونظرية التطعيم أو التلقيح هي جرعات من القيم الفكرية تجعل الأمور عادية وبديهية ومألوفة.

٥- نظرية التأثير على مرحلتين:-

ويقصد بهذه النظرية انتقال المعلومات والأفكار على مرحلتين: من خلال تلقي الناس للمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام، ومن خلال تفسيرات قادة الرأي لهذه المعلومات، ففي السابق كان يظن أن لوسائل الإعلام التأثير المطلق في المتلقي، إلا أن هذه النظرية تبثت عكس ذلك، فالرسائل تنتقل من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي ومن ثم إلى الجماهير، فالإعلام المباشر قد لا يؤثر فينا أو يكون تأثيره محدود، وعلى العكس من ذلك إذا انضم له قائد الرأي الذي لديه النفوذ المادي والمعنوي الذي يفسر الرسائل الإعلامية بالطريقة التي يراها، على أساس تكوينه الثقافي، وهذه النظرية تظهر بوضوح في الحملات الانتخابية ومثل هذه الأمور.

٦- نظرية تحديد الأولويات:-

تصنف نظرية تحديد الأولويات على أنها من نظريات القائم بالاتصال، ذلك لافتراض النظرية أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى. فيبدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها. ولذات النظرية تأثير قوي جداً، وذلك من خلال وسائل الإعلام التي تبث أحياناً برامج ومواضيع تعطيها حيزاً كبيراً من الوقت وتركز عليها حتى تبدو للمشاهد أنها أهم من غيرها وتجعله يهمل مواضيع أكثر منها أهمية وقيمة.

٧- نظرية حارس البوابة:-

يقصد بنظرية حارس البوابة القائمون والمسؤولون على الوسيلة الإعلامية، الذين يتحكمون بمضمون الرسالة المنشورة، فتمر الرسالة الإعلامية بعدة مراحل وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقي ليتم التقرير ما إذا كانت الرسالة التي تلقوها سوف ينقلونها أو لن ينقلونها أو ستطراً عليها بعض التغييرات والتعديلات، فينشرون ما يريدون، ويمنعون ما لا يريدون نشره.

ونظرية حارس البوابة تعني السيطرة على مكان إستراتيجي في سلسلة الاتصال، حيث يصبح لحارس البوابة أي القائم على الوسيلة الإعلامية سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، فنظرية كهذه تؤثر من ناحيتين: من ناحية المادة التي تم نشرها، ومن ناحية المادة التي تم منعها!

٨- نظرية الإشباع:-

تعني نظرية الإشباع أن الأفراد والجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل الإشباع لرغبتهم وحاجاتهم الكامنة الداخلية، حيث إن الأفراد والجمهور هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه، وأن دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات والرغبات فقط.

سادساً: المدخل النظري التي اعتمدت عليه الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على نظرية الاستخدامات والإشباع، وإن كان التوصل إليها قد تم من فترة طويلة نسبياً، إلا أنها ما زالت قادرة على استيعاب قاعدة واسعة من البحوث التي تبحث في تأثير استخدام وسائل الإعلام كظاهرة اتصالية متداخلة ومتكاملة مع ظواهر اجتماعية أخرى، الاستخدامات والإشباع، ومن مزايا هذه النظرية أنها تحقق لنا معرفة كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك لإشباع احتياجاتهم، كما أنها

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

توضح دوافع تعرض الجمهور المتلقى وأنماطه للوسائل الاعلامية، والنتائج المترتبة على ذلك، ولذلك فهي تساعدنا في فهم أهمية ومعنى استخدام وسائل الاتصال، كما أنها توفر لنا مجالاً خصباً لاختبار السلوك الاتصالي للجمهور المستقبل في تعرضه للإعلان في القنوات الفضائية الدينية، والإشباع المتحققة من هذا التعرض⁽³⁵⁾.

وتعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة⁽³⁶⁾، وتعرف أيضاً بأنها رؤية بحثية بين علماء الاتصال تدور حول ما يفعله الناس بوسائل الإعلام⁽³⁷⁾، كما تعرف بأنها تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية⁽³⁸⁾، فنظرية الاستخدامات والإشباع تسعى إلى التأكيد على أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الاعلامية التي يجب أن يتلقاها بل إن الجمهور نفسه هو الذي يحدد وسائل الإعلام التي يتعرض لها، كم يحدد طبيعة المضمون الذي يتعرض له داخل هذه الوسيلة، وعلى ذلك كان تناول الاستخدامات والإشباع كنظرية لأنها تدرس المتغيرات التي تؤثر في هذا المصطلح والعلاقة بين كل متغير وآخر وفق أسس منهجية، وتظهر النظرية إيجابية الجمهور وتعتبره جمهوراً نشطاً وليس مستقبلاً سلبياً، فالجمهور هو الذي ينتقي الوسيلة التي تناسبه، وكذلك المضمون الذي يشبع رغباته واحتياجاته النفسية والاجتماعية.

ويعتبر الغرض الأساسي من الاعتماد على هذا المدخل في مجال الدراسات الإعلامية هو التعرف على ميول جمهور وسائل الإعلام والاحتياجات التي يحاول إشباعها من خلال عملية التعرض لهذه الوسائل، وإبراز دور وسائل الاتصال الجماهيري في إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية للجمهور، مع الأخذ في الاعتبار أن جمهور وسائل الإعلام ليس سلبي في عملية التعرض بل هو جمهور نشط⁽³⁹⁾، وقد استخلص كل من الياهو كاتز وبلومر J. G Blumer & E - Katz تعريفه لمدخل الاستخدامات والإشباع في عام ١٩٥٩ في المقال الذي نشر وقتها⁽⁴⁰⁾، بأنه استراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة اتصالية معينة. ويقوم المدخل على فروض أساسية يسعى لقياسها، وهي:

١- الجمهور إيجابي ونشط في التعرض لوسائل الاتصال لإشباع حاجاته، وأن استخدامه لوسائل الإعلام هدف في حد ذاته.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٢- الجمهور لديه العديد من الاحتياجات المختلفة والتي يسعى لإرضائها من خلال التعرض لوسائل الإعلام.⁽⁴¹⁾

٣- أفراد الجمهور أنفسهم يتعرضون إلى وسيلة إعلامية محددة لإشباع احتياج معين.

٤- تتنافس وسائل الاتصال مع مصادر أخرى غير اتصالية لإشباع الاحتياجات.

٥- إطلاق الأحكام على القيم الموجودة بالمضمون الإعلامي لا يتحدد إلا عبر الجمهور.⁽⁴²⁾

تحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي⁽⁴³⁾:

١- السعى إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

٢- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

٣- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

ويربط "ألان روبن" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل Unit، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعى هي البناء Structure، ويكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة Activities، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي فى علاقته مع كل من: وسائل الاتصال، والمحتوى، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف⁽⁴⁴⁾.

وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور Gratificatios Sought، من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات التي تتحقق بالفعل، Gratification Obtained⁽⁴⁵⁾.

ويرجع الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذى توفره وسائل الإعلام لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي فى ميدان علم الاتصال^(٦٤)، حيث يقصد بالإشباعات النتائج التى يحصل عليها الأفراد نتيجة استخدام وسائل الاتصال، والمضمون المقدم بها والظرف الاجتماعى الذى تم فيه الاتصال.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

وقد توصلت العديد من الدراسات إلى أن هذه الإشباعات متنوعة ومختلفة بداية من الحصول على المعلومات ومراقبة البيئة وانتهاء بالاستخدام الاعتيادي لهذه الوسائل ولمضامينها؛ من أجل تحقيق التسلية والترفيه، وأن هذه الإشباعات المتحققة بالفعل تختلف باختلاف الوسيلة، ويتم بناء على توقع الفرد بإمكان حدوث هذا الإشباع نتيجة لاتخاذ سلوكا معيناً، وأن الأفراد بشكل عام يميلون إلى إيجاد الوسائل الإعلامية التي تحقق إشباعاتهم المرجوة.

وهناك عوامل كثيرة تؤدي إلى اختلاف الإشباعات المتحققة في التعرض لوسائل الاتصال منها ما يلي^(٤٧):

- ١- الأصول النفسية والاجتماعية للفرد المتلقى والعوامل الديموجرافية له كالسن والنوع ومستوى التعليم، فالإشباع المتحقق من مضمون واحد قد يختلف باختلاف مستوى التعليم أو السن.
- ٢- نوع المضمون الذي يتم التعرض له.
- ٣- معدل التعرض الذي يتعرض به الفرد للمضمون الاتصالي، وهو يتوقف على إمكانية التكرار ومدى إدراك الفرد لاستفادته من التكرار في إشباع حاجات جديدة.
- ٤- كيفية التعرض نفسه.
- ٥- اختلاف الوسيلة.

ويوصف الجمهور في نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنهم مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية، Socicultural أو ميول شخصية Disposition Personality؛ لاستخدام وسائل الإعلام، لتحقيق أغراض معينة تعرف بالإشباعات، فإدراك جمهور المتلقين للعائد الذي يمكن لهم الحصول عليه من تعرضهم لرسالة معينة هو الذي يقودهم إلى التعرض لهذه الرسالة، وبناء على نتائج دراسات الإشباعات فإن أعضاء الجمهور يقبلون Attend على الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيرى ليحققوا إشباعات متنوعة ومختلفة تأخذ أشكالاً عديدة مثل: الحصول على المعلومات التي يمكن أن تكون مفيدة للفرد في قيامه بدوره كمواطن إلى استهلاك هذه الوسائل "الاستخدام الطقوسى" لتحقيق الاسترخاء^(٤٨).

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

ويمكن تحديد ثلاث مراحل لتحقيق الإشباع، وهي: (٤٩)

المرحلة الأولى: التعرض لوسيلة الاتصال ينتج عنه تمضية الوقت والاسترخاء.

المرحلة الثانية: التعرض في إطار سياق اجتماعي يشبع الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي والمنفعة الاجتماعية.

المرحلة الثالثة: التعرض في إطار سياق اجتماعي لنوعية من المضمون، حيث إن كل مضمون أكثر احتمالاً لتحقيق إشباع معين أو أكثر.

ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع، فإنه يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية لاستخدام وسائل الإعلام لتحقيق نتائج خاصة بهم يطلق عليها الإشباع، ويتم ذلك في إطار الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي للفرد^(٥٠).

وقد أشار كاتز ١٩٦٠ Katz إلى أن الأفراد لديهم حاجات للفهم، فبعض الاتجاهات تنشأ نتيجة إشباعها هذه الحاجة لدى الأفراد^(٥١)

سابعاً: تساؤلات الدراسة وفروضها:

- تساؤلات الدراسة:

- ١- ما أهم وسائل الإعلام التقليدية والحديثة التي يفضلها افراد عينة الدراسة؟
- ٢- ما معدلات استخدام العينة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة؟
- ٣- ما دوافع اعتماد العينة على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؟
- ٤- ما الإشباع المتحققة من استخدام العينة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة؟
- ٥- ما التأثيرات الناتجة على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
- ٦- ما اتجاهات عينة الدراسة نحو التأثيرات الاجتماعية والنفسية السلبية والإيجابية الناتجة على اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؟

- فروض الدراسة:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة تبعاً للمتغيرات الديمجرافية.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات دوافع اعتماد المراهقين على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومعدلات التأثيرات الاجتماعية والنفسية الإيجابية الناتجة عن هذا الاعتماد.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام عينة الدراسة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومعدلات التأثيرات الاجتماعية والنفسية السلبية الناتجة عن هذا الاعتماد.

ثامناً: تعريف مفاهيم الدراسة:

التأثير والأثر الإعلامي: يعد التأثير من أهم أهداف الاتصال، فنحن نتصل ببعضنا لنؤثر، ولكن قياس الأثر ومداه أمر ليس من السهولة بمكان. وصعوبة قياس الأثر ودراسته ناجمة عن تداخل تأثير الاتصال بتأثيرات أخرى محيطة بالإنسان كالمؤسسات الاجتماعية ومنظمات التنشئة الاجتماعية. وبالنسبة للاتصال المباشر (الاتصال الفردي والجمعي والجماهيري) فيمكن معرفة رد الفعل والتأثير حيث يمكن رصد التأثير ومعرفة الاتجاهات المختلفة للرسالة الاتصالية. ولكن الصعوبة تكمن في حالة الاتصال الجماهيري الواسع حيث أنه من الصعب قياس رجوع الصدى ومدى تأثر الجمهور بمضمون الرسالة إلا بعد إجراء استطلاعات ودراسات حول الموضوع.

ونقصد بالأثر الإعلامي في الدراسة هو ما يحدث من تغيرات على المتلقي نتيجة اعتماده على وسائل الإعلام، وتعلمه شيئاً من محتوى الرسالة، أو تبنيه اتجاهها جديداً، أو تخليه عن اتجاهات كانت لديه سابقاً، أو تعديل اتجاه معين.

التأثيرات الاجتماعية: تعرفها الباحثة إجرائياً إنها تلك التأثيرات التي تعرضت لها البنية الاجتماعية بك ما تضمنه من عناصر ومكونات تتمثل في أنساق العلاقات الاجتماعية والأسرية، هذا بالإضافة الى التغيير في الأدوار الاجتماعية داخل النسق المجتمعي.

التأثيرات النفسية: تعرفها الباحثة إجرائياً أنها كافة التأثيرات النفسية التي تحدث للفرد سواء كانت سلبية أو إيجابية جراء استخدام وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الرقمية،

تاسعاً: نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وسوف تعتمد الدراسة على منهج المسح كمنهج أساسي لجمع البيانات حول استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والنفسية عليهم، كما قامت الباحثة بالاستعانة بالمنهج المقارن لمحاولة رصد الفروق بين تأثيرات كلا من الوسائل التقليدية والحديثة ودوافع استخدامها والإشباع المتحققة منها.

عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية في سحب العينة وقد طبقت الدراسة على عينة من الجمهور المصري العام قوامها ٣٠٠ مفردة من محافظتي القاهرة والجيزة تتراوح أعمارهم من سن ١٥ سنة فيما فوق، وقد طبقت الدراسة الميدانية في الفترة من يناير ٢٠٢٠ إلى مارس ٢٠٢٠، بينما تمثل الإطار الزمني للدراسة ستة أشهر من نوفمبر ٢٠١٩ إلى نهاية إبريل ٢٠٢٠.

مبررات اختيار عينة الدراسة:

- اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية لقياس مدى تأثير وسائل الإعلام المختلفة عليهم.
- تم تطبيق الدراسة على عينة من الجمهور العام نظراً لان طبيعة موضوع الدراسة يتعلق بالتأثيرات السلبية والإيجابية التي يخلفها الإعلام سواء التقليدي أو الرقمي على الجمهور على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- تم اختيار محافظتي القاهرة والجيزة نتيجة الاختلاف في النسق الثقافي في كل منها ففي الوقت الذي تعتبر القاهرة العاصمة ويتميز سكانها بالانفتاح القوى على وسائل الإعلام خاصة الرقمية، نجد أن محافظة الجيزة تحتوى على عدد من القرى الريفية التي يختلف نسقها القيمي عن المدن في الجيزة والقاهرة.

حادي عشر: أدوات الدراسة:

تمثلت أدوات جمع البيانات للدراسة في أستبيان يجيب عنه عينة من العينة لجمع بيانات المبحوثين عبر إجراء المقابلة المباشرة معهم In-person Survey وإعطائهم إستمارة الإستبيان للإجابة عن الأسئلة الخاصة بموضوعية، كما تم توزيع بعض النسخ الإلكترونية من خلال تحويلها الى نموذج إلكتروني بإستخدام برنامج جوجل درايف Google Drive وتوزيعها إلكترونياً لبعض الفئات التي صعب إجراء مقابلة معهم نتيجة وجود بعض الصعوبات الخاصة بتطبيق الحظر في كافة ارجاء الدولة لمواجهة تداعيات فيروس كورونا المستجد، والإستبيان هو أداة للحصول على بيانات تعبر عن إستجابات المبحوثين على عدد من الأسئلة / البنود المكتوبة، وقد تم إعداد استمارة الاستبيان بحيث تغطي كافة الأهداف التي حددتها الدراسة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

تصميم استمارة الاستبيان:

- قامت الباحثة بتصميم صحيفة الإستبيان من خلال الخطوات الآتية:
- ١- تحديد الهدف من الدراسة الميدانية والذي تمثل في التعرف على التأثيرات الإجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على عينة من الجمهور المصري.
 - ٢- تحديد أسئلة وبنود المقاييس والتي تخدم الدراسة وتساعد في الإجابة على تساؤلاتهم.
 - ٣- صياغة أستمارة الإستبيان بشكل مبدئي من خلال التساؤلات وأهداف الدراسة وذلك الى جانب الإطلاع على الدراسات السابقة.
 - ٤- عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال علوم الإعلام وذلك لأبداء آرائهم فيها وذلك للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقق أهدافها، وإقتراح تعديلاتهم عليها.
 - ٥- إجراء الثبات وذلك للتأكد من إجراء التحليل وذلك حسب درجة الثبات.
 - ٦- صياغة الإستمارة بصورتها النهائية بعد إجراء التعديلات التي أقرتها الأساتذة المحكمين.
 - ٧- تطبيق الإستمارة على الجمهور عينة الدراسة، وذلك للخروج بنتائج الدراسة.

ثاني عشر: اختبار الصدق والثبات لأستمارة الاستبيان:

أ- اختبار الصدق

- ويعنى أن الأداة- المقياس أو الأختبار تبدو بوضوح على إنها تقيس الموضوع الذي صممت لقياسه، وأن مضمون الأداة يبدو أنه يتفق تماماً مع الغرض منه، وقد تم قياس صدق الأداة من خلال ما يلي:
- فحص بالغ الدقة لأداة جمع البيانات من حيث المحتوى والصياغة اللغوية، بحيث تكون لغة البنود / الأسئلة ومحتواها والاستجابات عليها تبدو أنها تقيس الموضوع المراد قياسه، وتكون مقبولة وواضحة للمتخصصين والمفحوصين على السواء.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

- عرض الاستمارة على عدد من المحكمين المتخصصين ذات الصلة بالمشكلة البحثية من أساتذة الجامعات للتأكد أن أسئلة الاستبيان تحقق أهداف الدراسة، وأنها تقيس ما أعدت لقياسه بالفعل، والتأكد من صدقها وصلاحيتها.
 - تم تعديل بعض الأسئلة من حيث الحذف والإضافة طبقاً لآراء بعض السادة المحكمين، ثم صياغتها استمارة الإستبيان في صورتها النهائية وقام الباحث بإجراء التعديلات والتغيرات اللازمة تبعاً لملاحظاتهم لتكون الإستمارة قابلة للتطبيق.
- ب- اختبار الثبات

الثبات معناه أن تكرر تطبيق الإستبيان على نفس وحدة التحليل يؤدي الى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بتطبيق تلك الأداة، وقد إعتمدت الباحثة على أسلوب تطبيق الإستمارة ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى Test-Re-Test بعد فترة زمنية مدتها ١٥ يوم وذلك من خلال توزيع الاستبيان مرة أخرى على عينة تبلغ ٣٠ مفردة من عينة الدراسة بواقع ١٠% من إجمالي العينة وتحليلها، وقد حققت النتيجة نسبة توافق أكثر من ٨٠%.

المقاييس الإحصائية المستخدمة في معالجة البيانات:-

تمت المراجعة الميدانية لصحيفة الاستبيان ثم ترميز الإجابات وإدخالها الحاسب الآلي من خلال برنامج SPSS الإحصائي وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية :

- التكرارات والنسب البسيطة.
- اختبار T.Test لحساب الفروق بين متوسطات مجموعتين.

(١) الأساتذة المحكمون:

- أ.د/ حنان جنيد أستاذ العلاقات العامة الإعلان ووكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.د/ رزق سعد أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة مصر الدولية.
- أ.د/ محمد محفوظ الزهري أستاذ العلاقات العامة والإعلان ووكيل كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي.
- أ.د/ جمال النجار رئيس قسم الصحافة والإعلام بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات جامعة الأزهر.
- أ.د/ مني عبدالجليل رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات جامعة الأزهر.
- أ.د/ نهلة الحوراني أستاذ العلاقات العامة المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنصورة.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

- تحليل التباين أحادي الاتجاه One way Anova لحساب دلالة الفروق بين المجموعات.
- المقارنات البعدية بطريقة اقل فرق معنوى (LSD) للمقارنة بين المتوسطات المتعددة.
- المتوسط الحسابي .
- الإنحراف المعياري
- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation Coefficient
- معامل ارتباط الرتب لسبيرمان Spearman Correlation Coefficient

نتائج الدراسة:

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	المجموع	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	المتغير	
%١٠٠	٣٠٠	١.٥٩٦٧	٤٠.٣	١٢١	ذكر	النوع
			٥٩.٧	١٧٩	أنثى	
%١٠٠	٣٠٠	١.٧٦٦٧	٣٨.٠	١١٤	من ١٥ الى اقل من ٢٥ سنة	السن
			٤٧.٣	١٤٢	من ٢٥ الى اقل من ٣٥ سنة	
			١٤.٧	٤٤	٣٥ سنة فأكثر	
%١٠٠	٣٠٠	١.٨٧٦٧	٢٧.٧	٨٣	متوسط	المؤهل الدراسي:
			٥٧.٠	١٧١	جامعي	
			١٥.٣	٤٦	فوق الجامعي	
%١٠٠	٣٠٠	٢.٣٣٣٣	٦.٧	٢٠	١٠٠٠ الى اقل من ٢٠٠٠	متوسط الدخل تقريبا
			٥٣.٣	١٦٠	٢٠٠٠ الى اقل من ٤٠٠٠ جنية	
			٤٠.٠	١٢٠	٤٠٠٠ جنية فأكثر	
%١٠٠	٣٠٠	٢.١٠٦٧	١٨.٧	٥٦	شقة ايجار قديم	السكن
			٥٢.٠	١٥٦	شقة ايجار جديد	
			٢٩.٣	٨٨	شقة تملك	
%١٠٠	٣٠٠	٢.١٣٦٧	١٨.٧	٥٦	قرية	مكان السكن
			٤٩.٠	١٤٧	حي شعبي	
			٣٢.٣	٩٧	حي راقى	

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

هدفت الدراسة الى التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة على عينة من الجمهور لذلك تم التطبيق على عينة عشوائية من داخل جمهورية مصر العربية في محافظتى القاهرة والجيزة، وتم التطبيق على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة، وقد تنوعت العينة من حيث النوع فقد تكونت من ١٢١ من الذكور بنسبة ٤٠.٣% من اجمالى العينة، و١٧٩ مفردة من الاناث بنسبة ٥٩.٧% ويبدو منطقيا ان تكون اعداد الإناث أكبر من الذكور وذلك يرجع إلى التكوين الاجتماعى لسكان جمهورية مصر العربية اذا يزيد اعداد الاناث عن الذكور، كما تراوحت اعمار العينة ١٥ عام فأكثر وقد قسمت الباحثة هذه الاعمار الى ثلاث فئات تراوحت الأولى من ١٥ سنة الى اقل من ٢٥ سنة وقد بلغت نسبتهم ٣٨% من اجمالى العدد الكلى للعينة، وتراوحت الاعمار في الفئة الثانية من ٢٥ الى اقل من ٣٥ سنة وقد بلغت نسبتها ٤٧.٣%، بينما تراوحت اعمار الفئة الأخيرة من ٣٥ سنة فأكثر وبلغت نسبتها ١٤.٧%، كما قد تنوعت من حيث المؤهل الدراسي لكل مفردة، وكما يبدو من بيانات الجدول فإن المؤهل الجامعي يحتل النسبة الأكبر من بين مفردات العينة اذا بلغ نسبة ٥٧% اى أكبر من نصف عدد العينة، يليه المستوى المتوسط (التعليم الفني والثانوي) بنسبة ٢٧.٧%، بينما احتل اصحاب المؤهلات العليا الدراسية (ما بعد الجامعي) وهم دراسى الماجستير والدكتوراة والدبلومات المتخصصة وكان عددهم ٤٦ مفردة بنسبة ١٥.٣% من اجمالى عدد العينة. ونتيجة لإختلاف المستوى الإقتصادي بين الفئات المختلفة داخل جمهورية مصر العربية فقد عمدت الباحثة الى الاستناد الى تقسيم العينة من حيث متوسط الدخل الشهري للأسرة للوقوف على المستوى الإقتصادي لكلاً منها وقد قسمت العينة على حسب متوسط الدخل الى الفئة الاولى والتي يتراوح فيها الدخل من ١٠٠٠ الى اقل من ٢٠٠٠ جنية وقد بلغت نسبتها ٦.٧%، بينما تراوح متوسط الدخل في الفئة الثانية من ٢٠٠٠ الى اقل من ٤٠٠٠ جنية بنسبة ٥٣.٣% اى اكثر من نصف العينة، بينما تراوحت متوسطات الدخل في الفئة الثالثة من ٤٠٠٠ جنية فأكثر وقد بلغت نسبتها ٤٠% من اجمالى العينة وقد ارجعت الباحثة زيادة نسبة الافراد في الفئة الثالثة الى زيادة الأجور في الفترة الأخيرة او امكانية تواجد عدد اكبر من الافراد العاملين في الاسرة الواحدة، وقد تنوعت الاحياء التى يعيش بها افراد العينة حيث تم تطبيق الدراسة في محافظتى القاهرة والجيزة وحيث ان هذه المحافظات تحتوى على قرى واحياء شعبية واخرى راقية فقد عمدت الباحثة الى تقسيم العينة حسب مكان الإقامة الى ثلاث مناطق وهي سكان القرى وبلغت نسبتهم ١٨.٧% من

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

اجمالي العينة، ثم سكان الأحياء الشعبية ويبلغون ٤٩% اي حوالى نصف عدد العينة (وكان اغلبهم من حي شبرا وحى المرج وحى امبابية)، بينما بلغ عدد ساكنى الاحياء الراقية ٣٢.٣% من اجمالى العينة (اغلبهم من سكان مصر الجديدة ومدينة نصر و٦ أكتوبر)

جدول رقم (٢)

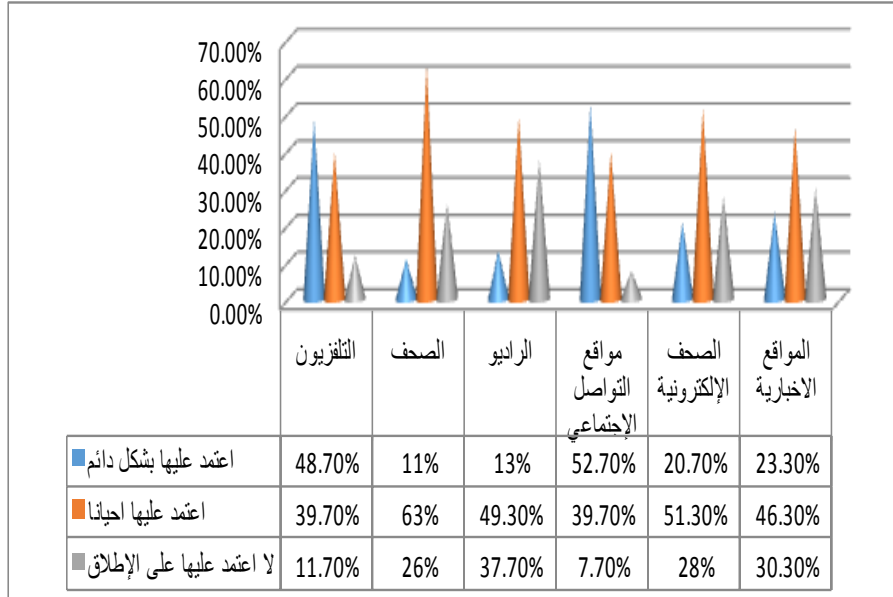
مدى اعتمادك على الوسائل الأتية في حياتك اليومية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الاعتماد/ ن = ٣٠٠						العبارات
		لا اعتمد عليها اطلاقا		احياناً اعتمد عليها		اعتمد عليها بشكل دائم		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦٨٤١٠	٢.٣٧٠٠	١١.٧	٣٥	٣٩.٧	١١٩	٤٨.٧	١٤٦	التلفزيون
٠.٥٩٠٤٨	١.٨٥٠٠	٢٦.٠	٧٨	٦٣.٠	١٨٩	١١.٠	٣٣	الصحف
٠.٦٦٨٨١	١.٧٥٣٣	٣٧.٧	١١٣	٤٩.٣	١٤٨	١٣.٠	٣٩	الراديو
٠.٦٣٤١٧	٢.٤٥٠٠	٧.٧	٢٣	٣٩.٧	١١٩	٥٢.٧	١٥٨	مواقع التواصل الإجتماعي
٠.٦٩٤٩١	١.٩٢٦٧	٢٨.٠	٨٤	٥١.٣	١٥٤	٢٠.٧	٦٢	الصحف الإلكترونية
٠.٧٣٠٤٤	١.٩٣٠٠	٣٠.٣	٩١	٤٦.٣	١٣٩	٢٣.٣	٧٠	المواقع الاخبارية

تشير بيانات الجدول السابق الى الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها افراد العينة بشكل كبير مرتبين حسب نسبة الاعتماد، وكما يبدو من بيانات الجدول فقد تراوحت المتوسطات الحسابية لاعتماد العينة على الوسائل المختلفة من (١.٧٥ : ٢.٤٥) كان اعلاها وفي المقدمة مواقع التواصل الإجتماعي صاحبة اعلى متوسط حسابي والذي بلغ ٢.٤٥ وبلغ الانحراف المعياري لها ٠.٦٣، بينما يأتي في المرتبة الثانية التلفزيون بمتوسط حسابي ٢.٣٧ وانحراف معياري يقدر ب ٠.٦٨، وتأتي المواقع الإخبارية على الإنترنت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدرة ١.٩٣ ثم الصحف الإلكترونية ١.٩٢ وفي المرتبة الخامسة تأتي الصحف بنسبة ١.٨٥ ثم الراديو في نهاية الوسائل بنسبة ١.٧٥. وتبدو نتائج الجدول منطقية من وجهة نظر العينة فمنذ ان ظهرت مواقع التواصل الإجتماعي وأصبح الإعتماد عليها من قبل الجمهور أكثر من أى وسيلة أخرى كما جاء ذلك في العديد من الدراسات التي تناولت إستخدامات الإنترنت واعتماد الافراد عليه، ومنهم،

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

وترى الباحثة أنه يبدو منطقياً أن تأتي نسبة الإعتماد على مواقع التواصل الإجتماعي تكون أكثر من الإعتماد على التلفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية فقد جمعت مواقع التواصل الإجتماعي بين مميزات الوسائل الأخرى كلها مثل التسلية والأخبار والتفاعل والإنتشار والتواصل الإجتماعي المجاني بين الأفراد فضلاً عن توفرها في كافة الأوقات بين يدي المستخدمين عن طريق التليفون المحمول وليست مرتبطة بالمكان والأسلاك وكبر حجم الجهاز كما هو الحال بالنسبة للتلفزيون وليس مكلف كما هي الصحف فضلاً انها قد اتاحت مميزات جميع الوسائل في وسيلة واحدة فمن خلالها يمكن متابعة أخبار العالم ومشاهدة الدراما والتواصل وسماع المقاطع الغنائية والموسيقى وغيرها.



شكل رقم (١)

مدى اعتماد افراد العينة على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة

أولاً: عادات وانماط استخدام العينة لوسائل الإعلام التقليدية:-

١- مدى اعتماد العينة على الوسائل التقليدية والحديثة في حياتهم اليومية:-

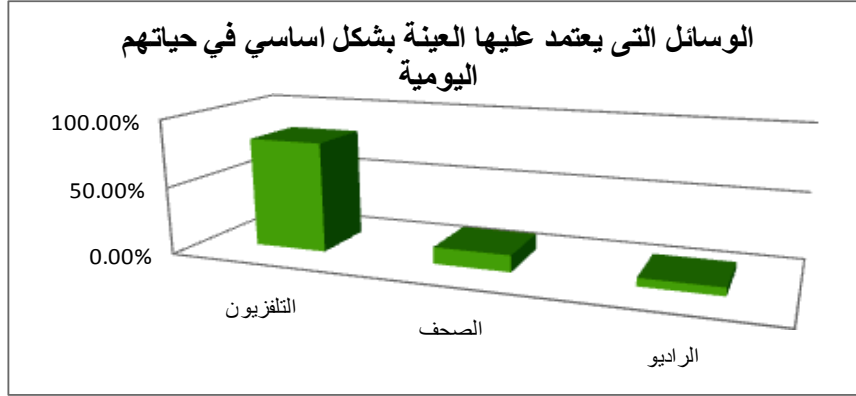
جدول رقم (٣)

أياً من هذه الوسائل تعتمد عليها بشكل اساسي في حياتك اليومية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الوسيلة
٠.٥٥٢٣٩	١.٢٤٣٣	٨١.٧	٢٤٥	التلفزيون
		١٢.٣	٣٧	الصحف
		٦.٠	١٨	الراديو
		%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق نسبة الإعتماد على الوسائل التقليدية وأكثر وسيلة يعتمد عليها افراد العينة في حياتهم اليومية وقد جاء التلفزيون على رأسها كأكثر الوسائل التي تعتمد عليها العينة بشكل كبير فكما يبدو من نتائج الجدول فإن نسبة ٨١.٧% من العينة يفضلون الإعتماد على التلفزيون وهذه النتيجة تبدو منطقية بشكل كبير فقل ظهور الإنترنت كان التلفزيون يحتل المرتبة الأولى بالنسبة للوسائل الإعلامية وهو الوسيلة الأكثر شعبية بين الوسائل التقليدية الى الآن، ويعتمد ١٢.٣% من افراد العينة على الصحف وتتوقع الباحثة انهم يكونوا من أصحاب الأعمال الكبيرة حيث تعد الصحف من أفضل وسائل الإعلام بالنسبة لهم، بينما يأتي الراديو في المرتبة الثالثة والأخيرة من بين وسائل الإعلام التقليدية بنسبة ٦% وقد قال هؤلاء ان طبيعة عملهم تجعلهم يعتمدون على الراديو لمعرفة الأخبار والاحداث اليومية لان معظم يومهم يقضونه في سياراتهم او في المواصلات العامة مما يجعلهم يميلون أكثر لاستخدام الراديو.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة



شكل رقم (٢)

جدول رقم (٤)

المواقع تعتمد عليها بشكل اساسي في حياتك اليومية

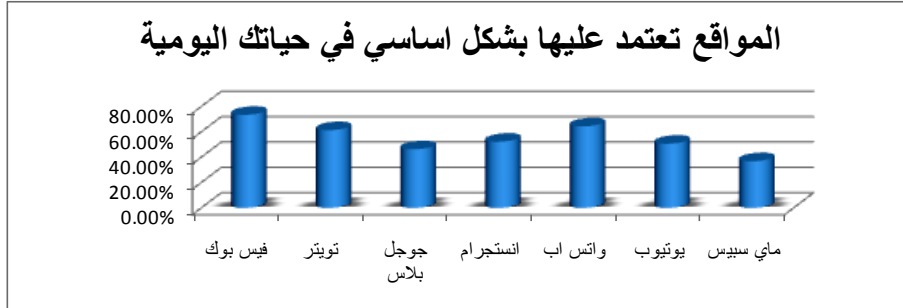
النسبة من عدد مفردات العينة	النسبة من إجمالي التكرارات	التكرارات	المواقع الإلكترونية
٧٣.٥	١٩.١	٢١٩	فيس بوك
٦١.٤	١٥.٩	١٨٣	تويتر
٤٦.٣	١٢.٠	١٣٨	جوجل بلاس
٥٢.٣	١٣.٦	١٥٦	انستجرام
٦٤.٤	١٦.٧	١٩٢	واتس اب
٥٠.٧	١٣.١	١٥١	يوتيوب
٣٦.٩	٩.٦	١١٠	ماي سبيس
٣٨٥.٦	١٠٠.٠	١١٤٩	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق الى الوسائل الحديثة التي يعتمد عليها افراد العينة في حياتهم اليومية وقد اقتصرت الباحثة على مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لكثرة الوسائل الحديثة الأخرى كما ان مواقع التواصل الاجتماعي تضم عدد كبير من الوسائل الحديثة (مثل ان يكن لكل صحيفة او قناة او محطة إذاعية او موقع الكتروني صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي) وبالتالي سوف تفي تلك المواقع بغرض البحث، وتم مواقع التواصل الاجتماعي عدة مواقع مثل الفيسبوك والتويتر واليوتيوب والانستجرام وماي سبيس

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

والواتس اب والويكي وغيرها من المواقع، وفي هذا التساؤل ونظراً لتعدد المواقع على عكس الوسائل التقليدية فقد اعطت الباحثة للمبحوثين حرية الإختيار لأكثر من موقع (حيث تقع جميعها تحت مسمى مواقع التواصل الإجتماعي) وكما يبدو من نتائج الجدول فإن عدد التكرارات قد بلغ ١١٤٩ تكرار للعينة التي قوامها ٣٠٠ مفردة مما يعنى اختيار كل مفردة حوالى ثلاث او اربع مواقع هي الأفضل بالنسبة له وهي الأكثر إستخداماً عنده، ومن بين عدد المواقع الإجتماعية يأتي الفيس بوك الموقع الإجتماعي الأشهر من بين المواقع الإجتماعية بنسبة بلغت ٧٣.٥% من إجمالي العينة وقد بلغت عدد التكرارات الخاصة به ٢١٩ من بين ١١٤٩ تكرار، وعلى الرغم من ظهور العديد من المواقع في الفترة الأخيرة الا ان الفيس بوك يظل يحتل المرتبة الأولى بينها حيث يجمع ما بين مميزات المواقع الأخرى (فهو موقع لنشر اليوميات مثل تويتر وموقع لنشر الصور كالانستجرام ونشر الفيديوهات كاليوتيوب مع امكانية اجراء المحادثات اليومية النصية والمصورة باستخدام موقع ماسنجر المرتبط به وفضلاً عن ذلك استخدامه لعرض الاخبار والاحداث الجارية واخبار ذوى الرأى والسياسيين والقاده وغيرها من المميزات) وبالتالي فلا عجب ان يكون هذا الموقع هو الأكثر شهره والأكثر تداولاً بين افراد العينة، ويقع في المرتبة الثانية موقع الواتس اب وهو موقع للشات والرسائل النصية المكتوبة ورسائل الفيديو والمقاطع الفلمية المصورة وقد بلغت نسبة الإعتماد عليه ٦٤.٤% من إجمالي عدد العينة الكلي و١٦.٧% من العدد الكلي للتكرارات، وفي المرتبة الثالثة يأتي موقع تويتر وهو موقع اجتماعي له بعض مميزات الفيس بوك كما يعد الأشهر في بعض البلدان مثل امريكا، وقد بلغت نسبته ٦١.٤% من إجمالي عينة الدراسة و١٥.٩% من اجمالي العدد الكلي للتكرارات، وفي المرتبة الرابعة يأتي موقع الانستجرام موقع الصور الأكثر شهره على كافة مواقع التواصل الإجتماعي ويستخدم موقع الانستجرام لعرض الصور والفيديوهات الخاصة على الصفحات الشخصية للمستخدمين كما يتيح امكانية ارسال الرسائل المكتوبة والمصورة الى الاصدقاء ولكنه لا يتيح كتابة اي نصوص الا في جزء التعليقات الخاصة بالمنتشر وقد بلغت نسبة من يستخدم الانستجرام من افراد العينة ٥٢.٣%، يلي ذلك موقع اليوتيوب بنسبة ٥٠.٧% وهو موقع الفيديوهات الأول وهو خاص فقط بعرض الفيديوهات المختلفة كما يمكن المستخدمين من انشاء قنوات خاصة بهم لرفع الفيديوهات التي يردونها، ثم جوجل بلاس ٤٦.٣% واخيراً ماي سبيس ٣٦.٩% من اجمالي العينة.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة



شكل رقم (٣)

٢- المدة الزمنية التي اعتمد فيها افراد العينة على الوسائل التقليدية والحديثة:-

جدول رقم (٥)

متى و انت تعتمد على تلك الوسائل في حياتك اليومية

الوسائل الحديثة (مواقع التواصل الإجتماعي)				الوسائل التقليدية (التلفزيون)				الوسائل الاعلامية المدة الزمنية
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	
٠.٥٣٣١٨	٢.٧٠٠٠	٣.٧	١١	٠.٣٢١٥٦	٢.٨٨٣٣	-	-	أقل من عامين
		٢٢.٧	٦٨			١١.٧	٣٥	من عامين الى اقل من خمسة اعوام
		٧٣.٧	٢٢١			٨٨.٣	٢٦٥	خمسة اعوام فأكثر
		%١٠٠	٣٠٠			%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

- الوسائل التقليدية: تشير بيانات الجدول التالي الى المدة الزمنية التي اعتمد فيها افراد العينة على الوسائل التقليدية (عدد السنوات التي استخدم فيها الوسيلة) وقد جاءت مدة خمسة اعوام فأكثر في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة بلغت ٨٨.٣% بينما بلغت المدة من عامين الى اقل من خمس اعوام ١١.٧% ولم تسجل فترة أقل من عامين اي تكرارات تذكر من جانب العينة وقد بلغ المتوسط الحابي للعينة ٢.٨٨، بينما بلغ الانحراف المعياري ٠.٣٢.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

- **الوسائل الحديثة:** تشير بيانات الجدول التالي الى المدة الزمنية التي اعتمد فيها اللعينة على الوسائل الحديثة (مواقع التواصل الإجتماعي) وقد جاءت أيضاً المدة الأطول من خمس اعوام فأكثر في بداية المدة التي إعتد عليها العينة في متابعة الوسائل الحديثة بنسبة ٧٣.٧% تليها المدة الأوسط من عامين الى اقل من خمسة اعوام بنسبة ٢٢.٧% ثم المدة الأقل من عامين بنسبة ٣.٧%، وبلغ المتوسط الحسابي ٢.٧٠ والانحراف المعياري ٠.٥٣.

وتلاحظ الباحثة ارتفاع في متوسط كلاً من الوسيلتين حيث بلغ متوسط الوسائل التقليدية ٢.٨٨ بينما بلغ المتوسط للوسائل الحديثة ٢.٧٠ وترجع الباحثة ذلك لقدم الوسائل التقليدية عن الوسائل الحديثة، فالتلفزيون موجود في كل المنازل المصرية منذ فترة التسعينات بينما تعد وسائل التواصل الإجتماعي وسائط حديثة بالنسبة للبعض وبالتالي فإن المدة الزمنية تختلف للوسيلتين على الرغم من تصدر المدة الأكبر لدى النوعين.

٣- متوسط عدد الساعات التي يستخدم فيها العينة الوسائل الاعلامية:

جدول رقم (٦)

متوسط اعتمادك على الوسائل الاعلامية في اليوم الواحد

الوسائل الحديثة (مواقع التواصل الإجتماعي)		الوسائل التقليدية (التلفزيون)				الوسائل الاعلامية عدد الساعات		
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المنوية	التكرارات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		النسبة المنوية	التكرارات
		١٠.٧	٣٢			-	-	أقل من ساعة
		٢٩.٠	٨٧			١١.٠	٣٣	من ساعة الى ثلاث ساعات
		٦٠.٣	١٨١			٨٩.٠	٢٦٧	ثلاث ساعات فأكثر
		%١٠٠	٣٠٠			%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي
٠.٦٨١٨٢	٢.٤٩٦٧			٠.٣١٣٤١	٢.٨٩٠٠			

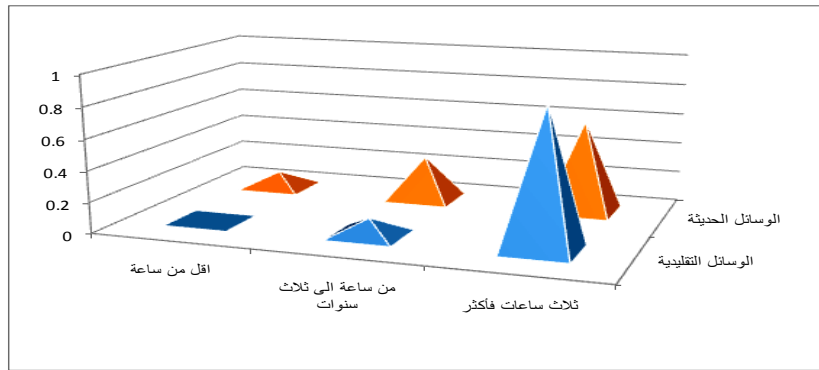
التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

يشير بيانات الجدول السابق الى عدد متوسط عدد الساعات التي يقضيها افراد العينة في متابعة الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة ومن خلال الجدول السابق يلاحظ ان:

- الوسائل التقليدية: يلاحظ من خلال الجدول ان فترة ثلاث ساعات فأكثر جاءت في مقدمة الفتره التي يقضيها العينة امام شاشات التلفزيون بنسبة بلغت ٨٩% من إجمالي عدد العينة في المرتبة الأولى تليها الفترة من ساعة الى اقل من ثلاث ساعات يومياً ونسبتها ١١% من اجمالي العينة، بينما لم تسجل الفترة اقل من ساعة أى تكرارات من افراد العينة.
- الوسائل الحديثة: يلاحظ من الجدول ايضاً احتلال فترة ثلاث ساعات فأكثر في مقدمة عدد الساعات التي يقضيها افراد العينة في متابعة مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة بلغت ٦٠.٣% من افراد العينة، وتأتى الفترة من ساعة الى اقل من ثلاث ساعات في المرتبة الثانية بنسبة ٢٩% بينما تأتى فترة أقل من ساعة يومياً نسبة ١٠.٧%.

لاحظت الباحثة ان المتوسط الحسابي للوسائل التقليدية كان اكبر من المتوسط الخاص بالوسائل الحديثة حيث بلغ الاول ٢.٨٩ وبلغ الثاني ٢.٤٩ ويرجع ذلك الى وجود نسبة ١٠.٧% من اجمالي العينة تتابع مواقع التواصل الإجتماعي في الفترة اقل من ساعة وقد تفسر ذلك الباحثة حيث ان العينة تحتوى على عدد ممن يزيد اعمارهم عن ٣٥ عاماً حيث ان الفئات الأكبر عمراً تميل للوسائل التقليدية أكبر من الوسائل الحديثة، وخاصة الأمهات حيث تفضل متابعة شاشات التلفزيون أكثر من الوسائل الحديثة.

وقد تشابهت نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت اليه دراسات كلاً من



شكل رقم (٤)

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٤ - متوسط عدد الايام التي يستخدم فيها العينة الوسائل الاعلامية:

جدول رقم (٧)

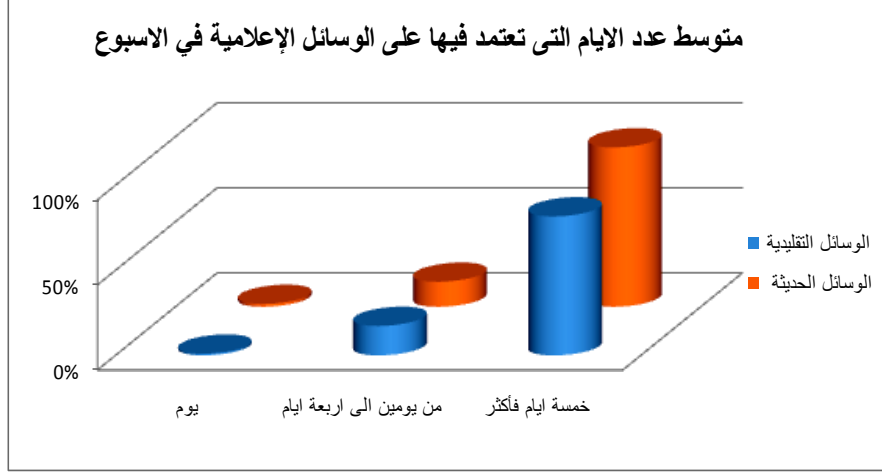
متوسط عدد الايام التي تعتمد فيها على الوسائل الإعلامية في الاسبوع

الوسائل الحديثة (مواقع التواصل الاجتماعي)				الوسائل التقليدية (التلفزيون)				الوسائل الإعلامية عدد الايام
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	
٠.٤٢٦٠٧	٢.٨٢٠٠	١.٧	٥	٠.٤٢٠١٧	٢.٨٠٦٧	١.٠	٣	يوم
		١٤.٧	٤٤			١٧.٣	٥٢	من يومين الى اربعة ايام
		٨٣.٧	٢٥١			٨١.٧	٢٤٥	خمس ايام فأكثر
		%١٠٠	٣٠٠			%١٠٠	٣٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق الى متوسط عدد الايام التي يقضيها افراد العينة في متابعة الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة في الاسبوع ومن الجدول التالي يلاحظ:

- الوسائل التقليدية: من خلال بيانات الجدول يلاحظ اعتلاء فترة خمسة ايام فأكثر قمة قائمة عدد الايام التي يقضيها العينة في متابعة الوسائل التقليدية بنسبة ٨١.٧% تليها نسبة عدد الايام من يومين الى اربعة ايام ١٧.٣% وأخيراً من يتابع الوسائل الاعلامية يوم واحد فقط اسبوعياً بنسبة ضئيلة جدا بلغت ١% من اجمالي العينة.
- الوسائل الحديثة: يلاحظ من الجدول ايضاً ان نسبة من يتابع مواقع التواصل الاجتماعي خمس ايام فأكثر بلغت ٨٣.٧% تليها نسبة من يتابعها يومين الى اربعة ايام ١٤.٧% واخيراً من يتابعها يوم واحد اسبوعياً ١.٧% من اجمالي عدد العينة.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة



شكل رقم (٥)

٥- دوافع استخدام العينة للوسائل التقليدية والحديثة في حياتهم اليومية والإشباع المتحققة منه:-

جدول رقم (٨)

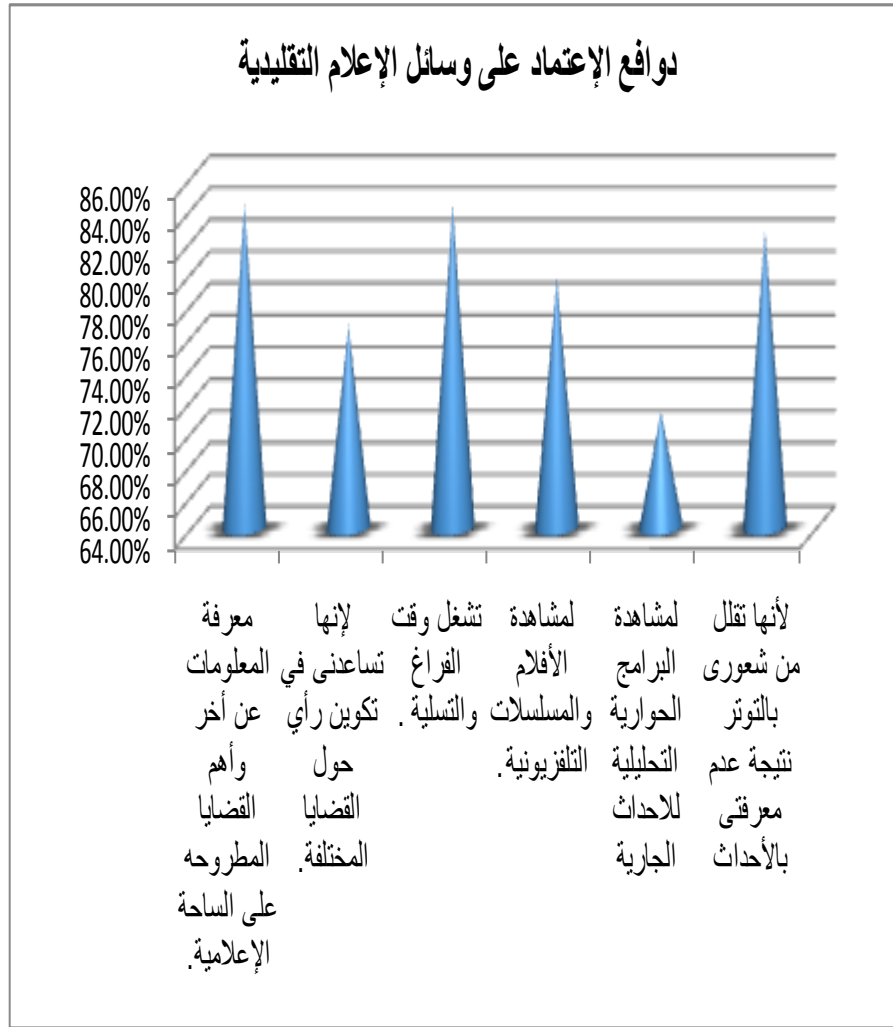
دوافع استخدام الوسائل التقليدية في حياتك اليومية

النسبة من عدد مفردات العينة	النسبة من إجمالي التكرارات	التكرارات	دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية
٨٤.٣	١٧.٦	٢٥٣	- معرفة المعلومات عن آخر وأهم القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية.
٧٦.٧	١٦.٠	٢٣٠	- لأنها تساعدني في تكوين رأي حول القضايا المختلفة.
٨٤.٣	١٧.٦	٢٥٣	- تشغل وقت الفراغ والتسلية.
٧٩.٧	١٦.٦	٢٣٩	- لمشاهدة الأفلام والمسلسلات التلفزيونية.
٧١.٣	١٤.٩	٢١٤	- لمشاهدة البرامج الحوارية التحليلية للأحداث الجارية
٨٢.٧	١٧.٣	٢٤٨	- لأنها تقلل من شعوري بالتوتر نتيجة عدم معرفتي بالأحداث
٤٧٩.٠	١٠٠.٠	١٤٣٧	الإجمالي

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

تشير بيانات الجدول السابق الى دوافع استخدامات العينة للوسائل التقليدية ولما كانت دوافع الافراد متعددة فقد اتاحت الباحثة حرية الاختيار لأكثر من بديل من الخيارات المتاحة، وكما تشير بيانات الجدول بلغت عدد التكرارات ١٤٤٧ تكرار، للعينة الاجمالية البالغة ٣٠٠ مفردة، جاء في مقدمتها دافعي معرفة المعلومات عن آخر وأهم القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية ودافع تشغل وقت الفراغ والتسلية بنسبة ٨٤.٣% من اجمالى العينة و ١٧.٦% من اجمالى عدد التكرارات وهنا ترى الباحثة تساوى الدافع المعرفية جنباً الى جنب دوافع الترفية وقضاء وقت الفراغ وهي أهم وظائف الاعلام التقليدي من وجهة نظر العينة فبينما يكونوا في حاجة لمعرفة الاخبار وما يحاط بهم من احداث فهم ايضاً يريدون التسلية وقضاء وقت الفراغ والتلفزيون كوسيلة إعلامية تتميز بتقديم هذه الادوار من خلال ما نتيحة من برامج ونشرات اخبارية على مدار الساعة وفي معظم القنوات الحكومية والخاصة، كما تتيج اشكال عديدة للتسلية منها برامج المنوعات والمسابقات والبرامج الكوميديية والعديد من المضامين الدرامية على اختلاف اشكالها، وفي المرتبة الثانية أتى دافع مرتبط بما سبقه من المعرفة بالأخبار حيث جاء دافع لانها تقلل من شعورى بالتوتر نتيجة عدم معرفتي بالأحداث بنسبة بلغت ٨٢.٧% وبنسبة ١٧.٣% من اجمالى التكرارات، ويأتى الدافع الثالث دافع ترفيهي ايضاً وهو لمشاهدة الأفلام والمسلسلات التلفزيونية وذلك بنسبة بلغت ٧٩.٧% من اجمالى العينة و ١٦.٦% من اجمالى عدد التكرارات، ولا عجب في ان تكون نسبة متابعة التلفزيون لمشاهدة المسلسلات والدراما بشكل عام كبيرة حيث يتميز التلفزيون كوسيلة جماهيرية بعرض الأعمال الدرامية المختلفة والتي تساعد الجمهور في قضاء اوقات الفراغ والتسلية، يليه دافع لانها تساعدني في تكوين رأى عن القضايا والأحداث وقد اتى هذا الدافع بنسبة بلغت ٧٦.٧% من اجمالى عدد العينة الاصلى، ثم لمتابعة البرامج الحوارية المفسرة للأحداث الجارية وذلك بنسبة ٧١.٣%.

وتلاحظ الباحثة ان دوافع استخدام الوسائل التقليدية تنحصر في دافعين اساسيين وهما متابعة الاحداث الجارية وقضاء وقت الفراغ والترفيهة وهي من أهم وظائف الاعلام ككل فالاعلام حينما ظهر كانت الحاجة اليه اولاً للإعلام والإخبار والتفسير والتوجيه والترفيهة وهي أهم وظائف الإعلام ككل.



شكل رقم (٦)

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

جدول رقم (٩)

دوافع استخدامك مواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						العبارات
		معارض		إلى حد ما		موافق جدا		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٧٠٧٤	٢.٦٣٦٧	٤.٧	١٤	٢٧.٠	٨١	٦٨.٣	٢٠٥	- تشكيل علاقات إجتماعية مع الآخرين
٠.٤٦١٠١	٢.٨١٣٣	٣.٠	٩	١٢.٧	٣٨	٨٤.٣	٢٥٣	- لأتواصل مع أشخاص من الصعب الوصول اليهم في الواقع
٠.٤٥٤٧٠	٢.٨٤٢٨	٣.٧	١١	٨.٣	٢٥	٨٧.٧	٢٦٣	- لاني اشعر بالألفة عند التعامل مع الاصدقاء عبر تلك المواقع
٠.٤٠٧٠٧	٢.٨٥٣٣	٢.٠	٦	١٠.٧	٣٢	٨٧.٣	٢٦٢	- للتفاعل مع الآخرين في الاخرين في القضايا ذات الصلة باهتماماتي
٠.٤١٨٠٣	٢.٨٥٠٠	٢.٣	٧	١٠.٣	٣١	٨٧.٣	٢٦٢	- لأنني لا أجد من يفهمني في الحياة اليومية الا من خلال تلك الوسائل
٠.٣٣٦٢٠	٢.٨٩٦٧	١.٠	٣	٨.٣	٢٥	٩٠.٧	٢٧٢	- لانها تعطي مساحة كبيرة للحوار والنقاش بعكس الوسائل الاخرى
٠.٣٢٦١٠	٢.٨٩٦٧	٧.	٢	٩.٠	٢٧	٩٠.٣	٢٧١	- للتعبير عن نفسي وافكاري دون خوف او قلق او خجل من الآخرين
٠.٤٢٣١٩	٢.٨٥٣٣	٢.٧	٨	٩.٣	٢٨	٨٨.٠	٢٦٤	- للتزود من الثقافات الجديدة حول العالم
٠.٣٦٧٧٥	٢.٨٧٦٧	١.٣	٤	٩.٧	٢٩	٨٩.٠	٢٦٧	- للتعرف على الجديد عن كل شي في الحياة
٠.٤٨٩١٧	٢.٨١٣٣	٤.٣	١٣	١٠.٠	٣٠	٨٥.٧	٢٥٧	- تمنحني فرصة للتثقيف والتعلم
٠.٣٨٧٢٤	٢.٨٥٦٧	١.٣	٤	١١.٧	٣٥	٨٧.٠	٢٦١	- استخدامها في الدراسة بشكل فعال

تشير بيانات الجدول السابق الى دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الوسائل الرقمية) من وجهة نظر عينة الدراسة، وكما يبدو من بيانات الجدول فقد تراوحت المتوسطات الحسابية لتلك الدوافع (٢.٦٣:٢.٨٩) وكما يلاحظ فقد تقاربت المتوسطات الحسابية لدوافع العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لتعدد الدوافع الخاصة بهم لاستخدامها وكما يبدو من نتائج الجدول فإن نسبة الموافقة على معظم الدوافع متقاربة وتبدو متطابقة، وقد جاء في مقدمة تلك الدوافع دافعي (لانها تعطي مساحة كبيرة للحوار والنقاش بعكس الوسائل الاخرى، للتعبير عن نفسي وافكاري دون خوف او

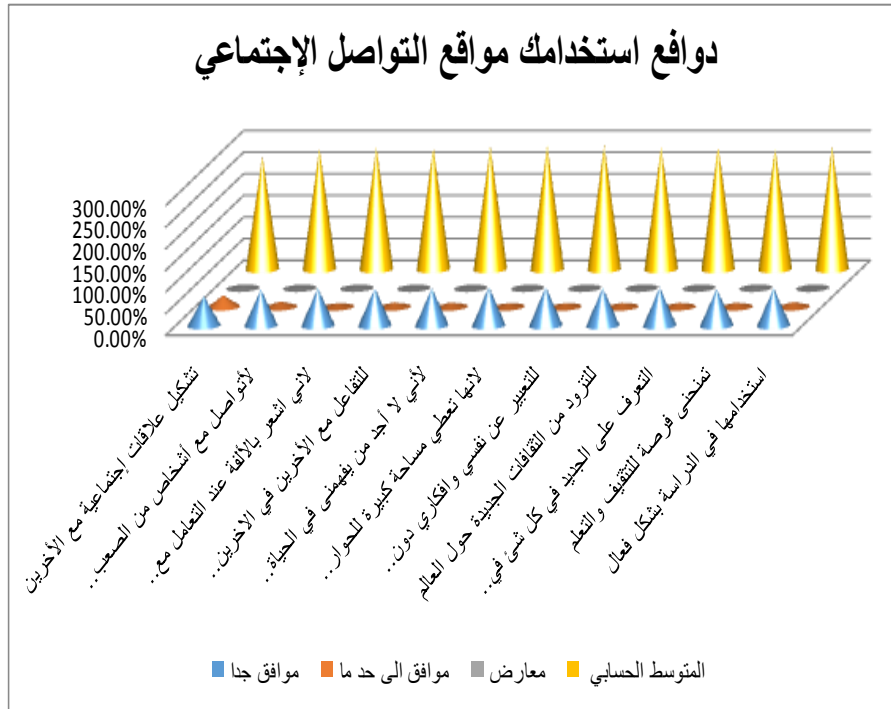
التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

قلق او خجل من الآخرين) بمتوسط حسابي ٢.٨٩ وبنسبة موافقة ٩٠.٧% من إجمالي العينة، وقد اتاحت مواقع التواصل الإجتماعي للمستخدمين من امكانية ابداء آرائهم بشكل كبير على خلاف ما كان يحدث في الوسائل التقليدية، وبالتالي فأن الجمهور قد لمس تلك الميزة منذ بداية ظهور تلك الوسائل التي مكنتهم من التفاعل مع الأخبار وعرض وجهات نظرهم حول القضايا والأحداث دون التركيز على آراء النخبة فقط، وبذلك فقد اعطت لهم فرصة المشاركة الفعلية في الاحداث، كما انها اتاحت جانب كبير من الحرية في عرض مختلف وجهات النظر دون قيود وترى الباحثة ان كما لهذه النقطة مميزاتها في امكانية التعرف على آراء ووجهات نظر المستخدمين المختلفة، فهي وبالحرية تلك قد تسببت في الكثير من الهرج على تلك المواقع مما ساهم في زيادة عدد الشائعات حول القضايا والشخصيات الهامة، وجاء في المرتبة الثانية دافع التعرف على كل جديد في الحياة فقد مثلت هذه المواقع بالنسبة للبعض المصدر الأول للمعرفة في شتى المجالات، فعن طريق تلك المواقع يتم الإعلان عن الإكتشافات والأخبار في مصر وخارجها والحروب والثورات وكل ما يتعلق بالنواحي الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والصحية والدينية أيضاً وبالتالي فمن يتابع تلك المواقع من وجهة نظر البعض فقد الم بما يحدث في المجتمع المصري وغير المصري على حد سواء، خاصة وأن تلك المواقع تقوم بعرض العديد من الأخبار والقضايا على وسائل الإعلام التقليدي وأحياناً تزيد عنه خاصة وانه اصبح لكل قناة وصحيفة وإذاعة مسموعة صفحة او أكثر على تلك المواقع وبالتالي فإن المتابع لهذه المواقع يعد متابعاً لكافة الوسائل الجماهيرية الأخرى وقد جاء هذا الدافع بمتوسط حسابي قدرة ٢.٨٧ وبموافقة تامة بلغت ٨٩%، وجاء في المرتبة الثالثة لإستخدامها في الدراسة بشكل فعال وترى الباحثة انه ومنذ ظهور تلك المنصات الاجتماعية كان لها دور هام في حياة الطلاب في كافة المراحل التعليمية فعن طريقها تبسط المحاضرات وتحدد الاجتماعات وتنتشر الأسئلة المقترحة ويتم التواصل مع اساتذه المواد الدراسية وأخيراً يتم عمل محاضرات اون لاین من خلالها للطلاب غير القادرين على حضور المحاضرات في الجامعات والمدارس وكذلك في مواجهة الأزمات مثلما حدث خلال مواجهة أزمة مورونا من تفعيل دور تلك المنصات الاجتماعية في العملية الدراسية وقد كانت بمتوسط حسابي قدره ٢.٨٦، وفي المرتبة الرابعة يأتي كلاً من (للتزود من الثقافات الجديدة حول العالم، لأنني لا أجد من يفهمني في الحياة اليومية الا من خلال تلك الوسائل، للتفاعل مع الآخرين في الاخرين في القضايا ذات الصلة باهتماماتي) وقد جاءت كلاً منها بمتوسط

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

حسابي قدرة ٢.٨٥ وبنسبة موافقة ٧٨.٥% ، وجاء في المرتبة الخامسة لاني اشعر بالألفة عند التعامل مع الاصدقاء عبر تلك المواقع ويحدث ذلك نتيجة شعور البعض انه على تواصل مع الآخرين مما يشعره انه ليس بمفرده وان بجواره من يسانده من خلال مجموعة كبيرة من الأصدقاء وكانت بمتوسط حسابي ٢.٨٤ ، وفي المرتبة السادسة يأتي دافعي (تمنحني فرصة للتنقيف والتعلم، لأتواصل مع أشخاص من الصعب الوصول اليهم في الواقع) وقد اتى كلا منها ٢.٨١ ، وفي الرتبة الاخيرة يأتي دافع تشكيل العلاقات الإجتماعية بمتوسط حسابي ٢.٦٣ .

وبحسب نتائج الدراسات السابقة فقد توافقت تلك النتيجة مع دراسة كل من



شكل رقم (٧)

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

جدول رقم (١٠)

الذي تحققه من خلال استخدامك وسائل الإعلام
(التقليدية والحديثة) في حياتك اليومية؟ (الإشباع اليومي)

النسبة من عدد مفردات العينة	النسبة من إجمالي التكرارات	التكرارات	(الإشباع اليومية)
٨٢.٧	١٠.١	٢٤٨	- اتاحت لي معرفة المعلومات عن آخر وأهم القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية.
٧٨.٣	٩.٦	٢٣٥	- تساعدني في تكوين رأي حول القضايا المختلفة.
٨٥.٣	١٠.٥	٢٥٦	- نشر الصور ومقاطع الفيديو على اليوميات.
٨٢.٣	١٠.١	٢٤٧	- تفسير الأخبار وتحليلها وتقديم وجهات نظر مختلفة حولها
٨٣.٠	١٠.٢	٢٤٩	- الاستمتاع بالألعاب والتسلية
٨٣.٠	١٠.٢	٢٤٩	- الدردشة والتواصل مع الآخرين
٨١.٣	١٠.٠	٢٤٤	- التسويق للمنتجات والخدمات ومتابعة الاعلانات
٧٦.٣	٩.٤	٢٢٩	- قدمت لي تسهيلات في مجال الدراسة
٨٥.٠	١٠.٤	٢٥٥	- التخلص من الاعياء اليومية وقتل الفراغ
٧٨.٧	٩.٦	٢٣٦	- ساعدتني على المشاركة المجتمعية وتجعلني على تواصل دائم بالمجتمع.
٨١٦.٠	١٠٠.٠	٢٤٤٨	الإجمالي

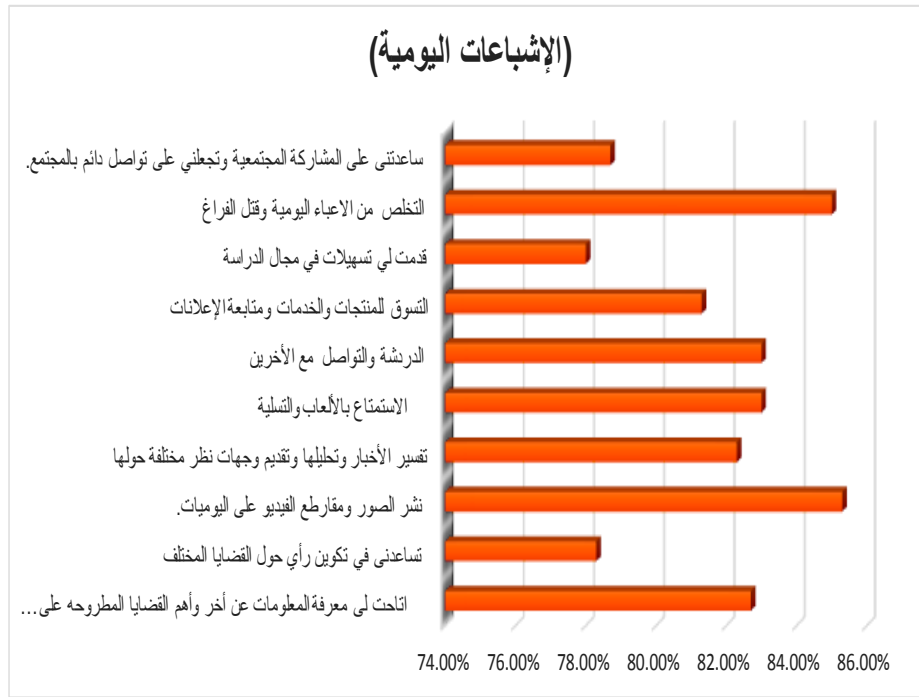
تشير بيانات الجدول السابق الى الإشباع المتحققة من نتيجة اعتماد الباحثين على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ولما كانت الأدوار التي تؤديها الوسائل الإعلامية كثيرة فقد اتاحت الباحثة امكانية إختيار أكثر من بديل لهذا التساؤل، وقد كانت في مقدمة الإشباع التي تحققها الوسائل الإعلامية للباحثين نشر الصور ومقاطع الفيديو على اليوميات ويقصد بها هنا الوسائل الحديثة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت ٨٥.٣% من إجمالي اعداد العينة الاصلي البالغ ٣٠٠ مفردة وبنسبة ١٠.٥% من إجمالي عدد التكرارات اليومية، وترى الباحثة ان هذه الوظيفة تشبع لدى الباحثين حاجاتهم للتواصل الدائم مع الاصدقاء والمعارف ومشاركة الآخرين احداث يومهم المختلفة وبالتالي فقد اتاحت مواقع التواصل هذه الرغبة لديهم حتى أنها جاءت في مقدمة الإشباع المختلفة، وفي المرتبة الثانية تأتي الوظيفة الترفيهية وقضاء وقت الفراغ

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

بالنسبة للعينة حيث اجاب نسبة ٨٥% من العينة ان تلك الوسائل تساعدهم في التخلص من الأعباء اليومية وقتل الفراغ بشكل كبير وتتساوى الوسائل التقليدية والحديثة في هذه الوظيفة بشكل كبير حيث تعد الوظيفة الترفيهية من الوظائف الأساسية للاعلام ككل، ويأتى في المرتبة الثالثة كل من (الاستمتاع بالألعاب والتسلية، والدرشة والتواصل مع الآخرين) وجاء كلاً منها بنسبة ٨٣% من إجمالي العينة وترى الباحثة ان تلك الوظائف هي ما جعلت للوسائل الحديثة تأثير كبير على الجمهور حيث توفر لهم امكانية التواصل بشكل فعال بجانب اتاحتها للعديد من الألعاب الإلكترونية التي تزيد من فرص التسلية والترفيه، وفي المرتبة الرابعة يأتى اشباع اتاحت لى معرفة المعلومات عن آخر وأهم القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية وهي تلبى الدوافع المعرفية لدى المبحوثين فوظيفة العلام التقليدي والحديث في المقام الأول كانت اعلامية او اخبارية حيث كان الهدف الاساسي الذى ظهرت تلك الوسائل من اجله، وترى الباحثة انه ومع تطور نظم الاتصال في العالم اصبحت وسائل الاعلام تقدم تلك الوظيفة بشكل فعال حيث تمكنهم التكنولوجيا من ملاحقة الاخبار التي تحدث في العالم اجمع وبجودة كبيرة وبتقنيات عالية وينتظر العالم مزيداً من التطور في تقنيات الاتصال المختلفة يوماً بعد يوم وجاء بنسبة ٨٢.٧% من اجمالى العينة، وفي المرتبة الخامسة يأتى تفسير الأخبار وتحليلها وتقديم وجهات نظر مختلفة حولها بنسبة ٨٢.٣% وقد تطورت هذه الوظيفة في الاخرى بتطور التقنيات الاتصالية واستخدام تكنولوجيا الاقمار الصناعية والتي اتاحت ايضاً التواصل مع العديد من قادة الرأى والمحللين حول العالم لتفسير الاخبار ومتابعتها بشكل فوري، وفي المرتبة السادسة يأتى التسويق للمنتجات والخدمات ومتابعة الاعلانات وهذه الوظيفة تشترك فيها الوسائل الحديثة والتقليدية على حد سواء حيث تتيح وسائل الإعلام كافة اشكال عديدة من الإعلانات التي تنشرها بشكل يومي وترى الباحثة انه على الرغم من الامكانيات التي اتاحتها الوسائل الحديثة للإعلان الا ان الاعلان التلفزيونى مازال يحتفظ بالمكانة في قلوب المشاهدين خاصة وانهم يعتمدون في مصداقية بعض المنتجات عن طريق تقديم اعلاناتها في التلفزيون وكان ذلك بنسبة ٨١.٣% من اجمالى العينة، يأتى في المرتبة السابعة رأى العينة بشأن ساعدتني على المشاركة المجتمعية وتجعلني على تواصل دائم بالمجتمع وهذا ايضاً يتطور دائماً بتطور تقنيات الاتصال والتواصل بنسبة ٧٨.٧%، ثم وظيفة التوجيه التي تقوم بها وسائل الإعلام حيث اقر ٧٨.٣% من العينة ان هذه الوسائل تساعدهم في تكوين رأي حول القضايا المختلفة، وأخيراً تقديم تسهيلات في

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

مجال الدراسة وكان بنسبة ٧٦.٣% من إجمالي العينة وهذه الوظيفة ايضاً تتساوى فيها الوسيلتين ولكن يبقى التفوق حالياً للوسائل الحديثة التي قامت بدور فعال في ذلك من خلال التواصل وتقديم شتى اشكال المعرفة للجمهور.



شكل رقم (٨)

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٦- التأثيرات الاجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة على الجمهور:-
اولاً وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون):-

جدول رقم (١١)

التأثيرات الاجتماعية الإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام التقليدية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						مقياس التأثيرات الاجتماعية الإيجابية للوسائل التقليدية
		معارض		إلى حد ما		موافق جداً		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٧٩٠٤	٢.٥٥٠٠	٤.٣	١٣	٣٦.٣	١٠٩	٥٩.٣	١٧٨	١- تساعدني تلك الوسائل للتعرف على آخر الأخبار في كافة المجالات
٠.٥٢٩٨٧	٢.٦٥٣٣	٢.٧	٨	٢٩.٣	٨٨	٦٨.٠	٢٠٤	٢- تمكنني تلك الوسائل من قضاء وقت الفراغ
٠.٤٣٩١٦	٢.٧٦٦٧	٧.	٢	٢٢.٠	٦٦	٧٧.٣	٢٣٢	٣- تجعلني على تواصل دائم مع المجتمع المحيط من خلال متابعة الاحداث الجارية
٠.٤٠٤٤٨	٢.٨١٦٧	٧.	٢	١٧.٠	٥١	٨٢.٣	٢٤٧	٤- استمتع بمشاهدة الدراما وأتعلّم منها مهارات التعامل مع المحيطين بالمجتمع
٠.٤٨٥٩١	٢.٧٠٣٣	١.٣	٤	٢٧.٠	٨١	٧١.٧	٢١٥	٥- استفيد من الإعلانات المعروضة بتلك الوسائل للتعرف على ما يناسبني من منتجات
٠.٤٩٣٨٣	٢.٧١٦٧	٢.٠	٦	٢٤.٣	٧٣	٧٣.٧	٢٢١	٦- متابعة البرامج الحوارية تفيدني من التعرف على الآراء الخاصة بالعلماء وقادة الرأي في القضايا العامة
٠.٤٤٨٦٩	٢.٧٦٣٣	١.٠	٣	٢١.٧	٦٥	٧٧.٣	٢٣٢	٧- تساعدني هذه الوسائل في انجاز بعض المهام دون الانشغال بها
٠.٤٢١٧٦	٢.٧٩٣٣	٧.	٢	١٩.٣	٥٨	٨٠.٠	٢٤٠	٨- أشعر كأنني جزء من المجتمع عندما اتابع الاخبار من خلال وسائل الإعلام
٠.٥٢٩٨٧	٢.٦٥٣٣	٢.٧	٨	٢٩.٣	٨٨	٦٨.٠	٢٠٤	٩- أكون على دراية بالسلوك السوي للتعامل مع الآخرين حينما اتعرض للبرامج الثقافية والتعليمية
٠.٤٤٣١٦	٢.٧٦٠٠	٧.	٢	٢٢.٧	٦٨	٧٦.٧	٢٣٠	١٠- تقلل هذه الوسائل من شعوري بالوحدة او الانعزال حينما اتابع البرامج المختلفة

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

تشير بيانات الجدول السابق الى الآثار الاجتماعية الإيجابية لإستخدام الوسائل التقليدية وكما يبدو من الرسم فقد تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارة من (٢.٥٥ : ٢.٨١) كان اعلاها لعبارة استمتع بمشاهدة الدراما واتعلم منها مهارات التعامل مع المحيطين بالمجتمع في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ ٢.٨١ وبنسبة موافقة مرتفعة بلغت ٨٢.٣%، يليها أشعر كأني جزء من المجتمع عندما اتابع الاخبار من خلال وسائل الإعلام بمتوسط حسابي بلغ ٢.٧٩ وبنسبة موافقة ٨٠% من اجمالى العينة، ويأتى التأثير تجعلنى على تواصل دائم مع المجتمع المحيط من خلال متابعة الاحداث الجارية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٢.٧٧ وبموافقة ٧٧.٣% من اجمالى العينة، ويأتى في المرتبة الرابعة كلاً من (تساعدني هذه الوسائل في انجاز بعض المهام دون الانشغال بها، تقلل هذه الوسائل من شعورى بالوحدة او الانعزال حينما اتابع البرامج المختلفة) بنسبة موافق ٧٦.٧% و بمتوسط حسابي ٢.٧٦، يليه متابعة البرامج الحوارية تفيدنى من التعرف على الآراء الخاصة بالعلماء وقادة الرأى في القضايا العامة بمتوسط حسابي ٢.٧١ ثم استفيد من الإعلانات المعروضة بتلك الوسائل للتعرف على ما يناسبني من منتجات بمتوسط ٢.٧٠ وأخيراً تساعدنى تلك الوسائل للتعرف على أحر الأخبار في كافة المجالات بمتوسط حسابي ٢.٥٥.

جدول رقم (١٢)

التأثيرات الاجتماعية السلبية لإستخدام وسائل الإعلام التقليدية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						مقياس التأثيرات الاجتماعية السلبية للوسائل التقليدية
		معارض		إلى حد ما		موافق جداً		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٦١١٠٤	١.٦٥٦٧	٤١.٧	١٢٥	٥١.٠	١٥٣	٧.٣	٢٢	١- تسبب انشغالي بمشاهدة التلفزيون الى اخفاقي ببعض الأعمال المنزلية
٠.٧١٩٠٤	٢.١٠٦٧	٢١.٠	٦٣	٤٧.٣	١٤٢	٣١.٧	٩٥	٢- افضل مشاهدة البرامج والمسلسلات عن التحدث الى اصدقائي بالتليفون أو المقابلات وقد سبب لي ذلك مشاكل كبيرة
٠.٦٨١٨٢	١.٩٠٠٠	٢٨.٧	٨٦	٥٢.٧	١٥٨	١٨.٧	٥٦	٣- تسببت لي مشاهدة التلفزيون ببعض المشكلات الاسرية مع الوالدين نتيجة انشغالي بالبرامج المعروضة

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٠.٦٧٦٥٠	٢.١٤٣٣	١٦.٧	٥٠	٥٢.٣	١٥٧	٣١.٠	٩٣	٤- مشاهد العنف في التلفزيون قد تعلم النشئ السلوك العذواني والبلطجي في التعامل مع اصدقائهم
٠.٧٣١٤٩	١.٩٩٣٣	٢٧.٠	٨١	٤٦.٧	١٤٠	٢٦.٣	٧٩	٥- كثرت مشاهد البلطجة في التلفزيون مما اثر على السلوك العام لأفراد المجتمع
٠.٦٧٧٤٨	٢.٢٤٣٣	١٣.٧	٤١	٤٨.٣	١٤٥	٣٨.٠	١١٤	٦- أثرت الإعلانات على المجتمع بأن جعلته ذو ثقافة استهلاكية وجعلت سلوك بعض الافراد استقزازي في شراء السلع
٠.٦٨٢٨٠	١.٨٦٣٣	٣١.٠	٩٣	٥١.٧	١٥٥	١٧.٣	٥٢	٧- بعض الافراد تقوم بتقليد ما يعرض عليهم في وسائل الإعلام والذي يتنافي احيانا مع تقاليد المجتمع والاداب العامة
٠.٥٨١٥٧	٢.٢٣٠٠	٨.٠	٢٤	٦١.٠	١٨٣	٣١.٠	٩٣	٨- تحتوي برامج وسائل الإعلام على مصطلحات والفاظ لغوية بزيئة
٠.٥٥٩٧٠	٢.٠٣٣٣	١٤.٠	٤٢	٦٨.٧	٢٠٦	١٧.٣	٥٢	٩- تشغل مشاهدة التلفزيون البعض عن أداء بعض الفرائض او التقصير فيها
٠.٧١٢٩٦	١.٩٩٣٣	٢٥.٧	٧٧	٤٩.٣	١٤٨	٢٥.٠	٧٥	١٠- تجعل الفرد منسحب من الحياة الاجتماعية بشكل كبير نتيجة لانشغاله بمتابعة البرامج والمسلسلات

تشير بيانات الجدول السابق الى التأثيرات الاجتماعية السلبية لإستخدامات
المبجوثين لوسائل الإعلام التقليدية وكما يبدو من نتائج الجدول فقد تراوحت المتوسطات
الحسابية (١.٦٥ : ٢.٢٤) كان اعلاها أثرت الإعلانات على المجتمع بأن جعلته ذو ثقافة
استهلاكية وجعلت سلوك بعض الافراد استقزازي في شراء السلع بمتوسط ٢.٢٤ حيث
ترى العينة ان من اول التأثيرات الاجتماعية السلبية هي انتشار الثقافة الاستهلاكية بين
طوائف الجمهور نتيجة لتعدد اشكال الإعلانات المعروضة بالتلفزيون وباقي وسائل
الإعلام، حتى اصبح المجتمع يسيطر عليه الطابع الاستهلاكي للسلع دون التفكير في اهمية
الاستثمار والانتاج، وفي المرتبة الثانية ترى عينة الدراسة ان برامج وسائل الإعلام

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

تحتوى على مصطلحات والفاظ لغوية بزيئة حيث تعددت القوالب الدرامية التى تشتمل على الفاظ خارجة وعبارات لغوية غير مقبولة إجتماعياً كالتى يتم ذكرها بالأفلام والمسلسلات وكذلك احتواء الاعلانات على الفاظ خارجة وعبارات بزيئة وفي الفترة الأخيرة انتشر عدد كبير من البرامج الحوارية والجماهيرية والبرامج الساخرة التى تعتمد على الالفاظ الخارجة لتحقيق نسب مشاهدات عالية فضلاً عن استضافة العيديد من الشخصيات التى تميز بأسلوبها العنيف في الحوار مما قد زاد من نسب الالفاظ غير اللائقة بثقافة ومعايير المجتمع المصري وكان بمتوسط حسابي ٢.٢٣ وبدرجة متوسطة، وفي المرتبة الثالثة يأتى مشاهد العنف في التلفزيون قد تعلم النشئ السلوك العدواني والبلطجي في التعامل مع اصدقائهم وتعد هذه التأثيرات من وجهة نظر العينة من أخطر التأثيرات الإجتماعية السلبية حيث تؤثر في سلوكيات الأطفال والشباب وترى الباحثة ان المجتمع أصبح يعاني من ظواهر العنف في تعاملات الجمهور وترى الباحثة ان السبب في ذلك هو كثرة انتشار المشاهد العنيفة والدموية في الدراما والبرامج وكذلك الاخبار ذات الاحداث العنيفة والتى تنطوى على اخبار حروب وتظاهرات وقتل وغيرها مما أثر على تعاملات الشباب والاطفال في التعامل مع من يحيطون بهم من اصدقاء او اقران وغيره بمتوسط حسابي بلغ ٢.١٤، وفي المرتبة التالية يأتى اتجاة العينة في انها تفضل مشاهدة البرامج والمسلسلات عن التحدث الى اصدقائي بالتليفون او المقابلات وقد سبب لى ذلك مشاكل كبيرة ويعنى ذلك تأثير وسائل الإعلام على العلاقات الإجتماعية بين الجمهور فعن طريق تلك الوسائل اصبح يستغنى البعض عن حضور الحفلات والاجتماعات والمقابلات الجماعية مع زويهم واقاربهم واصدقائهم وهذا يعد من أخطر ما خلفته وسائل الإعلام من تأثيرات سلبية اجتماعية وبلغ متوسطها ٢.١٠، وفي المرتبة الخامسة يأتى تأثير وسائل الاعلام في انها تشغل البعض عن أداء بعض الفرائض او التقصير فيها عن طريق الانشغال بمشاهدة البرامج المختلفة الدرامية والحوارية والساخرة وعن طريق وسائل الجذب التى تمارسها تلك الوسائل لجذب انتباه المشاهدين مما اثر على البعض في اداء الشعائر الدينية من صلاة وصيام ومساعدة الفقراء وغيرها من الفرائض وقد بلغت متوسطها الحسابي ٢.٠٣، ويأتى تأثير وسائل الاعلام انها تجعل الفرد منسحب من الحياة الإجتماعية بشكل كبير نتيجة لانتشغاله بمتابعة البرامج والمسلسلات تدعيماً للتأثير السابق لها في التأثير على العلاقات الإجتماعية بمتوسط ١.٩٩، وبنفس المتوسط السابق يأتى رأى العينة في انه كثرت مشاهد البلطجة في التلفزيون مما اثر على السلوك العام لأفراد

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

المجتمع، يليه تأثير ان مشاهدة التلفزيون تسبب بعض المشكلات الاسرية مع الوالدين نتيجة الانشغال بمتابعة البرامج المعروضة بمتوسط ١.٩٠، كما تسبب وسائل الإعلام بعض المشكلات الإجتماعية حيث يقوم بعض الافراد بتقليد ما يعرض عليهم في وسائل الإعلام والذي يتنافي احيانا مع تقاليد المجتمع والاداب العامة،/ وأخيراً يأتي تأثير الانشغال بمشاهدة التلفزيون الى الاخفاق ببعض الأعمال المنزلية وذلك لبعض افراد العينة من السيدات بأقل متوسط حسابي قدر ب ١.٦٥.

جدول رقم (١٣)

التأثيرات النفسية الإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام التقليدي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						مقياس التأثيرات النفسية الإيجابية للوسائل التقليدية
		معارض		إلى حد ما		موافق جداً		
		ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	ك %	
٠.٥٨٣٤٩	٢.٥٦٣٣	٤.٧	١٤	٣٤.٣	١٠.٣	٦١.٠	١٨٣	١- اتقص الأدوار الدرامية التي اتابعها وهذا يجعلني اعبر عن نفسي بشكل جيد
٠.٥٧٠٧١	٢.٥٧٣٣	٤.٠	١٢	٣٤.٧	١٠.٤	٦١.٣	١٨٤	٢- تكسبني تلك الوسائل طرق جديدة للتعامل مع الآخرين مما يشعرني بالراحة النفسية
٠.٥٤٥٨٣	٢.٥٨٠٠	٢.٧	٨	٣٦.٧	١١.٠	٦٠.٧	١٨٢	٣- تكسبني تلك الوسائل مهارات لحل المشكلات اليومية
٠.٥٥٢٣٩	٢.٥٧٦٧	٣.٠	٩	٣٦.٣	١٠.٩	٦٠.٧	١٨٢	٤- تجعلني اشعر بأنني جزء من المجتمع ما يشعرني بمزيد من الثقة
٠.٥٤٨٣٩	٢.٥٦٠٠	٢.٧	٨	٣٨.٧	١١.٦	٥٨.٧	١٧٦	٥- عندما اشعر بالضيق فأنا تلك الوسائل تقوم بدور المنفس عني وافراغ الشحنات السلبية من خلال تهدئة اعصابي عند مشاهدتها
٠.٥٣٢٩٢	٢.٥٨٣٣	٢.٠	٦	٣٧.٧	١١.٣	٦٠.٣	١٨١	٦- اشعر بالراحة النفسية حيث تساعدني تلك الوسائل في التعرف على اخبار العالم من حولي مما يجعلني متابع لها دون القلق من عدم المعرفة
٠.٥٤٤١٩	٢.٦٤٦٧	٣.٣	١٠	٢٨.٧	٨٦	٦٨.٠	٢٠٤	٧- تساعد مشاهدتي للبرامج المختلفة في وسائل الاعلام على الضبط الانفعالي حيث استطيع ان اتخلص من شعوري بالغضب عند متابعتها بشكل جيد

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

١٠٧٤	٥٨٠	١١٥	٣٨٠	١٠٣	٣	٢٠٥٢٩	١٠٧٤	٨- احصل على نوع من التشجيع عند عرض النماذج الايجابية الناجحة من ذوى القدرات وهذا ما يدفعني لمزيد من النجاح
١٨١	٦٠٣	١٠٤	٣٤٧	١٥	٥٠	٢٠٥٣٣	١٨١	٩- تتيج تلك الوسائل العديد من المضامين الكوميدية التي تخرجني من اى حالة اكتئاب تحدث لى نتيجة الاعباء اليومية

تشير بيانات الجدول السابق الى الأثار النفسية الإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام التقليدي وقد تراوحت متوسطات درجات المبحوثين على مقياس التأثيرات النفسية السلبية بين (٢.٥٥ : ٢.٦٤) كان اعلاها تأثيراً العينة حيث تساعد مشاهدتهم للبرامج المختلفة في وسائل الاعلام على الضبط الانفعالي حيث استطيع ان اتخلص من شعورى بالغضب عند متابعتها بشكل جيد بمتوسط حسابي ٢.٦٤ وبدرجة موافقة ٦٨% وقد اجابت العينة ان متابعاتها للبرامج المعروضة يساعدها على تفريغ طاقة الغضب عن طريق ما اسموه الألهاء، وهو يعنى من وجهة نظرهم ان تلك الوسائل يمكن ان تقلل من الانفعال لديه خاصة في حاله الغضب، وفي المرتبة الثانية يأتى تأثير الوسائل في انهم يحصلون على نوع من التشجيع عند عرض النماذج الايجابية الناجحة من ذوى القدرات وهذا ما يدفعهم لمزيد من النجاح وكان بمتوسط حسابي ٢.٦١ وبدرجة موافقة ٥٨% من اجمالى العينة وقد لاحظت الباحثة زيادة عدد البرامج الخاصة بعرض النماذج الناجحة كنوع من انواع الدعم للجمهور وكذلك برامج اكتشاف المواهب وكذلك البرامج الرياضية التي تعمد الى استضافة النماذج الرياضية الناجحة ممن يحققون ارقام ومراكز متقدمة في المسابقات الرياضية وبالتالي فإن ذلك يعمل على تدعيم الجانب الإيجابي لدى المشاهدين من خلال محاولة محاكاة سلوكياتهم والافتداء بهم للوصول الى نفس المراكز، وفي المرتبة الثالثة يأتى كلاً من تأثيري (اشعر بالراحة النفسية حيث تساعدني تلك الوسائل في التعرف على اخبار العالم من حولي مما يجعلني متابع لها دون القلق من عدم المعرفة، تكسبني تلك الوسائل مهارات لحل المشكلات اليومية) بمتوسط حسابي ٢.٥٨ وبدرجة ايجابية مرتفعة وترة الباحثة ان الخوف من جهل المعلومات والأخبار قد ينتج عنه تأثيرات سلبية نتيجة عدم المعرفة حيث تعد الحاجة الى المعرفة من أكثر الحاجات التي يريدها الانسان ويشعر بها عاده حينما لا تتوافر لديه وسائل الحصول عليها ولذلك تعد معرفة الاخبار من اهم التأثيرات النفسية نتيجة الراحة النفسية التي يشعر بها الافراد عند تلبية تلك الاحتياجات،

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

وتقم وسائل الاعلام عادة بأكساب الجمهور مهارات لحل بعض المشكلات عن طريق استضافة الاساتذ والمختصين في كافة المجالات ممن يقدمون النصائح لحل ما يواجه الناس من مشكلات، كما ان عرضها للنماذج الناجحة يعد اسلوب هام في تعليم الجمهور كيفية حل المشكلات اليومية عن طريق المحاكاة وهو ايضاً ما يعرف بالغرس، وفي المرتبة الرابعة يأتي كلاً من (تجعلني اشعر بأني جزء من المجتمع ما يشعرني بمزيد من الثقة، تكسبني تلك الوسائل طرق جديدة للتعامل مع الآخرين مما يشعرني بالراحة النفسية) بمتوسط حسابي ٢.٥٧ وبدرجة متوسطة، وخامساً يأتي تأثيري (اتقمص الأدوار الدرامية التي اتابعها وهذا يجعلني اعبر عن نفسي بشكل جيد، عندما اشعر بالضيق فأنا تلك الوسائل تقوم بدور النفس عني وافراغ الشحنات السلبية من خلال تهدئة اعصابي عند مشاهدتها) بمتوسط ٢.٥٦ بدرجة متوسطة، واخيراً يأتي نتيج تلك الوسائل العديد من المضامين الكوميدية التي تخرجني من اى حالة اكتئاب تحدث لى نتيجة الاعباء اليومية وهى من أهم الوظائف التي يقوم بها الاعلام، وأخيراً تتيج تلك الوسائل العديد من المضامين الكوميدية التي تخرجني من أى حالة اكتئاب تحدث لى نتيجة الأعباء اليومية بمتوسط ٢.٥٥، وترى الباحثة أن التلفزيون كان ولفترة طويلة الوسيلة الأكثر استخداماً من الجمهور للتنفيس عن حالاتهم وتفرغ شحنات الغضب، وترى الباحثة ان الحالة المزاجية للفرد يمكن أن تتحول كثيراً من خلال متابعة التلفزيون الذي يعد من وجهة نظر العينة الوسيلة الأكثر ترفيهاً للأفراد.

جدول رقم (١٤)

التأثيرات النفسية السلبية لاستخدام وسائل الإعلام التقليدي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						مقياس التأثيرات النفسية الإيجابية للوسائل التقليدية
		معارض		إلى حد ما		موافق جداً		
		ك	%	ك	%	ك	%	
٠.٦٤٢٤٣	٢.٣٦١٢	٢٧	٩.٠	١٣٧	٤٥.٧	٤٥.٠	١٣٥	١- جعلتني تلك الوسائل أكثر عنفاً نتيجة ما اشاهده من افلام بلطجة ومشاهد دامية
٠.٧٥٣٤٥	٢.١٢٧١	٦٨	٢٢.٧	١٢٥	٤١.٧	٣٥.٣	١٠٦	٢- نشر الاخبار الخاصة بالحروب والثورات تجعلني اميل الى العزلة وتشعرنني بالإكتئاب
٠.٧١٩٤٥	٢.٠٥٠٢	٧٠	٢٣.٣	١٤٤	٤٨.٠	٢٨.٣	٨٥	٣- اشعر بالقلق نتيجة المشاهد الدامية التي اتابعها عبر شاشات التلفزيون

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

١١٦	٣٨.٧	١٤١	٤٧.٠	٤٣	١٤.٣	٢.٢٤٣٣	٠.٦٨٧٢٩	٤- تقل تلك الوسائل من ثقتي بنفسي حينما اتعرض للمشاحنات اليومية ولا استطيع التعامل بسبب انزالي عن المجتمع
١٣١	٤٣.٧	١١٥	٣٨.٣	٥٤	١٨.٠	٢.٢٥٦٧	٠.٧٤٣٣٩	٥- اشعر بالقلق من المستقبل حينما اشاهد المشاحنات بين الدول
١١٨	٣٩.٣	١٣٠	٤٣.٣	٥٢	١٧.٣	٢.٢٢٠٠	٠.٧٢١١١	٦- اشعر بالتوتر من الأحداث اليومية نتيجة لما اتابعه من مشاهد عبر الوسائل المرئية
١٢٥	٤١.٧	١١٢	٣٧.٣	٦٣	٢١.٠	٢.٢٠٦٧	٠.٧٦٥٤٥	٧- تتسبب متابعة وسائل الاعلام في الانشغال عن اداء الفرائض والصلوات مما يجعل البعض ذو مزاج غير سوى ومضطرب في معظم الاحيان نتيجة اخفاقه في النواحي الدينية
١١٤	٣٨.٠	١٤٨	٤٩.٣	٣٨	١٢.٧	٢.٢٥٣٣	٠.٦٦٦٣١	٨- اشعر بالقلق والاضطرابات نتيجة انتشار الشائعات على وسائل الإعلام
١٤٣	٤٧.٧	١١٧	٣٩.٠	٤٠	١٣.٣	٢.٣٤٣٣	٠.٧٠٢٦٩	٩- تسببت وسائل الاعلام في فقدان الثقة فيما يعرض علي التلفزيون من أخبار نتيجة انتشار الاخبار الكاذبة واصبحت لا اثق في معظم المضامين الاعلامية
١٢٩	٤٣.٠	١٢٨	٤٢.٧	٤٣	١٤.٣	٢.٢٨٦٧	٠.٧٠٢٠٠	١٠- تعمل وسائل الاعلام على غرس بعض القيم الغير سوية مما يجعل الفرد منبوذاً داخل مجتمعة ويسبب له ذلك العديد من المشكلات النفسية

تشير بيانات الجدول التالي الى أهم وأكثر التأثيرات النفسية السلبية التي يمكن ان يتسبب بها التلفزيون كأحد أهم الوسائل التقليدية بالنسبة للجمهور، وكما هو ملاحظ فقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (٢.٠٥ : ٢.٣٦) كان اعلاها جعلتني تلك الوسائل أكثر عنفاً نتيجة ما اشاهده من افلام بلطجة ومشاهد دامية وكان صاحبة المتوسط الحسابي الأكبر الذي بلغ ٢.٣٦ وتلاحظ الباحثة ان المشاهد العنيفة قد كثرت بشكل مبالغ فيه بالنسبة للافلام والمسلسلات الى ان اعتاد المشاهد على تواجدها في العمل الدرامي بشكل كبير مما ادى الى اكساب بعض المشاهدين الطابع العنيف، خاصة مع تكرارها بشكل

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

مبالغ فيه، وطبقاً لنظرية التأثير التراكمي فإن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية، حيث يرون أن العرض الهائل للأفكار والقناعات المبنوثة عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل ملحوظ على المتلقي على مر الزمن، مما يدل على خطورة تلك المشاهد العنيفة في تلك الوسائل على المشاهدين، يأتي في المرتبة الثانية تسبب وسائل الاعلام في فقدان الثقة فيما يعرض علي التلفزيون من أخبار نتيجة انتشار الاخبار الكاذبة واصبحت لا اثق في معظم المضامين الاعلامية وبمتوسط حسابي ٢.٣٤ وبدرجة موافقة مرتفعة، وهو ما له علاقة وثيقة بالمصادقية والتي تعني درجة الثقة التي يوليها الأفراد للمعلومات الواردة إليهم عبر وسائل الإعلام وإدراكهم بأن هذه المعلومات هي انعكاس حقيقي للأحداث التي يتم تقديمها،⁽⁵³⁾ حيث تسببت بعض القنوات الخاصة والتي ليس لها أهداف سواء الربح المادي الي انتشار ما يعرف بالFake News او الأخبار المزيفة وهو التي تعتمد على الإثارة ليس إلا وكل ماتهدف اليها هو احداث بلبلة في الرأي العام ونشر الأكاذيب مما جعل بعض المتابعين لا يتقنون فيما تعرضه تلك القنوات ولكن يمتد ذلك التأثير السلبي الي فقدان الثقة في كا ما تتناوله وسائل الإعلام اعتقاداً منهم انه أحد الأخبار المزيفة ولا شك ان هذا التأثير يمكن ان يؤثر على مصداقية وسائل الإعلام ككل مما يؤثر على وظائف الإعلام لذلك ترى الباحثة ضرورة وجود رقابة على تلك القنوات ومنعها من نشر الأكاذيب للجمهور، وقد أجريت العديد من الدراسات عن مصداقية وسائل الإعلام كان منها دراسة محمد عبد العزيز (٢٠١٢)^(٥٤) حيث توصلت الدراسة إلى أن طلاب الإعلام بجامعة الصعيد يرون أن مستوى مصداقية وسائل الإعلام الرسمية أثناء الثورة كان متدنياً، حيث وصف معظم أفراد العينة الأداء الإعلامي لتلك الوسائل في ذلك التوقيت بكونه "ضعيف" و"غير مقبول"، ودراسة هاشم جعفر وهالة فاضل (٢٠١٤)^(٥٥) حيث اظهر التحليل بشكل عام عن عدم رضا المبحوثين حول دور وسائل الاعلام العراقية في مجال الخدمات العامة، وهو ايضا ما اشارت اليه دراسة رحاب عبد الناصر (٢٠١٧)^(٥٦) عن مصداقية القنوات التلفزيونية والعوامل التي تتدخل في تحديدها، وفي المرتبة الثالثة تعمل وسائل الاعلام على غرس بعض الافكار الغير سوية مما يجعل الفرد منبوذاً داخل مجتمعة ويسبب له ذلك العديد من المشكلات النفسية بمتوسط حسابي ٢.٢٨، ومن تلك الافكار والسلوكيات العنف والغضب وغيرها، وتتسبب مشاهد المشاحنات والخلافات والصراعات والحروب بين الدول بتأثير نفسي سلبي لدى بعض المشاهدين الذين يشعرون بالقلق نتيجة مشاهده تلك

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

المشاهد حيث جاء بمتوسط حسابي ٢.٢٥ ان المبحوثين يشعرون بالقلق من المستقبل حينما يشاهدون المشاحنات بين الدول، وبنفس المتوسط الحسابي تقريبا جاءت آراء العينة انهم يشعرون بالقلق والاضطرابات نتيجة انتشار الشائعات على وسائل الإعلام، ثم يأتي رأى العينة فيما يخص ان تلك الوسائل تقلل من ثقتهم بأنفسهم حينما يتعرضون للمشاحنات اليومية ولا يستطيعوا التعامل بسبب انزاعهم عن المجتمع بمتوسط سابي ٢.٢٤، وفي المرتبة التالية يأتي شعور بالتوتر من الأحداث اليومية نتيجة لما يتابعونه من مشاهد عبر الوسائل المرئية بمتوسط ٢.٢٢، ومن التأثيرات النفسية السلبية أيضا لوسائل الاعلام التقليدية والتلفزيون بصفة خاصة تتسبب متابعة وسائل الاعلام في الانشغال عن أداء الفرائض والصلوات مما يجعل البعض ذو مزاج غير سوى ومضطرب في معظم الاحيان نتيجة اخفاقه في النواحي الدينية، نشر الاخبار الخاصة بالحروب والثورات تجعلني اميل الى العزلة وتشعري بالإكتئاب، وأخيراً اشعر بالقلق نتيجة المشاهد الدامية التي اتابعها عبر شاشات التلفزيون بأقل متوسط حسابي ٢.٠٥.

جدول رقم (١٥)

التأثيرات الاجتماعية الإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية (مواقع التواصل الاجتماعي)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						مقياس التأثيرات الاجتماعية الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي
		معارض		إلى حد ما		موافق جدا		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٥٩٢٩	٢.٥٧٠٠	٣.٣	١٠	٣٦.٣	١٠٩	٦٠.٣	١٨١	١- تساعدني على معرفة أخبار الأهل والأصدقاء والمعارف
٠.٥٤٦٧٧	٢.٥٧٣٣	٢.٧	٨	٣٧.٣	١١٢	٦٠.٠	١٨٠	٢- تساعدني على تبادل الافكار والآراء والمعلومات مع الأصدقاء
٠.٥١١٥٧	٢.٦٥٠٠	١.٧	٥	٣١.٧	٩٥	٦٦.٧	٢٠٠	٣- ابقاء التواصل مع الأصدقاء والأهل الذين يعيشون بعيداً عني
٠.٥٣٢٩٢	٢.٥٨٣٣	٢.٠	٦	٣٧.٧	١١٣	٦٠.٣	١٨١	٤- زيادة المعلومات واثراء المناقشات لما نتيجته من امكانية الحصول على استطلاع رأى حول القضايا بين أكثر من فئة حول العالم
٠.٥٥٢٨٨	٢.٦٣٦٧	٣.٧	١١	٢٩.٠	٨٧	٦٧.٣	٢٠٢	٥- نشر الأحداث اليومية عبر اليوميات يتيح المزيد من الترابط بين افراد الاسرة والأصدقاء
٠.٥٥٠٢٢	٢.٥٤٠٠	٢.٧	٨	٤٠.٧	١٢٢	٥٦.٧	١٧٠	٦- تساعدني على اقامة العديد من الصداقات حول العالم وعدم التقيد بزملاء الدراسة او العمل

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٠.٥٨٧٦٠	٢.٥٧٦٧	٥.٠	١٥	٣٢.٣	٩٧	٦٢.٧	١٨٨	٧- تتيح الدردشة الصوتية والمرئية مع الاصدقاء مما يضيف مزيد من التفاعلية والمشاركة الاجتماعية
٠.٤٩٨٠٦	٢.٦٩٠٠	١.٧	٥	٢٧.٧	٨٣	٧٠.٧	٢١٢	٨- تجعلني على تواصل لحظي بالاصدقاء والمعارف ودون اي قيود او معوقات
٠.٥٦٧١٨	٢.٦٢٦٧	٤.٣	١٣	٢٨.٧	٨٦	٦٧.٠	٢٠١	٩- افضل التعامل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ولا اشارك في المناسبات الاجتماعية

تشير بيانات الجدول السابق الى التأثيرات الاجتماعية الإيجابية التي تتسبب بها مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم وسائل الإعلام الحديثة وتتراوحت متوسطات درجات المبحوثين في هذا المقياس بين (٢.٥٤ : ٢.٦٩) كان اعلاها عبارة تجعلني على تواصل لحظي بالاصدقاء والمعارف ودون اي قيود او معوقات في المرتبة الأولى وحصلت على أكبر متوسط حسابي لدرجات المبحوثين والذي بلغ ٢.٦٩ وترى الباحثة ان أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي انها اتاحت التواصل الدائم بين الاصدقاء والمعارف من خلال توفير عدد من المحادثات الصوتية والمكتوبة وكذلك المرئية من خلال مكلمات الفيديو وغيرها وتتميز هذه المحادثات بالفورية والسرعة كما انها مجانية لا تتطلب سوى الاشتراك في إحدى باقات الإنترنت، كما ان اتاحت تلك المواقع إمكانية التواصل من خلال نشر اليوميات على الصفحات الشخصية لكلاً من المستخدمين، وهو ما جعل تلك المواقع تتميز بالربط بين الافراد اتاحة التواصل معهم في أى مكان في العالم، وقد اشارت الى ذلك دراسة سعيد ناصف أمين(٢٠١٨)^(٥٦) حيث جاء فيها ، أن التحليلات النظرية قد كشفت عن أن نتيجة للاستخدام المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة أصبح العالم كله يعيش في قرية صغيرة، ويأتى التأثير الاجتماعي الثاني من وجهة نظر العينة تأكيداً لفكرة التواصل من خلال ابقاء التواصل مع الأصدقاء والأهل الذين يعيشون بعيداً عنهم حيث تتيح تلك المواقع إمكانية التواصل مع أى شخص حول العالم وهو ما أضافته تلك المواقع عن وسائل الإعلام التقليدي وكانت بمتوسط ٢.٦٥، وفي المرتبة الثالثة جاء رأى عينة الدراسة أن وسائل الإعلام الرقمية ساعدت على نشر الأحداث اليومية عبر اليوميات مما اتاح المزيد من الترابط بين افراد الاسرة والاصدقاء بمتوسط حسابي ٢.٦٣، وبمتوسط حسابي ٢.٦٢ جاء رأى العينة انهم يفضلون التعامل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ولا يشاركون في المناسبات الاجتماعية وقد جاء على لسان هؤلاء ان المشاركات الافتراضية من خلال مواقع التواصل تغنيهم عن حضور المناسبات

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

الإجتماعية حيث توفر لهم مزيداً من التفاعلية وتجنبهم بعض المواقف المحرجة عند التعامل خاصة الافراد الذين يعانون من الخجل في التواصل مع المحيطين، وفي المرتبة الخامسة ترى عينة الدراسة ان مواقع التواصل تعمل على زيادة المعلومات واثراء المناقشات لما تتيحه من امكانية الحصول على استطلاع رأى حول القضايا بين أكثر من فئة حول العالم بمتوسط حسابي ٢.٥٨ وقد اتاحت مواقع التواصل الإجتماعي من خلال صفحات قادة الرأى والسياسيين والمفكرين إمكانية التعرف على معلومات جديدة وآراء متعددة حول الموضوع الواحد حيث ينشر هؤلاء آرائهم الشخصية عبر حساباتهم على مواقع التواصل مما يعني المزيد من وجهات النظر والمعلومات لدى الجمهور، وفي المرتبة السادسة وبنفس المتوسط الحسابي يأتي كلاً من (تساعدني على تبادل الافكار والآراء والمعلومات مع الأصدقاء، تساعدني على معرفة أخبار الأهل والأصدقاء والمعارف، تتيح الدردشة الصوتية والمرئية مع الاصدقاء مما يضيفي مزيد من التفاعلية والمشاركة الإجتماعية) وكلها من المميزات التي اضافتها مواقع التواصل على الامكانيات المتاحة للوسائل التقليدية، حيث التفاعلية والثراء المعرفي والتواصل وكلها من المميزات التي أعطت لمواقع التواصل أهميتها لدى الجمهور مما جعلتها تأخذ مكانه أكبر من الوسائل التقليدية لدى معظم المتابعين، وأخيراً يرى افراد العينة ان مواقع التواصل تعمل على مساعدتهم على اقامة العديد من الصداقات حول العالم وعدم التقيد بزملاء الدراسة او العمل بمتوسط ٢.٥٤، وترى الباحثة ان مواقع التواصل الإجتماعي قد أتاحت للأفراد التواصل الفعلي والحقيقي مع العالم المحيط بعكس الوسائل التقليدية التي كانت تعمل في اتجاه واحد.

جدول رقم (١٦)

التأثيرات الإجتماعية السلبية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي (مواقع التواصل الإجتماعي)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						مقياس التأثيرات الاجتماعية السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
		معارض		إلى حد ما		موافق جداً		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧٢١٤٧	١.٨٢٣٣	٣٦.٣	١٠٩	٤٥.٠	١٣٥	١٨.٧	٥٦	١- اثرت وسائل الاعلام الرقمية على علاقتي بالأسرة
٠.٦٧٣٨٠	٢.٠٨٦٧	١٨.٧	٥٦	٥٤.٠	١٦٢	٢٧.٣	٨٢	٢- اثر استخدامي لوسائل الاعلام الرقمي على علاقتي الإجتماعية بأصدقائي

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٠.٦٣٩٢١	٢.١٩٠٠	١٢.٧	٣٨	٥٥.٧	١٦٧	٣١.٧	٩٥	٣- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي امكانية الرد على بعض الاشخاص غير المعروفة للشخص مما يتسبب في العديد من مواقف التحرشات الالكترونية
٠.٧٢٧٥١	٢.٢٥٠٠	١٧.٠	٥١	٤١.٠	١٢٣	٤٢.٠	١٢٦	٤- تسببت لى مواقع التواصل الاجتماعي في جزاءات في العمل نتيجة انشغالي بها اثناء العمل
٠.٦٧٩٩٨	٢.٢٥٠٠	١٣.٧	٤١	٤٧.٧	١٤٣	٣٨.٧	١١٦	٥- تسببت مواقع التواصل الاجتماعي في عدم اخذ قسط كافي من النوم نتيجة استخدامى لها مما اثر على عملى بشكل كبير
٠.٧٣٠٠٨	٢.١١٠٠	٢١.٧	٦٥	٤٥.٧	١٣٧	٣٢.٧	٩٨	٦- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي الدخول على بعض الصفحات ذات الطابع الجنسي والخارج مما يؤثر على ثقافة المشاهدين
٠.٦٣١٩٢	٢.٣٦٣٣	٨.٣	٢٥	٤٧.٠	١٤١	٤٤.٧	١٣٤	٧- تتسبب هذه المواقع في اختراق الخصوصية الخاصة بي مما يجعلني اشعر بالضيق منها
٠.٥٥٩٧٠	١.٩٦٦٧	١٧.٣	٥٢	٦٨.٧	٢٠٦	١٤.٠	٤٢	٨- تسببت مواقع التواصل الاجتماعي في قطع صلتى ببعض الاصدقاء نتيجة الاساءة الى بعض الشخصيات المحببة إلي كنجوم الكرة و الفنانين
٠.٦٦١٨٨	٢.١٧٣٣	١٤.٧	٤٤	٥٣.٣	١٦٠	٣٢.٠	٩٦	٩- انخفضت انشغالى بمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة انشغالى بمواقع التواصل الاجتماعي
٠.٦٠٨٨٤	١.٩٧٦٧	١٩.٧	٥٩	٦٣.٠	١٨٩	١٧.٣	٥٢	١٠- يشكو منى من ارتباطه عاطفيا بإنشغالي بمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الإهتمام به

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

١٠٦	٣٥.٣	١٢٥	٤١.٧	٦٩	٢٣.٠	٢.١٢٣٣	٠.٧٥٥٠٠	١- تسبب استخدامي لمواقع التواصل الإجتماعي الى قطع علاقتي ببعض الاشخاص نتيجة الدخول في نقاشات سياسية حادة
-----	------	-----	------	----	------	--------	---------	--

ويبين الجدول السابق أهم التأثيرات الاجتماعية السلبية التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي وقد تراوحت متوسطات درجات عبارات المقياس بين (١.٨٢: ٢.٣٦) كان اول تلك التأثيرات السلبية انها تتسبب في اختراق الخصوصية الخاصة بالافراد مما جعلهم يشعرون بالضيق منها وقد تلاحظت في الفترة الأخيرة اختراق لخصوصية الافراد على مواقع التواصل الاجتماعي ويتساوى في ذلك الأشخاص العاديين او المشاهير وان كانت الأغلبية للمشاهير والنجوم في المجتمع، حيث تلاحظ انتشار بعض الصور من الاكوتات الشخصية للأفراد ومحاولات الإختراق المتتالية لمعظم الافراد ممن يسمونه بالهكر وغيرها من مظاهر اختراق الخصوصية لدى بعض الافراد وقد اشارت عدة دراسات عن هذه المسألة الخطيرة أمثال (دراسة دعاء الخطيب (٢٠١٨)^(٥٧) وفي المرتبة الثانية يأتي كلاً من (تسببت مواقع التواصل الاجتماعي في عدم اخذ قسط كافي من النوم نتيجة استخدامي لها مما اثر على عملي بشكل كبير، تسببت لي مواقع التواصل الاجتماعي في جزاءات في العمل نتيجة انشغالي بها اثناء العمل) وقد بلغ متوسطهم الحسابي ٢.٢٥ ويلاحظ إرتباط كلاً منها بالأخر بشكل كبير حيث ان العينة ترى ان على الرغم من الإستفادة من مواقع التواصل في مجال العمل لكلاً منهم الا انها قد تؤثر بشكل سلبي في ذلك عن طريق الافراط في الاستخدام والاهتمام بها مما يؤثر على قسط النوم اللازم لانجاز الاعمال اليومية او الالهاء الذي تقوم به تلك المواقع عن الاعمال الهامة في حياة الأشخاص مما يؤثر على عملهم بشكل سلبي، وفي المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي ٢.١٩ يأتي رأى العينة في اتاحة مواقع التواصل الاجتماعي امكانية الرد على بعض الاشخاص غير المعروفة للشخص مما يتسبب في العديد من مواقف التحرشات الالكترونية وقد اشارت العديد من الدراسات ان مواقع التواصل عملت على زيادة نسبة التحرشات الإلكترونية أمثال دراسة نبيل نزية (٢٠١٩)^(٥٨)، ودراسة اجراها اليونسف على نفس الموضوع (٢٠١٩)^(٥٩)، ودراسة أيمن أحمد ناصف (٢٠١٨)^(٦٠)، ودراسة حمد عليان وفداء محمد طه (٢٠١٦)^(٦١) ودراسة فهد علي الطيار (٢٠١٤)^(٦٢) ان أهم الآثار السلبية المواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

الأخر، والتي اقربت ان من أكثر سلبيات المواقع الاجتماعية كانت زيادة معدلات التحرشات من خلال الشات او عرض المقاطع الإباحية زيادة الصفحات الإباحية عليها، وفي المرتبة الرابعة يأتي آراء العينة في انخفاض انشطتهم الاجتماعية نتيجة انشغالهم بمواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي ٢.١٧، وبمتوسط ٢.١٢ قال افراد العينة تسبب استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي الى قطع علاقتي ببعض الاشخاص نتيجة الدخول في نقاشات سياسية حادة حيث عملت زيادة التوترات بين الاشخاص وزيادة الخلاف في الرأي الى وجود بعض الصدام مما قد يؤدي الى قطع العلاقات في بعض الأحيان وذلك نتيجة لحرية الآراء التي أتاحتها تلك المواقع مع إمكانية نشر هذه الآراء على نطاق واسع ويحدث ذلك خاصة في المجالين السياسي والرياضي في بعض الأحيان، ويأتي رأي العينة في ان مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الدخول على بعض الصفحات ذات الطابع الجنسي والخارج مما يؤثر على ثقافة المشاهدين بمتوسط حسابي ٢.١١ وهو ما تمت الإشارة اليه فيما يتعلق بأسباب زيادة معدلات التحرشات وترى الباحثة ان الانفتاح الذي اتاحه مواقع التواصل الاجتماعي كثيراً ما يتم استغلاله بالشكل السيئ حيث يقوم بعض المستخدمين بزيارة تلك المواقع ومشاهدتها نتيجة ضغوطات او مشكلات نفسية او غيرها من الدوافع مما يؤثر سلبيا على قيم المجتمع، وترى الباحثة ان الرقابة المجتمعية والأسرية لا بد ان تعمل على مواجهة هذا الغزو الذي يستهدف الشباب بشكل أساسي ولا بد من وجود تنبيهات بعدم زيارة تلك الصفحات الملوثة الذي عادة ما يشترك فيها عناصر خارجية تستهدف قيم المجتمع وافكار شبابه الواعد، وبمتوسط حسابي ٢.٠٨ يأتي رأي العينة ان من أهم التأثيرات الاجتماعية السلبية التي تتسبب بها مواقع التواصل الاجتماعي هي ان استخدامهم لوسائل الاعلام الرقمي اثرت على علاقتهم الاجتماعية بأصدقائهم، من خلال زيادة الاهتمام بتلك المواقع وعد المشاركة المجتمعية للاصدقاء في مناسبتهم الاجتماعية كحفلات الزواج واعياد الميلاد وحفلات التخرج وغيرها والاكتفاء بكتابة تعليقات لهم على صفحاتهم الاجتماعية وتهنئتهم بها، كما يذكر افراد العينة ان من الآثار الاجتماعية السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي (تسببت مواقع التواصل الاجتماعي في قطع صلتى ببعض الاصدقاء نتيجة الاساءة الى بعض الشخصيات المحببة إلي كنجوم الكرة و الفنانين، يشكو مني من ارتباطه به عاطفيا بإنشغالي بمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الإهتمام به، وأخيراً اثرت وسائل الاعلام الرقمية على علاقتي بالأسرة). وترى الباحثة ان وسائل الاعلام الرقمية لها العديد من التأثيرات الاجتماعية سواء السلبية او

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

الإيجابية ويتوقف ذلك كله على المستخدم نفسه فهو الذى يتحكم في طريقه استخداماته لها والهدف الذى يستخدمها لتحقيقه، وكذلك يتوقف على دوافعه لاستخداماتها وكثافة متابعتها، وهو ما اشار اليه فارس زين العابدين (٢٠١٤)^(١٣) في المقال الذى تناول فيه رأي الكاتب الأمريكي "كاثلين كلارك بيرسون"، من خلال تقرير له حول تأثيرات وسائل الإعلام الاجتماعية على الأطفال والمراهقين، موضحاً أن الخطر الأكبر للإنترنت في وقتنا الحاضر يكمن في الأخطار التي تكون فيما بينهم، كالاستعمال الغير صحيح للتكنولوجيا، وقلة الخصوصية، وتبادل الكثير من المعلومات الخاصة، أو نشر معلومات كاذبة تتعلق بهم أو بالآخرين.

جدول رقم (١٧)

التأثيرات النفسية الإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي (مواقع التواصل الإجتماعي)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						
		معارض		إلى حد ما		موافق جدا		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٢٠٤٧	٢.٦٦٣٣	٢.٣	٧	٢٩.٠	٨٧	٦٨.٧	٢٠٦	١- تزيد من قدرتي على التعبير عما اشعر به دون حرج
٠.٥٠١٩٩	٢.٧١٣٣	٢.٣	٧	٢٤.٠	٧٢	٧٣.٧	٢٢١	٢- اتناقش في قضايا تتصل بإهتماماتي دون قيود
٠.٥٥٠٣٧	٢.٥٩٠٠	٣.٠	٩	٣٥.٠	١٠٥	٦٢.٠	١٨٦	٣- اطلق مواهبي وقدراتي في الرسم والغناء وشاركها مع الأصدقاء
٠.٥٢٠٢٢	٢.٦٨٣٣	٢.٧	٨	٢٦.٣	٧٩	٧١.٠	٢١٣	٤- اعبر عن رأيي بحرية تامة دون قيود او رقابة
٠.٥٤٧٦٢	٢.٥٦٦٧	٢.٧	٨	٣٨.٠	١١٤	٥٩.٣	١٧٨	٥- اشعر بالثقة بالنفس عند اعجاب الآخرين بما انشره من مواد على يومياتي الخاصة
٠.٥٠٣٤٠	٢.٧١٠٠	٢.٣	٧	٢٤.٣	٧٣	٧٣.٣	٢٢٠	٦- اشعر بالرضا عن نفسي حين اقوم بعمل إنجاز معين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
٠.٤٨٢٨٨	٢.٧٤٠٠	٢.٠	٦	٢٢.٠	٦٦	٧٦.٠	٢٢٨	٧- زادت قداي على تقبل الآراء المخالفة لرأيي دون صدام
٠.٤٨٦٤٣	٢.٧٤٦٧	٢.٣	٧	٢٠.٧	٦٢	٧٧.٠	٢٣١	٨- أشعر بالأهمية حين يزداد عدد أصدقائي

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٠.٥٠٥٩٧	٢.٦٨٦٧	٢.٠	٦	٢٧.٣	٨٢	٧٠.٧	٢١٢	٩- اشعر بالفخر حين اشارك في قضايا مجتمعية سواء بالرأى او المشاركة الفعلية
٠.٥٥٣٦٠	٢.٦٥٦٧	٤.٠	١٢	٢٦.٣	٧٩	٦٩.٧	٢٠٩	١٠- مواقع التواصل الاجتماعي جعلتني اشعر بالطمأنينة نتيجة وجود العالم بين يدي
٠.٥٠٦١٤	٢.٧٠٣٣	٢.٣	٧	٢٥.٠	٧٥	٧٢.٧	٢١٨	١١- قللت تلك المواقع من شعورى بالعزلة والحزن حينما أجد مشاركة اجتماعية من الآخرين وقت الضيق

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم التأثيرات النفسية الإيجابية التي تتسبب فيها مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها حيث كانت ان وسائل التواصل اتاحت لافراد العينة (زادت من قدراتهم على تقبل الآراء المخالفة لرأيهم دون صدام، وانهم يشعرون بالأهمية حين يزداد عدد أصدقائهم) وكانت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٧٤ وترى الباحثة ان مهارة تقبل الآخرين هي ما تعمل على الاتزان الانفعالي الذي يجعل الفرد يشعر بالراحة النفسية دون الشعور بالغضب مما يجعله يشعر بالراحة النفسية، فضلا على ان زيادة أعداد المتابعين للفرد يشعره بأنه شخص هام في المجتمع مما يزيد من ثقته بنفسه ويشعره بالعديد من التوازن وترى الباحثة الضبط الانفعالي والنفسى يعد من أهم التأثيرات النفسية التي تنتج من استخدام مواقع التواصل غير ان الباحثة ترى ان ذلك يعود الى طبيعة المستخدم نفسه ومدى تقبله لآراء الآخرين من عدمه حيث توجد شخصيات متمزجة لأرائهم ولا يقبلون آراء غيرهم، وفي المرتبة الثانية يوجد اتجاهات المبحوثين نحو تأثيرات مواقع التواصل النفسية السلبية حيث يرون انهم (يشعرون بالرضا عن انفسهم حين يقوموا بعمل إنجاز معين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وانهم يتناقشون في قضايا تتصل باهتماماتهم دون قيود) وجاءت بمتوسط حسابي ٢.٧١، ثم يأتي رأى افراد العينة بأن تلك المواقع قللت من شعورهم بالعزلة والحزن حينما يجدون مشاركة اجتماعية من الآخرين وقت الضيق وتوصلت عدد من الدراسات الى ان من أهم التأثيرات النفسية لمواقع التواصل الاجتماعي انها عملت على رفع مستويات تقدير الذات وخفض مشاعر الوحدة من خلال زيادة التفاعلات الاجتماعية مما يقلل من التوتر والشعور بالقلق او العزلة^(٦٤)، كما توصلت دراسة بن مصطفى عبد الكريم (٢٠١٩)^(٦٥) ان مواقع التواصل تساعد الأفراد الذين يعانون من القلق والاكتئاب على التخلص من مشكلاتهم النفسية، ثم

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

يأتى رأى العينة بشأن التعبير عن آرائهم بحرية على مواقع التواصل مما يشعرهم بالحرية وعدم الخجل غير ان مواقع التواصل تعمل دون رقابة وهذه يمكن أن تكون ميزة أو عيب على حسب استخدامات الافراد حيث ان عدم الرقابة يتيح التعبير عن الآراء بحرية كما يمكن ان تكون سبب للمضايقات ونشر القيم السلبية، وبنفس المتوسط الحسابي يوجد رأى العينة انهم يشعرون بالفخر حين يشاركون في قضايا مجتمعية سواء بالرأى او المشاركة الفعلية وهذا ما يدعم حالاتهم النفسية ويجعلهم يشعرون بما يسمى تقدير الذات وهو من اهم التأثيرات النفسية التي تسببها مواقع التواصل، كما ترى عينة الدراسة انها تعمل على زيادة قدراتهم على التعبير عما يشعرون به دون حرج وهو ايضا بسبب الحرية وعد وجود رقابة على تلك الوسائل، وبمتوسط ٢.٦٥ يرى افراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يشعرون بالطمأنينة نتيجة وجود العالم بين ايديهم حيث ان يخلف شعور الوحدة والانعزال الكثير من التأثيرات النفسية السلبية بينما يؤدي شعور التواصل واتاحة كل ما يريده الفرد من احتياجات شعور الطمأنينة مما يؤدي الى مزيد من شعور الاتزان النفسي وهو ما يسعى الفرد اليه دائماً، كما ترى العينة ان مواقع التواصل تعمل على اطلاق مواهبهم وقدراتهم في الرسم والغناء ومشاركتها مع الأصدقاء، واخيراً يشعر المبحوثين بالثقة بالنفس عند اعجاب الآخرين بما يتم نشره من مواد على يومياتهم الخاصة وقد حصلت على أقل متوسط حسابي ٢.٥٦.

جدول رقم (١٨)

التأثيرات النفسية السلبية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمي (مواقع التواصل الاجتماعي)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة/ ن = ٣٠٠						مقياس التأثيرات النفسية السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
		معارض		إلى حد ما		موافق جداً		
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٧٨٠٨	٢.٤٤٠٠	٤.٣	١٣	٤٧.٣	١٤٢	٤٨.٣	١٤٥	١- عندما استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا أشعر بمضي الوقت
٠.٧٢١٢٦	٢.١٤٦٧	١٩.٧	٥٩	٤٦.٠	١٣٨	٣٤.٣	١٠٣	٢- اغضب جداً حينما يقاطعني أحدا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويسبب لي ذلك مشاكل كثيرة
٠.٦٦١٧٠	١.٩٨٣٣	٢٢.٧	٦٨	٥٦.٣	١٦٩	٢١.٠	٦٣	٣- اهمل في صحتي نتيجة لاستخدامي مواقع التواصل الاجتماعي وانشغالي عن الأكل مع افراد الاسرة

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

٠.٦٨٣٩٨	٢.٠٢٠٠	٢٢.٣	٦٧	٥٣.٣	١٦٠	٢٤.٣	٧٣	٤- اشعر بالضيق والكآبة والملل نتيجة لاستخدامي الزائد لمواقع التواصل الاجتماعي
٠.٦٩٨١٧	٢.٠٨٦٧	٢٠.٣	٦١	٥٠.٧	١٥٢	٢٩.٠	٨٧	٥- ارى ان مواقع التواصل الاجتماعي جعلتني انسان غاضب دائما نتيجة لما اشاهده من مواقف غير مرضية
٠.٦٣٨٨٧	٢.٠٥٦٧	١٧.٧	٥٣	٥٩.٠	١٧٧	٢٣.٣	٧٠	٦- أشعر بالتوتر عندما اضيف شخصاً لا اعرفه عبر مواقع التواصل الاجتماعي واشعر انه جاء ليراقبني فقط
٠.٦٤٥٨٨	١.٩٧٠٠	٢٢.٣	٦٧	٥٨.٣	١٧٥	١٩.٣	٥٨	٧- التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي جعلني أشعر بالقلق الدائم
٠.٧٠٨٢٩	٢.٢٠٠٠	١٧.٠	٥١	٤٦.٠	١٣٨	٣٧.٠	١١١	٨- رؤية المشاهد العنيفة والدموية على مواقع التواصل الاجتماعي جعلتني أشعر بالسلبية والعنف
٠.٧٣٥٤٤	٢.٢٦٠٠	١٧.٣	٥٢	٣٩.٣	١١٨	٤٣.٣	١٣٠	٩- اخشى اني أكون مراقب عبر الإنترنت وهذا جعلني اشعر بالتوتر عند استخدامي له
٠.٦١٢٩٨	٢.٥٤٦٧	٦.٣	١٩	٣٢.٧	٩٨	٦١.٠	١٨٣	١٠- اشعر بالخوف من المستقبل نتيجة ما اتابعه من احداث عالمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وكما أن لمواقع التواصل تأثيرات نفسية إيجابية فإن لها بعض التأثيرات السلبية وهو ما تشير اليه بيانات الجدول التالي حيث تراوحت متوسطات درجات المبحوثين على هذا المقياس من (١.٩٧ : ٢.٥٤) كان أعلاها ان المبحوثين يشعرون بالخوف من المستقبل نتيجة ما اتابعه من احداث عالمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تقوم تلك المواقع بنشر الاخبار العالمية مما يجعل الافراد يشعرون وأنهم جزء من الأحداث وهو ما يجعلهم يشعرون في بعض الاحيان بالقلق نتيجة خوفهم من تلك الاخبار او تتابعاتها او تأثيراتها عليهم واذا ما تم قياس ذلك على مثال عملي نجد ان ما تناقلته وسائل التواصل الاجتماعي من انباء عن قيام ما يسمى بالحرب العالمية الثالثة في بداية عام ٢٠٢٠ نتيجة ما قامت به من مناوشات بين تركيا وايران والانتهاكات التي قامت بها القوات التركية ضد كلاً من سوريا وليبيا وغيرها من دول الخليج والقلق الذي انتاب بعض متابعي الفيس بوك

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

عن تلك الحرب الغامضة التي تسببت في الكثير من شعور الاحباط والخوف مما أثر سلباً على الافراد في مصر وخارجها، كما نشرت بعض المواقع ان من تداعيات فيروس كورونا المستجد قيام ما يسمى بالحرب العالمية الثالثة حيث صنفها بعض المتابعين بأنها حرب إقتصادية وليس مجرد وباء يجوب العالم، وهو ما اشارت اليه دراسة كير شنكي (٢٠١٤)^(٦٦) حيث أسفرت النتائج عن وجود تأثير سلبي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية لدى الطلبة الجامعين وزيادة القلق لديهم، ولكن القلق في بعض الأحيان كان بدافع حب الاستطلاع، وفي المرتبة الثانية اقرت العينة انها عندما تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لا يشعرون بمضي الوقت مما يعمل على هدر الوقت بشكل سلبي وجاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٤، وفي المرتبة الثالثة جاء ان العينة تخشى ان يكونوا مراقبين عبر الإنترنت وهذا يجعلهم يشعرون بالتوتر عند استخدامهم له وترى الباحثة ان مجرد الشعور بالمراقبة يجعل الافراد لا يفصحون عن آرائهم بشكل سليم، حيث تردد الكثير الاشاعات حول قيام بعض المواقع واكثرها موقع فيس بوك بالتجسس على المستخدمين وان ما يتم على التلفيون الشخصي يكون متاح لدى الجميع مما يجعل البعض يتوترون عند استخدامهم لتلك المواقع، وترى العينة وبمتوسط حسابي ٢.٢٠ ان رؤية المشاهد العنيفة والدموية على مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم يشعرون بالسلبية والعنف وينطبق عليه ما ينطبق على وسائل الإعلام التقليدية من نشر الاخبار المفجعة والدموية الخاصة بالحروب بين الدول او من خلال الدراما المعروضة ومظاهر القتل وسفك الدماء مما يؤدي بالمستخدمين الى العديد من الشعور بالسلبية، وبمتوسط ٢.١٤ يرى افراد العينة انهم كثيرا ما يشعرون بالغضب حينما يقاطعهم أحدا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويسبب لهم ذلك مشاكل كثيرة، ويلي ذلك انهم يشعرون بالتوتر عندما يضيفوا شخصا لا يعرفونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي واشعر انه جاء ليراقبني فقط. وترى الباحثة ان الاكثاب المتسبب فيه مواقع التواصل يمكن ان نقلل من نسبه بتقليل الوقت الذي نعمد فيه على تلك المواقع والإشتراك في المناسبات الاجتماعية مع اقرانهم واسرهم واصدقائهم.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

جدول رقم (١٩)

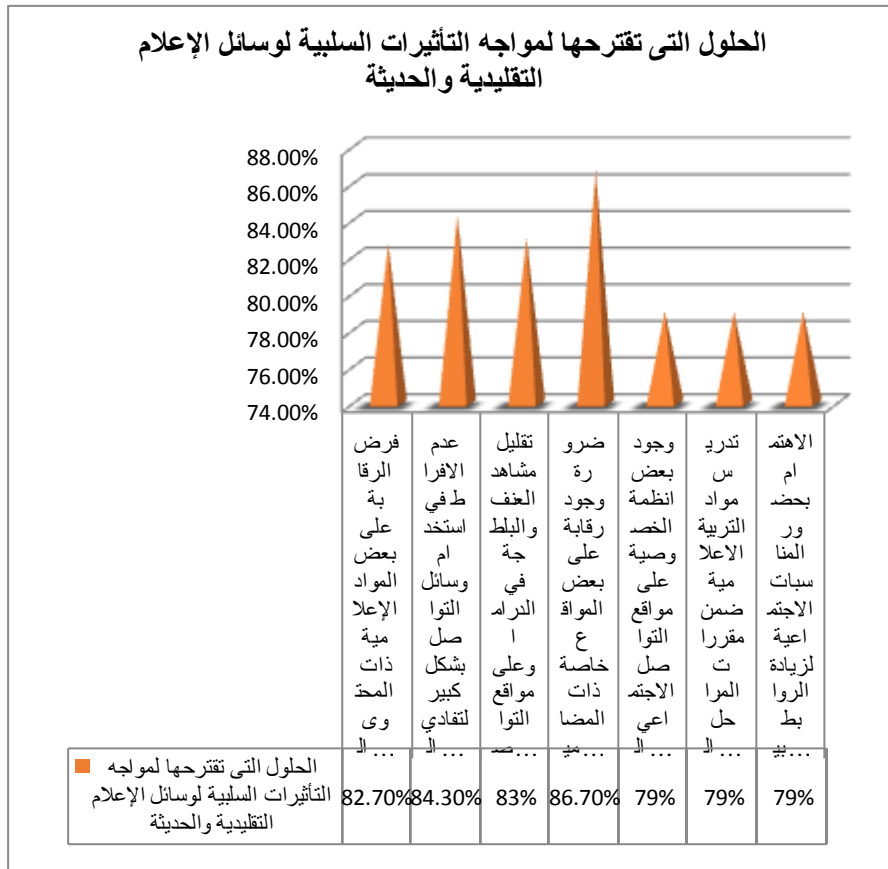
الحلول التي تقترحها لمواجهة التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة

النسبة من عدد مفردات العينة	النسبة من إجمالي التكرارات	التكرارات	الحلول المقترحة لمواجهة التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام
٨٢.٧	١٤.٤	٢٤٨	فرض الرقابة على بعض المواد الإعلامية ذات المحتوى السيئ وضرورة التأكد من ما يعرض على وسائل الاعلام يكون متوافق مع قيم المجتمع
٨٤.٣	١٤.٧	٢٥٣	عدم الافراط في استخدام وسائل التواصل بشكل كبير لتفادي التأثيرات النفسية والاجتماعية الضارة
٨٣.٠	١٤.٥	٢٤٩	تقليل مشاهد العنف والبلطجة في الدراما وعلى مواقع التواصل الاجتماعي
٨٦.٧	١٥.١	٢٦٠	ضرورة وجود رقابة على بعض المواقع خاصة ذات المضامين الجنسية والإباحية
٧٩.٠	١٣.٨	٢٣٧	وجود بعض أنظمة الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح حماية الصفحات الشخصية من الهاكر والتحرشات
٧٩.٠	١٣.٨	٢٣٧	تدريس مواد التربية الاعلامية ضمن مقررات المراحل السنية المختلفة حتى يكونوا على دراية بأسس التعامل الجيد مع وسائل الاعلام
٧٩.٠	١٣.٨	٢٣٧	الاهتمام بحضور المناسبات الاجتماعية لزيادة الروابط بين الاصدقاء
٥٧٣.٧	١٠٠.٠	١٧٢١	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق الى مقترحات عينة الدراسة لمواجهة التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة على حد سواء ولما كانت تلك المقترحات متعددة فقد أوتحت للعينة إمكانية إختيار أكثر من حل حتى ان التكرارات وصل تعدادها الى ١٧٢١ تكرار للعينة الإجمالية البالغة ٣٠٠ مفردة، وقد كان في مقدمتها ضرورة وجود رقابة على بعض المواقع خاصة ذات المضامين الجنسية والإباحية بنسبة ٨٦.٧% من إجمالي عينة الدراسة وبنسبة ١٥.١% من إجمالي التكرارات، ثم ضرورة عدم الافراط في استخدام وسائل التواصل بشكل كبير لتفادي التأثيرات النفسية والاجتماعية الضارة بنسبة ٨٤.٣%، ثم تقليل مشاهد العنف والبلطجة في الدراما وعلى مواقع التواصل الاجتماعي تقليل مشاهد العنف والبلطجة في الدراما وعلى مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

الثالثة وبنسبة ٨٣% من إجمالي عينة الدراسة، وفي المرتبة الرابعة يرى افراد العينة لا بد من فرض الرقابة على بعض المواد الإعلامية ذات المحتوى السئ وضرورة التأكد من ما يعرض على وسائل الاعلام يكون متوافق مع قيم المجتمع بنسبة ٨٢.٧%، وأخيراً تساوت نسبة كلاً من (وجود بعض أنظمة الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح حماية الصفحات الشخصية من الهاكر والتحرشات، تدريس مواد التربية الاعلامية ضمن مقررات المراحل السنية المختلفة حتى يكونوا على دراية بأسس التعامل الجيد مع وسائل الاعلام، الاهتمام بحضور المناسبات الاجتماعية لزيادة الروابط بين الاصدقاء) بنسبة ٧٩%.



شكل رقم (١٠)

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

- نتائج التحقق من صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية بين دوافع اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة تبعاً للعوامل الديمجرافية لهم.
أولاً: الفروق بين المبحوثين لدوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية تبعاً للعوامل الديمجرافية.

جدول رقم (٢٠)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في دوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمتغير النوع

دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار t-test قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
	ذكر	١٢١	٢.٩٣٣٩	٠.٣٥٩٠٦	١.٥٩٢	١٤٨	٠.١١٣	غير دالة
	أنثى	١٧٩	٢.٩٨٨٨	٠.١٤٩٤٩				

تشير نتائج إختبار "ت" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة "ت" ١.٥٩٢ عند درجات حرية ١٤٨ ومستوى معنوية ١١٣. وهي قيمة غير داله إحصائياً لأنها أكبر من ٠.٠٥ مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين على مقياس دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمتغير النوع.

جدول رقم (٢١)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمتغير العمر

دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار ANOVA قيمة ف	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
	من ١٥ الى اقل من ٢٥ سنة	١١٤	٢.٩٨٢٥	٠.١٨٧٣٢	٣٥٠.	٢	٠.٧٠٥	غير دالة
	من ٢٥ الى اقل من ٣٥ سنة	١٤٢	٢.٩٥٧٧	٠.٢٨٨٦٣				
	٣٥ سنة فأكثر	٤٤	٢.٩٥٤٥	٠.٣٠١٥١				
	الإجمالي	٣٠٠	٢.٩٦٦٧	٠.٢٥٦٤٧				

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

تشير قيمة "ف" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة "ف" ٠.٣٥٠ عند درجات حرية ٢، ومستوى معنوية ٠.٧٠٥ مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين للوسائل التقليدية تبعاً لمتغير العمر.

جدول رقم (٢٢)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمستوى التعليم

دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية	مستوى التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار ANOVA قيمة ف	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية	متوسط	٨٣	٢.٩٥١٨	٠.٣٠٨٥٦	٠.٥٣٠	٢	٠.٥٨٩	غير دالة
	جامعي	١٧١	٢.٩٦٤٩	٠.٢٦٣٣٤				
	فوق الجامعي	٤٦	٣.٠٠٠٠	٠.٠٠٠٠٠				
	الإجمالي	٣٠٠	٢.٩٦٦٧	٠.٢٥٦٤٧				

تشير قيمة "ف" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمستوى التعليم، حيث بلغت قيمة "ف" ٠.٥٣٠ عند درجات حرية ٢، ومستوى معنوية ٠.٥٨٩ مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين للوسائل التقليدية تبعاً لمستوى التعليم.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

جدول رقم (٢٣)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار ANOVA قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	متوسط الدخل الشهري	دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية
غير دالة	٠.٦٠٤	٢	٠.٥٠٥	٠.٠٠٠٠٠٠	٣.٠٠٠٠	٢٠	أقل من ١٠٠٠ جنية	
				٠.٢٢٢٩٠	٢.٩٧٥٠	١٦٠	من ١٠٠٠ الى أقل من ٣٠٠٠ جنية	
				٠.٣١٣٥٦	٢.٩٥٠٠	١٢٠	٣٠٠٠ جنية فأكثر	
				٠.٢٥٦٤٧	٢.٩٦٦٧	٣٠٠	الإجمالي	

تشير قيمة "ف" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة، حيث بلغت قيمة "ف" 505. عند درجات حرية 2، ومستوى معنوية 604. مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين للوسائل التقليدية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري.

ثانياً: الفروق بين المبحوثين لدوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمية تبعاً للعوامل الديمجرافية.

جدول رقم (٢٤)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين المبحوثين في دوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمية تبعاً لمتغير النوع

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار t-test قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	النوع	دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية
غير دالة	٠.٩٨٨	٢٩٨	٠.٠١٥	٠.١٢٨٠٣	٢.٩٨٣٥	١٢١	ذكر	
				٠.١٢٨٧٣	٢.٩٨٣٢	١٧٩	أنثى	

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

تشير نتائج إختبار "ت" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة "ت" ٠.٠١٥ عند درجات حرية ٢٩٨ ومستوى معنوية ٠.٩٨٨ وهي قيمة غير داله إحصائياً لأنها أكبر من ٠.٠٥ مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين على مقياس دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام الرقمية تبعاً لمتغير النوع.

جدول رقم (٢٥)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع التعرض لوسائل الإعلام الرقمية تبعاً للعمر

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار ANOVA قيمة ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	العمر	دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية
غير دالة	٠.٢٢١	٢	١.٥١٧	٠.١٣١٨٧	٢.٩٨٢٥	١١٤	من ١٥ الى اقل من ٢٥ سنة	
				٠.٠٨٣٩٢	٢.٩٩٣٠	١٤٢	من ٢٥ الى اقل من ٣٥ سنة	
				٠.٢١٠٧١	٢.٩٥٤٥	٤٤	٣٥ سنة فأكثر	
				٠.١٢٨٢٣	٢.٩٨٣٣	٣٠٠	الإجمالي	

تشير قيمة "ف" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية تبعاً لأعمار المبحوثين، حيث بلغت قيمة "ف" ١.٥١٧ عند درجات حرية ٢، ومستوى معنوية ٠.٢٢١ مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين للوسائل الرقمية تبعاً لمتغير العمر.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

جدول رقم (٢٦)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA بين متوسطات درجات المبحوثات على مقياس دوافع التعرض
لوسائل الإعلام الرقمية تبعاً لمستوى التعليم

دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية	مستوى التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار ANOVA قيمة ف	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
غير دالة	متوسط	٨٣	٢.٩٧٥٩	٠.١٥٤٢٨	٠.٥٣٠	٢	٠.٥٨٩	غير دالة
	جامعي	١٧١	٢.٩٨٢٥	٠.١٣١٦٧				
	فوق الجامعي	٤٦	٣.٠٠٠٠	٠.٠٠٠٠٠				
	الإجمالي	٣٠٠	٢.٩٨٣٣	٠.١٢٨٢٣				

تشير قيمة "ف" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية تبعاً لمستوى التعليم، حيث بلغت قيمة "ف" ٠.٥٣٠ عند درجات حرية ٢، ومستوى معنوية ٠.٥٨٩ مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين للوسائل الرقمية تبعاً لمستوى التعليم.

جدول رقم (٢٧)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA بين متوسطات درجات المبحوثات على مقياس دوافع التعرض لوسائل الإعلام الرقمية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري

دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية	متوسط الدخل الشهري	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	اختبار ANOVA قيمة ف	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
غير دالة	أقل من ١٠٠٠ جنية	٢٠	٢.٩٥٠٠	٠.٢٢٣٦١	٠.٧٥٩	٢	٠.٤٦٩	غير دالة
	من ١٠٠٠ الى أقل من ٣٠٠٠ جنية	١٦٠	٢.٩٨٧٥	٠.١١١٤٥				
	٣٠٠٠ جنية فأكثر	١٢٠	٢.٩٨٣٣	٠.١٢٨٥٦				
	الإجمالي	٣٠٠	٢.٩٨٣٣	٠.١٢٨٢٣				

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

تشير قيمة "ف" في الجدول السابق الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة، حيث بلغت قيمة "ف" ٠.٧٥٩ عند درجات حرية ٢، ومستوى معنوية ٠.٤٦٩ مما يعنى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين للوسائل الرقمية تبعاً لمتوسط الدخل الشهري.

وعن تحقق صحة الفرض الأول: فقد أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على مقياس متابعة وسائل الإعلام التقليدية والرقمية تبعاً للمتغيرات الديمجرافية، وبذلك لم يثبت صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات دوافع اعتماد المراهقين على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومعدلات التأثيرات الاجتماعية والنفسية الإيجابية الناتجة عن هذا الاعتماد.

أولاً: نتائج التحقق من وجود علاقة بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات الإيجابية الناتجة:-.

جدول رقم (٢٨)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات الاجتماعية الإيجابية

دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية		مقياس التأثيرات الاجتماعية الإيجابية
٠.٠٣٠-	معامل الارتباط	
٠.٦٠٦	مستوى الدلالة	
٣٠٠	العدد	

تم إختبار العلاقة بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات الإيجابية الناتجة عن هذا التعرض باستخدام معامل ارتباط الرتب، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٠٣٠- عند مستوى دلالة ٠.٦٠٦ لذلك تشير نتائج الجدول التالي الى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات الاجتماعية الإيجابية.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

جدول رقم (٢٩)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات النفسية الإيجابية

دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية		مقياس التأثيرات النفسية الإيجابية
معامل الارتباط	٠.١٦٤**	
مستوى الدلالة	٠.٠٠٤	
العدد	٣٠٠	

تم إختبار العلاقة بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات الإيجابية الناتجة عن هذا التعرض باستخدام معامل ارتباط الرتب، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.١٦٤ عند مستوى دلالة ٠.٠٠٤ لذلك تشير نتائج الجدول التالي الى وجود علاقة دالة إحصائياً بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات النفسية الإيجابية.

ثانياً: نتائج التحقق من وجود علاقة بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات الإيجابية الناتجة:-

جدول رقم (٣٠)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة دوافع التعرض لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات الاجتماعية الإيجابية

دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الحديثة		مقياس التأثيرات الاجتماعية الإيجابية
معامل الارتباط	٠.٠١٨	
مستوى الدلالة	٠.٧٥٣	
العدد	٣٠٠	

تم إختبار العلاقة بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات الإيجابية الناتجة عن هذا التعرض باستخدام معامل ارتباط الرتب، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٠١٨ عند مستوى دلالة ٠.٧٥٣ لذلك تشير نتائج الجدول التالي الى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات الاجتماعية الإيجابية.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

جدول رقم (٣١)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة دوافع التعرض لوسائل الإعلام الرقمية
والتأثيرات النفسية الإيجابية

دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الحديثة		مقياس التأثيرات النفسية الإيجابية
٠.٠٤٣	معامل الارتباط	
٠.٤٥٤	مستوى الدلالة	
٣٠٠	العدد	

تم إختبار العلاقة بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات الإيجابية الناتجة عن هذا التعرض بإستخدام معامل ارتباط الرتب، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ٠.٠٤٣ عند مستوى دلالة ٠.٤٥٤ لذلك تشير نتائج الجدول التالي الى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كلاً من دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات النفسية الإيجابية.

وعن نتائج التحقق من صحة الفرض الثاني: فقد ثبتت صحة الفرض الثاني بشكل جزئي حيث تبين وجود علاقة بين كلاً من دوافع إستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات الإجتماعية الإيجابية الناتجة عن هذا التعرض، بينما لم يثبت صحة الفرض فيما يتعلق بالوسائل التقليدية، وبالتالي فقد ثبتت صحة الفرض الثاني جزئياً.
الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومعدلات التأثيرات السلبية الناتجة عن هذا الإعتداد .
أولاً: نتائج التحقق من وجود علاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات السلبية الناتجة:-

جدول رقم (٣٢)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة بين كثافة إستخدام المبحوثين لوسائل
الإعلام التقليدية وتأثيراتها الإجتماعية السلبية الناتجة عنها

كثافة استخدام المبحوثين للوسائل الإعلامية التقليدية		مقياس التأثيرات الإجتماعية السلبية
*٠.١٣٨-	معامل الارتباط	
٠.٠١٦	مستوى الدلالة	
٣٠٠	العدد	

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

تشير بيانات الجدول السابق الى وجود علاقة بين كل من كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية وتأثيراتها الاجتماعية السلبية الناتجة عنها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط -0.138 عند مستوى دلالة 0.016 وهى قيمة دالة إحصائياً وهو ما يعنى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كلاً من كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية وتأثيراتها الاجتماعية السلبية الناتجة عنها.

جدول رقم (٣٣)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية وتأثيراتها النفسية السلبية الناتجة عنها

كثافة استخدام المبحوثين للوسائل الإعلامية التقليدية		مقياس التأثيرات النفسية السلبية
-0.054	معامل الارتباط	
0.349	مستوى الدلالة	
300	العدد	

تم إختبار العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات السلبية الناتجة عنها باستخدام معامل ارتباط الرتب، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط -0.054 عند مستوى دلالة 0.349 لذلك تشير نتائج الجدول التالى الى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كلاً من كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية وتأثيراتها النفسية السلبية الناتجة عنها.

ثانياً: نتائج التحقق من وجود علاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية والتأثيرات السلبية الناتجة:-

جدول رقم (٣٤)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة بين كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها الاجتماعية السلبية الناتجة عنها

كثافة استخدام المبحوثين للوسائل الإعلامية الرقمية		مقياس التأثيرات الاجتماعية السلبية
-0.010	معامل الارتباط	
0.868	مستوى الدلالة	
300	العدد	

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

تم إختبار العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الحديثة والتأثيرات السلبية الناتجة عنها بإستخدام معامل ارتباط الرتب، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط - ٠.١٠ عند مستوى دلالة ٠.٨٦٨. لذلك تشير نتائج الجدول التالي الى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كلاً من كثافة إستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها الإجماعية السلبية الناتجة عنها كثافة إستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها الاجتماعية السلبية الناتجة عنها.

جدول رقم (٣٥)

نتيجة اختبار معامل ارتباط الرتب لبيان العلاقة بين كثافة إستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها النفسية السلبية الناتجة عنها

كثافة استخدام المبحوثين للوسائل الإعلامية الرقمية		مقياس التأثيرات النفسية السلبية
٠.٠٧٥-	معامل الارتباط	
٠.١٩٣	مستوى الدلالة	
٣٠٠	العدد	

تم إختبار العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الحديثة والتأثيرات السلبية الناتجة عنها بإستخدام معامل ارتباط الرتب، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط - ٠.٠٧٥ عند مستوى دلالة ١٩٣. لذلك تشير نتائج الجدول التالي الى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كلاً من كثافة إستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها الإجماعية السلبية الناتجة عنها كثافة إستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها النفسية السلبية الناتجة عنها.

وعن نتائج التحقق من صحة الفرض الثالث: فقد ثبتت صحة الفرض الثاني بشكل جزئي حيث تبين وجود علاقة بين كلاً من كثافة إستخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والتأثيرات الإجماعية السلبية الناتجة عن هذا كثافة التعرض، بينما لم يثبت صحة الفرض فيما يتعلق بالوسائل الرقمية، وبالتالي فقد ثبتت صحة الفرض الثالث جزئياً.

توصيات ومقترحات الدراسة:

في نهاية الدراسة تقدم الباحثة عدة توصيات لتلافي الآثار السلبية لوسائل الإعلام سواء التقليدية او الرقمية:-

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

- ١- التوعية المستمرة لأولياء الأمور بمدى خطورة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها السلبي على أطفالهم، وكيفية توجيههم نحو الاستخدام الأمثل لها، والاستفادة منها كي تصبح أداة تواصل فاعلة في المجتمع.
- ٢- تحديث منظومة الإعلام الجديد وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الضبط التشريعي والضببط الذاتي والمتابعة المجتمعية.
- ٣- إجراء العديد من الدراسات العلمية على وسائل الإعلام ككل وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة تأثيراتها على الجمهور.
- ٤- يجب تعريف المستخدم المواقع التواصل الاجتماعي والفرق بين الحرية المسئولة والحرية المطلقة في تناوله للموضوعات والقضايا المختلفة، ومراعاة الضوابط الأخلاقية والقانونية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٥- يجب أن تكون هناك آلية من قبل الحكومات والمؤسسات لمتابعة المواقع الغير ملتزمة ومعاقبة من يتجاوز الحدود الأخلاقية والقانونية والدينية، ولا بد أن يكون التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بترخيص كما نتعامل مع الإذاعات والقنوات التلفزيونية والمحطات الفضائية.
- ٦- وضع استراتيجية تتبنى التربية الإعلامية كممارسة، وذلك في ظل الارتفاع المتزايد لمعدلات تعرض فئات المجتمع لمواقع التواصل الاجتماعي، مع عدم وجود الوعي الكافي لديهم بمخاطر هذه الوسائل، ودعوة المختصين إلى إعداد دراسات تهتم برصد وتحليل مهام وأدوار التربية الإعلامية للتصدي لأضرار وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك تبني أنشطة وفعاليات من قبل الحكومات والمؤسسات في نشر ثقافة التربية الإعلامية، وإدراجها ضمن المقررات الدراسية.
- ٧- يجب تجريم ومعاقبة من ينشر أخبار كاذبة تهدد الأمن القومي واستقرار المجتمع، وتنمية الإحساس بالدين والوطن والانتماء؛ حتى يكون المتلقي ذا مناعة قوية أمام كل ما من شأنه أن يجرده من انتمائه وأصوله، أو يחדش في عقيدته ودينه.
- ٨- ملاحظة الدور الذي باتت تلعبه بعض وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير بعضها السلبي الواضح على أفراد المجتمع وخاصة فئة الشباب، مع ضرورة التعريف بها ومعرفة إيجابياتها وسلبياتها وتوجيهها بما يخدم المجتمع ويعين على نشر ثقافته، لا تركها تبتث ما يؤثر فيه سلبيًا من خلال بث مواد غير متوافقة مع شريعته، دون حسيب أو رقيب.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

الهوامش والمراجع:

- ١- محمد المستشار (٢٠١٢). "التأثير الاجتماعي لوسائل الإتصال الجماهيري"، ديوان العرب، بحث منشور على، تاريخ الزيارة ٢٠٢٠/٢/١٥،
<https://www.diwanalarab.com/%D8%A7%D9%84D9%8A%D8%D8%B9%D9%8A7%D8%B9%D9%8A>
- ٢- بن مصطفى عبد الكريم (٢٠١٩). "تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية عند الشباب الجزائري (دراسة وصفية ارتباطية)"، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، برلين، عدد ٦، سبتمبر ٢٠١٩، متاح على <https://democraticac.de/?p=62690>، تمت الزيارة في ٢٠٢٠/٢/٣.
- ٣- ريم عبد المحسن محمد عبادة (٢٠١٩). "الأثار النفسية والمعرفية لإستخدام المراهقين شبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الإتصال والإعلام.
- ٤- نهال عبد الرؤوف محمد (٢٠١٩). "العلاقة بين الاستخدام المكثف للانترنت ومعدل الانضواء لدى المراهقين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- ٥- سارة فيصل أحمد مراد (٢٠١٩). "تعرض الإناث لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك- إنستجرام) وأثره على مستوى الرضا عن صورة الجسد والواقع الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- ٦- سحر محمد صوفي محمود (٢٠١٩). "استخدام المواطن المصري لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- ٧- غادة محي الدين محمد محمد (٢٠١٩). "استخدام وسائل التواصل في دعم مشاركة المواطنين في إدارة مجتمعهم المحلية دراسة تحليلية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- ٨- بسنت أحمد عبد العظيم (٢٠١٨). "دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
- ٩- مي عبد الغني (٢٠١٨). "الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية: دراسة نظرية في الخصائص والتأثيرات"، المؤتمر الإعلامي العلمي: الخطاب الإعلامي التوعوي بين الشريعة والقانون، الاردن، جامعة الزرقاء، المجلد ٢، ص ٣٦٨: ٣٣١. متاح على <https://search.mandumah.com/Record/798936/Description#tabnav> في 15/2/2020.
- ١٠- سعيد امين ناصف (٢٠١٨). "التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدام وسائل الإتصال الإلكتروني دراسة ميدانية على عينة من طلبة عجمان"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، العدد ٤٤، ص ٥٦: ٣.

11- Arturo Haro-De-Rosario, & Others (2018), using social media to enhance citizen engagement with local government: twitter or Facebook? **new media**

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

& society, vol. 20(1) 29-4

- ١٢- كلير الحلو (2018). "مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي : دراسة مقارنة متعددة الدول"، *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، مجلد 3، عدد 2.
- ١٣- سلامي اسعيداني (٢٠١٨). "البعاد المشكلات الاجتماعية للأسرة من خلال ثقافة استخدامات الوسائل الإعلامية: مقارنة نقدية"، *مجلة بحوث الإتصال*، جامعة الزيتون، كلية الفنون والإعلام، السنة ٢، العدد ٣، ص ٧٩: ٩٦، متاح على <https://search.mandumah.com/Record/909270> تمت الزيارة في 27/1/2020.
- ١٤- اسماء بنت فراج بن خليوي. (٢٠١٧)، "الاضطرابات النفسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعة"، *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية*، السعودية: مجلد 25، طبعة 4.
- ١٥- عبد الله ميلاد الزالط (٢٠١٧). "التأثيرات النفسية للرسالة الإعلامية على إتجاهات الجمهور"، *مجلة جامعة سرت العلمية، العلوم الإنسانية، جامعة سرت، مركز البحوث والإستشارات*، المجلد ٧، العدد ١، ص ٣١١: ٣٣٨، متاح على <https://search.mandumah.com/Record/901794> تمت الزيارة في 20/1/2020.
- ١٦- فاطمة الزهراء بنون (2016). "التأثيرات النفسية والسلوكية للمضامين العنيفة في وسائل الإعلام على المتلقي"، *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، العدد 8، ص 321: 342، متاح على <https://search.mandumah.com/Record/770004> تمت الزيارة في ٢٠٢٠/١/١٧.
- ١٧- غوثي عطاله (2016). "الإغتراب القيمي والمخيل الإعلامي: قرءة في تأثيرات وسائل الإعلام"، *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، العدد ٨، ص ٩٠: ١٠٥، متاح على <https://search.mandumah.com/Record/769964> تمت الزيارة في ٢٠٢٠/١/١٨.
- ١٨- دراسة هويدا رضا محمد الدر (٢٠١٦). "اتجاهات المغتربين في الخارج نحو التأثيرات الاجتماعية لإعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية في إطار نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، العدد ٥، ص ٤٤٢: ٢٣٣.
- ١٩- أفنان طلعت عبد المنعم (٢٠١٥). "استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

20- Alturki, Uthman T.(2015), the impact of social networking sites on students performance at king saud university, *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education*. vol 35, No. 1, June.

21- Raymer, Kristine, (2015), the effects of social media sites on self-esteem, .
Theses and dissertations.

٢٢- ياسمين سعيد محمد عبد المنعم (٢٠١٥). "استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية التلفزيونية والتأثيرات الناجمة عن التعرض لها"، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*،

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

- جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، العدد ٤، ص ٢٦٩: ٢٩٨. متاح على <https://search.mandumah.com/Record/889387>
- ٢٣- أميرة كربوب. (٢٠١٥)، "دور الإعلام الجديد في دعم الحراك المجتمعي، مصر نموذجا"، رسالة ماجستير غير منش (جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية،
- ٢٤- فوذي الهنداوي، زينب عباس (٢٠١٤). "تأثير الإعلام الجديد في العلاقات الإجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة بغداد، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الدولي الأول بعنوان مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة، الاسكندرية، جامعة فاروس، كلية الإعلام.
- ٢٥- عبد الكريم سعودي (2014). "أدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي"، مختبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، الجزائر، بشار، العدد ١٣.
- 26- Bellverie E. Ross. (2014), "A Case Study Of Citizen Citizen Interaction, Service Media As A Communication Tool With 311 For Demands, And Quality Of Life And Quality Of Life. PhD. Capella University
- ٢٧- أحمد عبد الفتاح (٢٠١٤). "التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في اطار تضريري ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- 28- Korkmaz, Murat Celebi,(2014), Nurhayat&Yucel ali Sedar,"Practical review of the place of Social Networks in our daily life and their effect on today's youth" In "**International Journal of Academic Research**"(Yol. (6), No (1) p.250-261.
- 29- Elison.Nicolo (2014). Vitak,Jessica&Rebecca Lamp, Cultivating social resources on Social Network sites:Face relationships maintenance behaviors and their role in social capital processes" **Journal of computer Meditated Communication**,19 (4)855-870.
- ٣٠- محمد سليم الزبون، ضيف الله عودة (٢٠١٤). "الاثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الاطفال في سن المراهقة في الاردن"، **المجلة الأردنية**، كلية العلوم التربوية، المجلد ٢، ص ٢٢٥: ٢٥١.
- ٣١- مريم مراكنشي (٢٠١٤). "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة الجامعة فيس بوك كنموذج"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة محمد خضير.
- ٣٢- محمد معوض ابراهيم (٢٠١٢). "التأثيرات الوجدانية للأخبار السلبية التلفزيونية على عينة من الشباب الجامعي"، **مجلة دراسات الطفولة**، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، المجلد ١٥، العدد ٥٧، ص ٦٥: ٧٠، متاح على <https://search.mandumah.com/Record/353530>

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري دراسة ميدانية مقارنة

- ٣٣- محمد المستشار. مرجع سابق.
- ٣٤- ستيفن جيه كيرش (٢٠١٧). "الإعلام والنشئ.. تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو"، ترجمة عبد الرحمن مجدي، نفين عبد الرؤوف، د.م، هندأوي سي اي سي، ص ٤٩.
- ٣٥- لبنى عبد الله العلاوين (٢٠٠٩). "تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "إنموذجاً"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص ١٦.
- ٣٦- هشام عبد الملك عبد الرحيم (٢٠٠٧). "دور إذاعة فلسطين في تلبية الاحتياجات الإعلامية للفلسطينيين المقيمين بالخارج"، ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص ٧٠.
- ٣٧- حمدي حسن محمود (١٩٩١). "الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام"، القاهرة، دار الفكر العربي، ص ١٣.
- 38- <http://www.minshawi.com/vb/showthread.php?t=1343>
- 39- Joo-Hyung Kim, sung Gwan Park, Jong-Eun Roselyn Lee (2012). Ties Of Information Sharing That Bind : Gratifications of KnowledgeSearch Website Use Among Korean College Students, New York, USA , **Paper submitted to international communication association, 55th annual conference, May 26-30, p.7.**
- ٤٠- فرج الكامل. (٢٠٠١). "بحوث الاعلام والرأى العام: تصميمها، واجراؤها، وتحليلها"، القاهرة ، دار النشر للجامعات، ص ٨٨.
- 41- Corey Leigh Ballard (2011). "WHAT'S HAPPENING" @TWITTER: A USES AND GRATIFICATIONS APPROACH, University of Kentucky, M.S, pp. 6-7.
- 42- Nouran Victor Roushdy Phillips,(2013), "The Impact of Mass Media Uses and Gratifications on Voters: Case of Egypt 2012 Presidential Elections", **M.S**, School of Global Affairs & Public Policy, The American University in Cairo, p 5.
- ٤٣- حسن عماد مكاوى، ليلي حسين السيد (٢٠٠٩). "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة ٨، ص ٢٤١.
- ٤٤- المرجع السابق نفسه، ص ٢٤٢.
- ٤٥- المرجع السابق نفسه. ص ص ٢٤٨.
- ٤٦- صالح خليل أبو أصبع (١٩٩٩). "الاتصال والاعلام فى المجتمعات المعاصرة" ج، ٣ ، عمان، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع ص ٧٦.
- ٤٧- هشام عبد الملك (٢٠٠٧). "دور اذاعة فلسطين فى تلبية الاحتياجات الاعلامية للفلسطينيين المقيمين فى مصر"، ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام ص ١٠٥.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

- 48- David L . Swanson: Gratification Seeking,(1987). Media Exposure, and Audience Interpretatives. Some Directions for Research. In: Journal of Broadcasting & Eletronic Media, – Vo1.31 No.3, summr . p.p. 237-245.
- ٤٩- أبو بكر مصطفى الوصيف (٢٠٠٤). "استخدامات المرأة للتلفزيون اللببي والإشباع المتحققة" رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ص ٩١.
- ٥٠- سوزان القليني (١٩٩٩). "استخدامات الجمهور العربي للقنوات الفضائية في عصر العولمة: دراسة مقارنة بين القنوات العربية والاجنبية"، مجلة البحوث والدراسات العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، العددان ٣١-٣٢ يوليو/ ديسمبر، ص ١٣٩.
- ٥١- شيماء ذو الفقار زغيب (٢٠٠٤). "نظريات في تشكيل اتجاهات الراى العام"، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية الطبعة الأولى، ص ١٨٢.
- ٥٢- مجاشع محمد على. (٢٠١٥)، "مصادقية وسائل الإعلام"، مؤسسة النور للثقافة والإعلام، مقال منشور على <http://www.alnoor.se/article.asp?id=267761> تمت الزيارة في ٢٠٢٠/٢/١.
- ٥٣- محمد عبد العزيز طه. (٢٠١٢)، "مصادقية وسائل الاعلام الرسمية في معالجة احداث الثورة المصرية: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال وعينة من طلبة أقسام الإعلام بصعيد مصر" المؤتمر السنوى الأول لكلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، متاح على https://www.researchgate.net/publication/310041860_msdaqyt_wsayl_alalam_alrsmtyt_fy_maljt_ahdath_althwrt_almsryt_drast_mydanyt_ly_alqaym_ba_latsal_wynt_mn_tlbt_aqsam_alalam_bsyd_msr تمت الزيارة في 1/2/2020.
- ٥٤- هالة فاضل، هاشم جعفر. (٢٠١٤)، "مصادقية وسائل الإعلام المحلية في مجال الخدمات العامة"، راسة استطلاعية، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجد ٦ العدد ٢، ص ٦٧، متاح على <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=95793> تمت الزيارة في ٢٠٢٠/٢/١.
- ٥٥- رحاب عبد الناصر. (٢٠١٧)، "مصادقية القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة"، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، كلية الآداب، عدد خاص، ص ١٨١: ٢٠١، متاح على <https://search.mandumah.com/Record/991924> تمت الزياره في ٢٠٢٠/٢/١.
- ٥٦- دعاء الخطيب. (٢٠١٨)، "ادراك الجمهور الأردنى لمفهوم الخصوصية على مواقع التواصل الإجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، الاردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام.
- ٥٧- سعيد ناصف أمين (٢٠١٨). "التأثيرات الاجتماعية الناتجة عن استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عجمان"، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة عين شمس، مركز بحوث الشرق الأوسط، العدد ٤٤، ص ٣: ٥٦.
- ٥٨- نبيل نزية زين العابدين. (٢٠١٩)، "ادراك طلبة جامعة اليرموك للتحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره عليهم"، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية على الجمهور المصري
دراسة ميدانية مقارنة

- ٥٩- اليونسيف. (٢٠١٩)، استطلاع بعنوان " يوم الإنترنت الآمن"، متاح على <http://uniotunis.org>.
tn. تمت الزيارة في ٢٠٢٠/٢/٢.
- ٦٠- ايمن أحمد زيتون. (٢٠١٨)، "التحرش عبر الإنترنت: الإشكاليات والمواجهة"، مجلة القراءة والمعرفة، المؤتمر الدولي الاول " رؤى معاصرة في العلوم الاجتماعية والإنسانية والتربوية، جامعة عين شمس، كلية التربية، العدد ٢٠٦، ص ٢٢٠:٢٠١.
- ٦١- حمد عليان، فداء محمد طه. (٢٠١٦)، "التحرش الإلكتروني عبر مواقع الإنترنت والتواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من النساء المقدسيات"، دراسة ماجستير غير منشورة، فلسطين، جامعة القدس المفتوحة.
- ٦٢- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية، مقال منشورة على
<https://sites.google.com/site/extraknowledgeworldwide/3lmelnafs/tathyr-mwaq-altwasl-alajtmay-ly-alshte-alnfsyte>
تمت الزيارة في ٢٠٢٠/٢/٢.
- ٦٣- علي الطيار (٢٠١٤). "شبيكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلبة الجامعة تويتر كنموذج"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد ٣١، العدد ٣.
- ٦٤- فارس زين العابدين. (٢٠١٤)، "تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الاطفال والفتيات"، مجلة الأمن والحياة، السعودية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المجلد ٣٤، العدد ٣٨٨، اغسطس، ص ٥٣:٥٠. متاح على
<https://search.mandumah.com/Record/633787/Description#tabnav>
- ٦٥- بن مصطفى عبد الكريم (٢٠١٩). مرجع سابق.
66. Kirschne, (2014), impact of social networks on mental health: A case report and literature review. Chincial Services Department National Institute of psychiatry Ramon de la fuente Muniz, mexico city. The European congress of psychiatry, 27, supplement.