

دور برامج الرأي التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام "في إطار نموذج كسر الصمت"

أ. هبه محمد السيد حمزة *

الملخص:

جاءت الدراسة تحت عنوان "دور برامج الرأي التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام" في إطار نموذج كسر الصمت. وقد أجريت الدراسة علي عينة قوامها (١٠٠) مفردة من الشباب من سن (٣٥:١٨) ومن مستويات تعليمية مختلفة. من خلال تصميم استمارة استبيان. وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها:

وجدت الباحثة أن ٤٨٪ من المبحوثين يشاهدون برامج الرأي التلفزيونية (الإعلام التقليدي) دائما وجاءت ترتيب برامج الرأي التلفزيونية التي يحرص أفراد العينة علي مشاهدتها علي النحو التالي. جاء برنامج الحكاية بقناة MBC مصر في المرتبة الأولى بنسبة ٨٤٪، ثم جاء برنامج التاسعة بالتلفزيون المصري بنسبة بلغت ٦٥٪، وجاء برنامج علي مسئوليتي بقناة صدي البلد في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٥٣٪ ثم جاء برنامج مساء DMC في المرتبة الرابعة بنسبة ٤١٪. بينما تراجعت نسبة مشاهدة العديد من هذه البرامج وفي المرتبة الأخيرة أتى برنامج بالورقة والقلم ولم تتخط نسبة المشاهدة ٣٪. كانت من أهم أسباب متابعة برامج الرأي التلفزيونية (متابعة تكوين رأي شخصي حول القضايا الراهنة) وبوزن نسبي وصل إلي (٣، ٧٧). ووجدت الدراسة أن هذه البرامج تعرض برامج الرأي التلفزيونية وجهة النظر الرسمية فقط بوزن نسبي وصل إلي (٧، ٩٨). كما وجدت أن هذه البرامج تفتقد لوجود هامش من الحرية بوزن نسبي وصل إلي (٨٨). توصلت الدراسة أيضا إلي أن الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (الإعلام الجديد) بصورة دائمة بنسبة وصلت إلي (٩٦٪) وجاءت التطبيقات التي يحرص الشباب علي متابعتها علي النحو التالي. جاء ال "whatsapp" في المرتبة الأولى بنسبة ٩٨٪ ثم "facebook" في المرتبة الثانية بنسبة ٩٦٪ ثم "instagram" في المرتبة الثالثة بنسبة ٨٦٪ وجاء youtube في المرتبة الرابعة بنسبة ٧٦٪. وجاءت الصفحات التي يفضل الشباب متابعتها علي مواقع التواصل الاجتماعي علي النحو التالي: الصفحة الرسمية لصحيفة اليوم السابع بنسبة ٩٢٪ ثم الصفحة الرسمية باسم رئاسة الجمهورية بنسبة ٨٧٪ ثم الصفحة الرسمية باسم مجلس الوزراء بنسبة ٧٣٪ وجاءت صفحة روسيا اليوم بنسبة ١٢٪. ورصدت الدراسة متابعة لبعض القنوات المعادية مثل قناتي "مكملين، الشرق" بنسبة بلغت ٩٪.

* باحثة دكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

من أفراد العينة. وقد وجدت الدراسة اهتماما كبيرا من المبحوثين بمتابعة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمناقشة قضايا الرأي العام بنسبة بلغت ٦٥٪. ويتناقش ٥٩٪ من المبحوثين إلي حد كبير حول القضايا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٥٩٪). وجاءت أهم القضايا التي يتابعها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي علي النحو التالي.. جاء فيروس كورونا في المرتبة الأولى بوزن نسبي (٩٨,٧) ثم النظام التعليمي في المرتبة الثانية بوزن نسبي بلغ (٨٨) ثم جاء تطوير العشوائيات في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (٨٤) ثم جاء تطوير شبكة الطرق في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (٨٠). وقد وجدت الدراسة أن نسبة تصل إلي ٩٢٪ من أفراد العينة يقومون بالتطاول علي الأشخاص ذوي الآراء المخالفة وان حوالي ٤٠٪ من أفراد العينة يحاولون إقناع الآخرين برأيهم بصفة دائمة. هذا ويحاول بعض المبحوثين التعبير عن آرائهم من خلال الصفحات التي تعكس رأي الدولة من خلال اللايك الشير. الكومنت. الهاشتاج.

وتوصلت الدراسة أيضا إلي أنه توجد علاقة ارتباطية بين مدي مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون، تشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا.

كما وجدت الدراسة فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام في المتغيرات الديموغرافية في (النوع، السن، الدخل، المستوى التعليمي).

Abstract

The study was titled “The Role of TV Opinion Programs and Social Media Sites in Shaping Youth Attitudes Toward Public Opinion Issues” within the framework of the Breaking the Silence model. The study was conducted on a single sample of (100) young people of the age of (18:35) from different educational levels. By designing a questionnaire, the study reached many results, the most important of which are:

The researcher found that 48% of the respondents always watch TV opinion programs (traditional media), and the television opinion programs that the sample members are keen to watch came in the following order. With a rate of 65%, Ali, My Responsibility, on the Sada Al Balad channel, came in third place with a rate of 53%, then the DMC evening program came in fourth place by 41%, while the percentage of viewership of many of these programs decreased, and in the last place came a program with paper and pen, and the viewership did not exceed 3%. One of the most important reasons for following up on television opinion programs was (continuing to form a personal opinion on current issues) with relative weight that reached (77.3). The study found that these programs present the official opinion television programs only with a relative weight reaching

(98.7). It also found that these programs lack a margin of freedom with a relative weight reaching (88) .. The study also found that young people use websites Social communication (new media) permanently (96%), and the applications that young people are keen to follow are as follows:

ghat 9% min 'afraad aleinat.

"Whatsapp" came in first place with 98%, then "facebook" in second place with 96%, then Instagram ranked third with 86%, and YouTube ranked fourth with 76%. The pages that young people prefer to follow on social networking sites came on me. As follows: the official page of Al-Youm Al-Sabea newspaper by 92%, then the official page in the name of the Presidency of the Republic by 87%, then the official page in the name of the Council of Ministers by 73%, and the page of Russia Today came by 12%. By 9% of the respondents. The study monitored a follow-up of some hostile channels such as the two channels, "Makmaleen, Al Sharq", with a rate of 9% of the sample. The study found a great interest from the respondents in following up on social media pages for discussing public opinion issues, at a rate of 65%. 59% of the respondents discussed to a large extent. On the issues they follow on social media, (59%). The most important issues that youth follow through on social media are as follows: Coronavirus came in first place with a relative weight (98.7), then the educational system came in second place with a relative weight of (88), then slum development came in third place with relative weight (84) Then the road network development came in fourth place with a relative weight (80). The study found that up to 92% of the sample individuals insult people with dissenting opinions, and that about 40% of the sample members try to persuade others of their opinion permanently. Some of the respondents try to express their opinions through the pages that reflect the state's opinion through like, share, comment, hashtag.

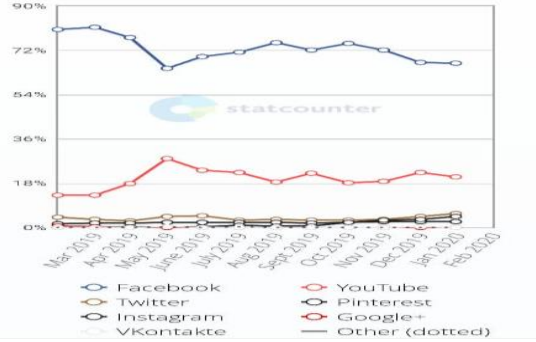
The study also found that there is a correlation between the extent of youth discussion on social media of the issues they encounter on television, and their formation of attitudes about those issues.

The study also found statistically significant differences between youth attitudes towards public opinion issues in demographic variables (gender, age, income, educational level).

نعيش اليوم في زمن التواصل الاجتماعي إذ لا نجد هاتفنا محمولا من دون التطبيقات التي تسمح بالتواصل عبر شبكة الانترنت حتي أننا تمادينا وأصبحنا نقضى معظم أوقاتنا أمام شاشات هواتفنا. وظهر مفهوم الإعلام الشبكي أو إعلام المعلومات (info media) وقد أثر ذلك بشكل كبير على الحياة الاجتماعية والتواصل الشفهي مع من حولنا وعلى الرغم من الانتقادات التي تطال مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها أصبحت جزءا لا يتجزء من حياة الناس ولا سيما الشباب وأشهر هذه المواقع (فيس بوك -تويتر-لينكدان-انستجرام-واتساب-فليكر-تمبلر#) ومع ظهور وسائل الإعلام الجديد هناك من يردد بقرب انتهاء عصر وسائل الإعلام التقليدية وغلبة هذه الوسائل علي وسائل الإعلام الجماهيرية وتحديد الإذاعة والتلفزيون بعد كل ما قيل عن الإعلام المقروء. لقد فتحت مواقع التواصل الاجتماعي العالم على مصراعيه وأصبح بفضلها قرية صغيرة حيث يستطيع مستخدم هذه المواقع أن يتواصل مع شخص آخر بعيدا عنه بكل سهولة. كما وفرت مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدم فرصة التعرف علي أشخاص جدد يشاركونه الاهتمامات وتكوين علاقات جديدة. وفي كثير من الأحيان يبحث المستخدم عن الأشخاص الذين يشاركونه بعض الآراء الشخصية له والتي قد تكون مغايرة لآراء المجتمع والمُروج لها في وسائل الإعلام الجماهيرى. وهذه الآراء قد تكون (سياسية-فكرية-عرقية-دينية-اجتماعية) هنا يلجا الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات للتعبير عن آرائه بكل حرية وسعيا لإيجاد من يؤيد أفكاره ومعتقداته الشخصية. ولقد أدت الزيادة المطردة في منصات الاتصال إلي توسيع الخيارات الفردية وأدت إلي تضيق اهتمامات الأفراد حيث يميل الفرد إلي تجنب المعلومات التي لا يألّفها وتقلصت الخبرات المشتركة بين أفراد المجتمع إلي خبرات ضيقة مع أشخاص متشابهين في السمات والآراء وأصبح الاتصال داخل كل جماعة (within groups) كبديل عن الاتصال النقدي بين الجماعات (between groups). هذا ويقدر عدد من يستخدمون الانترنت في مصر حوالي 50.7 مليون شخص⁽¹⁾، وقد وصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي النشطين في مصر إلي حوالي 35 مليون منهم 12 مليون من الذكور ١٢ مليون من الإناث⁽²⁾، منهم 76.04% علي الفيس بوك؛ 22.36% علي اليوتيوب؛ 4.6% علي تويتر⁽³⁾، والشكل التالي يوضح استخدام المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي حتي فبراير 2020.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

Social Media Stats Egypt
Feb 2019 - Feb 2020



أولاً: مشكلة الدراسة:

أثبتت دراسة حديثة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي بالناس إلى التعبير عن آرائهم في الموضوعات المثيرة للجدل. وبالطبع هذا ما لا يجده في وسائل الإعلام الجماهيري التقليدية. ووصف الباحثون هذه الظاهرة بأنها (دوامة الصمت) التي تشير إلى أن معظم مستخدمي الإعلام الاجتماعي يتجنبون مناقشة الموضوعات التي تتبناها وتدعمها وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة إذا ما كانت لديهم آراء مغايرة لما يعرض في هذه الوسائل وهو في العادة رأي الأغلبية خوفاً من العزلة الاجتماعية. ويقوم هؤلاء الأشخاص بكسر حاجز الصمت وتحديه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من تلك العزلة المفروضة عليهم من تبنى وسائل الإعلام الجماهيري لآراء معينة دون غيرها. وهنا تتبلور المشكلة البحثية للدراسة حول معرفة مدى التوافق بين القضايا المعروضة في وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة الأسباب التي تدفع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الإعلام الجديد) والانصراف عن مشاهدة القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة رغم تعددها ومدى تأثير ذلك عليهم كجمهور مستخدم، ورصد مدى توافق فروض نظرية دوامة الصمت ونموذج كسر الصمت مع مستجدات بيئة الإعلام الجديد. وسوف تقوم الباحثة بمتابعة أهم أربع قضايا يتم طرحها في برامج الرأي التلفزيونية ومعرفة مدى متابعة الشباب لهذه القضايا علي مواقع التواصل الاجتماعي وصولاً لمعرفة كيفية تعبير الشباب عن آرائه المغايرة ومعرفة مدى نجاح الشباب في كسر الصمت عنها في وسائل الإعلام التقليدية. والقضايا الأربعة التي طرحتها الباحثة من خلال هذه الدراسة هي (فيروس كورونا، النظام التعليمي، تطوير العشوائيات، تطوير شبكة الطرق).

ثانياً: أهمية الدراسة:

أ- الأهمية العلمية:

1. تعد هذه الدراسة امتداداً لاتجاه بحثي واسع وممتد بالدراسات العربية يسعى لرصد مدي التوافق بين ما يُعرض في وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة. وتأتي حداثة الموضوع البحثي من خلال الربط بين البرامج التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
2. حدوث تحولات عديدة في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية لصالح وسائل الإعلام الجديدة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد الانصراف بشكل كبير عن وسائل الإعلام التقليدية.
3. توجد العديد من الاحصاءات التي تعكس زيادة نسب المستخدمين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي في عام 2019 حيث وصلت نسبة مستخدمي فيس بوك إلى 41 مليون، يوتيوب 21 مليون، تويتر 3 مليون (4).
4. 4- تحاول هذه الدراسة إعادة اختبار فروض نظرية دوامة الصمت علي البيئة الافتراضية التي خلقها الإعلام الجديد.

ب- الأهمية التطبيقية:

1. نظراً للحالة العامة والتغيرات التي يشهدها الإعلام المصري الآن بكافة أشكاله أصبح من المهم رصد تأثير تلك التغيرات على الجمهور وخاصة الشباب.
2. أهمية إلقاء الضوء على أسباب ازدياد استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي والتعبير بأراء مغايرة لما يُروج له في وسائل الإعلام التقليدية.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. تفسير انصراف الشباب عن متابعة وسائل الإعلام التقليدية واللجوء إلي مواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على الصفحات الالكترونية المفضلة التي يلجأ لها الشباب كبديل عن وسائل الإعلام التقليدية.
3. شرح أبعاد العلاقة بين المضمون المقدم في وسائل الإعلام التقليدية والانصراف إلي مواقع التواصل الاجتماعي.
4. تحليل تلك الأبعاد والوصول إلي توصيات علمية موجهة للجهات القائمة على وسائل الإعلام التقليدية.

رابعاً: الإطار النظري (نظرية دوامة الصمت ونموذج كسر الصمت):

أ) نشأة النظرية:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية دوامة الصمت وتطوراتها وهي من أهم النظريات التي تؤكد قوة رسائل الإعلام في تأثيرها على المتلقين وقد وضعت فكرة وفروض هذه النظرية عالمة الألمانية. (اليزابيث نويل نيومان) خلال السبعينيات⁽⁵⁾ من القرن الماضي وهي نظرية في علم السياسة الاتصال الجماهيري

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وترسخ لفكرة أن الأفراد يخافون من فكرة العزلة والتي جاءت من خلال أن الجماعات المرجعية أو المجتمع يقومون بعزل أو استبعاد الأفراد بسبب آرائهم الشخصية⁽⁶⁾ هذا الخوف من العزلة الاجتماعية يدفعهم باستمرار للصمت بدلاً من التعبير عن آرائهم. الإعلام هنا عامل مهم في الربط بين هيمنة أفكار معينة ومدى إدراك الناس لهذه الأفكار والتي ليست بالضرورة هي الحقيقة.

الرأي العام السائد

الدعوة للتعبير عن الآراء علانية

إدراك التنافس

الغلب مع رأي الأقلية

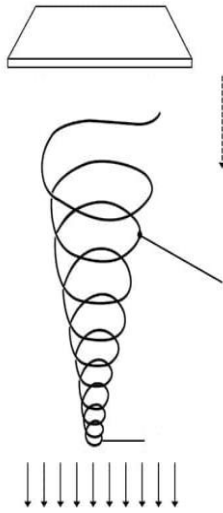
(ب) الفرضية الأساسية لنظرية دوامة الصمت:

تعتمد نظرية دوامة الصمت على افتراض رئيسي فحواه أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فإن معظم الأفراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتسق مع الأفكار التي تدعمها تلك الوسائل⁽⁷⁾.

الصمت

الخوف من العزلة

إن الأقلية الصامتة ستفضل الالتزام بالصمت بدلاً من الإحساس بالعزلة عن الآخرين الذي يمثلون الأغلبية أو وجهات النظر السائدة في وسائل الإعلام ففي الوقت الذي تهتم فيه وسائل الإعلام التقليدية ببناء صورة عامة للقضايا وتحرك الوعي العام للاهتمام بقضية معينة نجد أنها تضغط على الآخرين لإخفاء آرائهم ووجهات نظرهم التي يرون أنها لا تتفق مع الإجماع العام الذي تجسده وسائل الإعلام وهذه هي فكرة قيام وسائل الإعلام التقليدية بتدعيم الصمت حيث يفضل



الفرد الالتزام بالصمت وإخفاء وجهة نظره
عن الإحساس باختلافه مع الآخرين وعزله (8).

«دوامة الصمت والخوف من العزلة الاجتماعية»

آليات التأثير في وسائل الإعلام:

وهناك ثلاث آليات أساسية تساهم في تأثير
وسائل الإعلام.

(1) التراكمية: تتمثل في التأثير التراكمي من خلال
التكرار حيث يمثل وسائل الإعلام إلي تقديم
وسائل متشابهة ومتكررة حول موضوعات أو
شخصيات أو قضايا ويؤدي هذا العرض
التراكمي إلي تأثيرات علي المتصلين على المدى
البعيد

(2) الشمولية: تسيطر وسائل الإعلام علي الإنسان
وتحاصره في كل مكان وتهيمن علي بيئة المعلومات المتاحة مما ينتج عنه تأثيرات
شاملة علي الفرد يصعب الهروب من رسائلها.

(3) التجانس: يعني توافق الأفكار والتي تقوم وسائل الإعلام ببثها وعرضها علي
جمهور المتلقين كما يعني وجود اتفاق وانسجام بين القائمين بالاتصال مع
المؤسسات التي ينتمون إليها مما يؤدي إلي تشابه توجهاتهم والقيم الإعلامية التي
تحكمهم وعليه تكون الرسائل التي تعمل وسائل الإعلام المختلفة علي بثها تبدو
متشابهة ومتسقة مع بعضها البعض مما يزيد من قوة تأثيرها علي جمهور المتلقين
وتؤدي هذه العوامل السابقة مجتمعة إلي تقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون له
رأي مستقل حول القضايا المثارة (9).

ج) الفرضيات الفرعية لنظرية دوامة الصمت:

قدمت اليزابيث نويل نيومان الفرض العام لنظرية دوامة الصمت بالقول "يخشى
معظم الناس من العزلة وهذا الخوف يدفعهم إلي اتباع الأغلبية في محاولة للتوافق
معهم حتى لو كان ذلك علي حساب إخفاء وجهة نظرهم التي قد تختلف مع الأغلبية
وبالتالي التزام الصمت حولها ليزداد هذا الصمت عندما تعمل وسائل الإعلام علي
تدعيم آراء الأغلبية.

ويتضح من ذلك أن نيومان من خلال هذه الفرضية ادمجت جملة من
الفرضيات الفرعية وهي:

1- إن الرأي العام لدي جمهور المتلقي ينقسم إلي رأي الأغلبية المداعمة لمضمون
وسائل الإعلام ورأي الأغلبية المعارضة والتي تلتزم الصمت خوفا من العزلة.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

- 2- الرؤية الاجتماعية للقضايا إذ أن الأفراد يرون الأحداث بما تراه الجماعة ويتمسكون بهذه الرؤية لأفراد يرون الأحداث بعين الجماعة التي تسيطر عليها وسائل الإعلام.
- 3- إن وسائل الإعلام تقوم بنشر وتعزيز وجهات النظر السائدة والمهيمنة على الرأي العام.
- 4- إن معظم الأفراد يخشون من العزلة الاجتماعية عن بيئتهم ويرغبون في أن تكون مدعومة من المجتمع قصد كسب الاحترام فيه⁽¹⁰⁾.

وقد لخص الهيوكاز نظرية دوامة الصمت في الأفكار التالية:

- 1- كل الأفراد لهم آراء.
- 2- الخوف من العزلة يجعل الأفراد لا يعلنون عن آرائهم إذا علموا أنها لا تحظى بتأييد الآخرين.
- 3- يقوم كل فرد بإجراء الاستطلاعات سريعة لمعرفة مدي التأييد أو المعارضة للرأي الذي يتبناه.
- 4- تعد وسائل الإعلام من المصادر الرئيسية لنشر المعلومات وعرض الآراء ومناخ التأييد والمعارضة.
- 5- تقوم الاطر المرجعية الأخرى بعملها.
- 6- تميل وسائل الإعلام لأن تتحدث بصوت واحد في الغالب يكون محتكراً.
- 7- تميل وسائل الإعلام إلي التحيز في عرض الآراء مما يؤدي إلي تشوية الرأي العام.
- 8- يدرك بعض الأفراد أو الجماعات أنهم غير مساهرين لرأي الأغلبية مما يدفعهم إما لتغيير آرائهم لتنسق مع رأي وسائل الإعلام أو يلتزمون الصمت تجنباً للضغوط الاجتماعية⁽¹¹⁾.

د) الانتقادات الموجهة لنظرية دوامة الصمت:

- 1- رأت بعض الأبحاث الأمريكية أن مفهوم الأقلية الصامتة يفتقد للدقة، فكثيرا ما تتحدث الأقلية مع الآخرين رغم اختلافها معهم.
- 2- إن صمت الأفراد لا يرجع بالضرورة إلي الخوف من العزلة الاجتماعية وإنما قد يكون نتيجة عدم إمام الأفراد بالمعلومات الكافية عن القضية المطروحة للنقاش.
- 3- إن رأي وسائل الإعلام لا يعتبر بالضرورة عن رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها (شيلو).
- 4- نظرية دوامة الصمت أهملت تأثير البيئة السياسية والاجتماعية (الجماعات المرجعية) في تكوين الرأي العام خاصة في القضايا المهمة⁽¹²⁾.

- 5- الشك في افتراض التكرار وهيمنة وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام وتجانس هذا الدور وخاصة مع وجود الديمقراطية الغربية التي تتعدد فيها الآراء والمصالح ويصعب علي وسائل الإعلام فيها أن تتبني اتجاهها واحدا ثابتا من القضايا المثارة.
- 6- التطور التكنولوجي الحديث وفتح قنوات تواصل مختلفة التي اتاحت فرصا متعددة لمختلف الأقليات المعارضة حول القضايا واتاحت لها الفرص للتعبير عن آرائها المعارضة بكل حرية كما الحال خاصة عبر التطبيقات المختلفة المستخدمة في شبكة الانترنت⁽¹³⁾.

هـ) فرضية تحدي الصمت: (Challenge the silence):

ربما تصب هذه الدراسة في جهود إعادة النظر في الفرضية الرئيسية لنظري دوامة الصمت بشكل كبير ومن هذه الجهود ما خلص لاسورسا إن رغبة الفرد في التعبير عن رأيه لا تتوقف فقط علي إدراكه لخريطة الرأي العام السائد في المجتمع بل أيضا تتوقف علي عدد من المتغيرات الديموجرافية كالسن والتعليم والدخل وأن هناك حالات من الممكن أن يتحدى فيها الأفراد دوامة الصمت ويعبرون عن آرائهم حق وإن كانت تصطم برأي الأغلبية⁽¹⁴⁾.

وانطلاقا من أن هذه النظرية قد أغفلت بعض الحقائق التي يمكن أن تقلل من شعور الفرد بالعزلة وبالتالي التزام الصمت مثل وفرة البدائل المعرفية وتعدد وسائل الاتصال الحديثة إلي جانب إيجابية الجمهور وعدم عناده واستسلامه لرأي الأغلبية⁽¹⁵⁾.

ومن هذا المنطلق ظهر مفهوم الإعلام الجديد أو الإعلام البديل أو الإعلام الشبكي إلي علي خطوط الاتصال (online media) لارتباط هذا النوع من الإعلام شبكة الانترنت مثل الاجتماعية وأطلق عليه اسم إعلام المعلومات (info media) أو إعلام الوسائط المتبعة (Hypermedia) وساهم الاعلام الجديد في ظهور ما يسمى بالانصال الالكتروني وأدي إلي نشوء ظاهرة "صحافة المواطن" التي لا تعترف باي رقابه كما هو الحال في الاعلام التقليدي⁽¹⁶⁾.

وقد وضع محمد عبد الحميد فرضية علمية جديدة تعكس الفرضية الأساسية لنظرية دوامة الصمت أطلق عليها فرضية (تحدي الصمت) وتتضمن علي ما يلي:

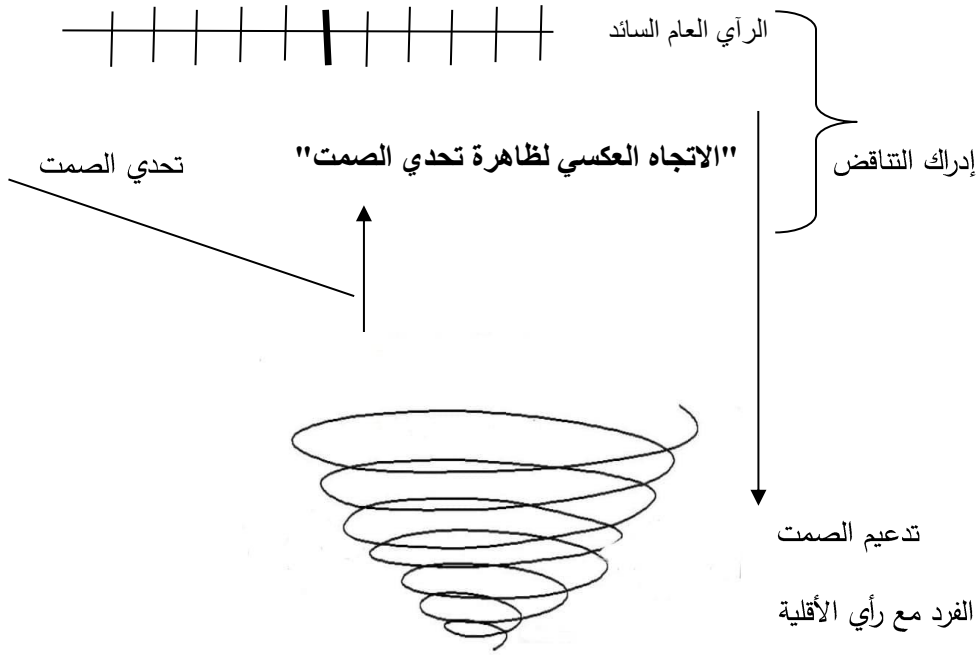
"تعتبر الوسائل الإعلامية الجديدة والمواقع الإعلامية وأدوات الاتصال والتفاعل علي شبكة الانترنت مصدرا أساسيا من مصادر المعلومات والكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة والتعبير عن الآراء ووجهات النظر وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدي ذلك إلي ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة واتباع دائرة التعبير عن الرأي العام"⁽¹⁷⁾.

ويترتب علي ذلك اختفاء (ظاهرة الاعتقاد بهيمنة الرأي السائد) الناتجة عن تبني وسائل الاعلام التقليدية لها، وكذلك اختفاء (ظاهرة التزام الصمت والخوف من العزلة)

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وهذا يمكن صياغته من خلال الدور الذي تقوم به المواقع الإعلامية وأدوات الاتصال والتفاعل بين الناس في تحدي الصمت⁽¹⁸⁾.

ومع زيادة استخدام هذه المواقع الإعلامية وزيادة التعامل بين الناس تتسع دائرة المشاركة والتعبير كما يوضحها الاتجاه العكسي لظاهرة التزام الصمت.



(و) نموذج "الصمت – كسر الصمت" "SB-S" Silence – Breaking Silence

تقوم الباحثة في هذه الدراسة بالاستناد إلى نموذج "الصمت – كسر الصمت" الذي يدمج بين فرضية تأثير كل من وسائل الإعلام التقليدي والجديد علي الجمهور في إطار فرضية دوامة الصمت وتحدي الصمت والذي وضعته إنجي أبو العز (2016)⁽¹⁹⁾.

يفترض هذا النموذج أنه توجد علاقة تفاعلية بين وسائل الاعلام التقليدية (Traditional Media) وبين آراء الأغلبية وتؤثر في المناخ العام السائد في المجتمع والذي بدوره يؤدي إلي محاصرة تزايد الأقلية التي تخشي من التعبير علانية عن آرائها فإما أن يقوموا بمسايرة الأغلبية في آرائهم أو الصمت ومنهم من له سمات ديموغرافية مثل (المرأة) أو من فئة عمرية معينة (الشباب) أو من دين يخالف الدين السائد (الاقباط ، الشيعة) أو من عرق معين (أهل النوبة)، أو سمات ذات طبيعة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

اجتماعية مثل (ذوي الاحتياجات الخاصة، ضحايا التحرش الجنسي) وفي هذه الدراسة سوف تركز الباحثة علي فئة الشباب، أيضا في هذا النموذج ومع زيادة استخدام وسائل الإعلام الجديد (New Media) والتي أصبحت بديلة لوسائل الإعلام التقليدي كمصدر للمعلومات ومساحة يتم فيها التعبير عن الآراء بشكل علني وصريح دون الخوف من ضغوط المجتمع ينشأ مناخ افتراضي تتفاعل فيه آراء الفئات المهمشة مع الأغلبية قد يؤدي لنقلة إلي المجتمع الواقعي.

ومن هنا نري أن الشباب يلجأ إلي الإعلام الجديد للتعبير عن ذاته وآرائه بحرية علي عكس وسائل الإعلام التقليدية ويتفاعل مع المجموعات الافتراضية التي تشاركه في نفس الاهتمامات والأفكار في الكثير من الأحيان. وأحيانا حتى في الواقع الافتراضي قد يجد الشباب من لا يؤيد أفكاره وآرائه ويولد ذلك لديه الرغبة في الانغلاق علي الذات والانعزال عن المناخ العام الافتراضي وهذا ما سنحاول بحثه من خلال هذه الدراسة.

وبناءً علي العرض السابق:

- إنه بات حتميا أن تخضع فرضية دوامة الصمت لمزيد من الاختبار لمعرفة مدى صلاحيتها للتطبيق في بيئة الإعلام الجديد.
- إن فرضية تحدي الصمت أيضا في حاجة لمزيد من الاختبار لمعرفة مدى صلاحيتها في بيئة الاعلام الجديد ورغم وجود مناخ عام افتراضي يسمح بقدر أكبر من حرية تداول وتبادل المعلومات وإبداء الآراء المخالفة لما قد يعرض في وسائل الاعلام التقليدي إلا أن أمامها بعض التحديات الأمنية، التكنولوجية، النفسية والاجتماعية.

خامسا: الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات والبحوث العلمية والعربية والأجنبية التي تناولت الإعلام الجديد وتأثيراته المختلفة كما تناولت العديد من الدراسات نظرية دوامة الصمت وتأثيراتها المختلفة علي الجمهور ولذلك تقترح الباحثة تصنيف هذه الدراسات إلي:

المحور الأول: الدراسات والبحوث التي تناولت نظرية دوامة الصمت والإعلام التقليدي.

المحور الثاني: الدراسات والبحوث التي تناولت نظرية دوامة الصمت والإعلام الجديد.

المحور الثالث: الدراسات والبحوث التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت نظرية دوامة الصمت والاعلام التقليدي:

اهتمت مروة محمد صالح جاد (2015) في دراستها لمعرفة السياسات الإعلامية المختلفة المستحدثة في الحملات السياسية الاجتماعية الصحية الثقافية للجمهور المصري في إطار نظرية دوامة الصمت وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

هناك حالة من التخبط السياسي وعدم المصادقية وأصبحت حالة التخوين وعدم التصديق هي الحالة السائدة في البلاد⁽²⁰⁾.

بينما اهتمت دراسة السيد بدير (2011) بالتعرف علي دور الصحف المصرية في تشكيل رأي الصفوة تجاه القضايا العامة نظرا لما للصفوة من آراء خاصة وخلفيات معرفية ومستوي ثقافي وتعليمي مرتفع والتعرف علي أهم العوامل المؤثرة في استعداد الصفوة للتعبير علانية عن آرائها نحو تلك القضايا في ضوء نظرية دوامة الصمت وطبقت الدراسة علي عينة قوامها 120 مفردة وتوصلت لعدد من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة الاتجاه السائد المُدرَك في الصحف المصرية نحو القضايا العامة وبين معدل استعداد الصفوة عينة الدراسة للتعبير علانية عن آرائهم نحو تلك القضايا أمام الآخرين⁽²¹⁾.

بينما اهتمت دراسة بطرس بول اميسو جورج (2010) بمعرفة الصور النمطية لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة المقدمة في وسائل الاعلام التقليدي في إطار نظرية دوامة الصمت ووجد الباحثان أن الإعلام التقليدي يقدم صورة سلبية نمطية عن هذه الفئة وأن الافراد الذين لديهم اتجاهات شخصية إيجابية يفضلون الصمت خوفا من العزلة وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن دوامة الصمت يمكن أن تُكسر عندما يقدم ذوي الاحتياجات الخاصة أنفسهم بشكل مخالف لما تروج له وسائل الاعلام التقليدي باستخدام نفس الوسائل⁽²²⁾.

بينما هدفت دراسة أماني عمر الحسيني (2009) إلي معرفة دور البرامج السياسية في تشكيل الرأي العام لدي النخبة المصرية تجاه الأحداث الجارية في إطار نظرية دوامة الصمت وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أنه تقل مصادقية البرامج السياسية حينما يشعر الفرد أنها تعرض رأي الأغلبية فقط⁽²³⁾.

بينما اهتمت دراسة علاء عبد المجيد الشامي (2006) إلي معرفة دور الخطاب الديني في وسائل الاعلام التقليدية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية في إطار نظرية دوامة الصمت وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها عدم وجود علاقة ارتباطية بين معدل خوف الشباب المصري من الجهات الأمنية ومعدل استعدادهم للتعبير علانية عن آرائهم⁽²⁴⁾.

بينما اهتمت دراسة حسني محمد نصر (2006) إلي معرفة الاتجاهات الخاصة برسائل القراء نحو التعديل الدستوري الخاص بانتخابات رئيس الجمهورية في إطار نظرية دوامة الصمت وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن رسائل القراء لا تعبر عن الرأي العام المصري لأنها تعبر عن آراء قلة من المهتمين بالشأن العام⁽²⁵⁾.

بينما اهتمت دراسة السيد بهنسي (2001) بمعرفة مدي تأثير الاتجاه السائد في وسائل الاعلام علي تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضايا التحول

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الاقتصادي والتعرف علي المتغيرات المختلفة والتي تتحكم في استعداد الافراد للتعبير عن آرائهم بشكل معلن في إطار نظرية دوامة الصمت وهي أن الجمهور يستطيع أن يدرك اتجاهات وسائل الاعلام المؤيدة والمعارضة نتيجة لارتفاع مستوى تعليم الافراد مما يمكنهم من تحليل اتجاهات وسائل الاعلام(26).

بينما هدفت دراسة عادل عبد الغفار (2000) إلي تحليل مناخ الرأي العام (Climate opinion) أو الاتجاه السائد (main streaming) الذي تروج له وسائل الاعلام المصرية حول قضية تطبيع العلاقات المصرية الإسرائيلية وتأثير هذا المناخ علي تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو قضية تطبيع العلاقات مع إسرائيل في إطار نظرية دوامة الصمت وتم تطبيق دراستين تحليلية وميدانية وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها أن الأقلية لا تصمت بالضرورة أمام اختلافها في الرأي مع الجماعة وظهر بينهم من لديه الرغبة الحقيقية لنشر رأيه في وسائل الإعلام(27).

المحور الثاني: الدراسات والبحوث التي تناولت نظرية دوامة الصمت والإعلام البديل:

طبقت دراسة تينج شين (2018) لتفسير دوامة الصمت في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال معرفة كيفية التعبير عن الآراء المؤيدة والآراء المعارضة وفي كثير من الأحيان انسحاب البعض من التعبير عن آرائه علي مواقع التواصل الاجتماعي وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها أن الخوف من العزلة (Fear of isolation) له تأثير غير مباشر علي ضعف أصحاب الرأي المعارض وذلك يدعم نظرية دوامة الصمت(28).

بينما هدفت دراسة إنجي عباس أبو العز (2016) إلي معرفة حدود الدور الذي يلعبه الإعلام البديل في اختراق دوامة الصمت في المجتمع المصري خاصة فئة الشباب المعارض ومعدل تأثيره علي سلوكهم كجمهور مستخدم خاصة فئة الشباب الذي يعاني من التهميش السياسي والتعرف علي مدي ملاءمه فروض نظرية دوامة الصمت لمستجدات بيئة الاعلام الجديد وتوصل البحث لعدد من النتائج أهمها أنه لا يحدث كسر للصمت عند مناقشة الموضوعات والقضايا السياسية الداخلية وجاء ترتيب الموضوعات التي يفضل الشباب المصري المهتمش سياسيا متابعتها عبر صفحات الفيس بوك هي الموضوعات السياسية الأمنية بنسبة 43.3%، الموضوعات الثقافية 2.3%، الرياضية 35.2%(29).

وفي دراسة كاون وآخرون (2015) حاول الكشف عن آثار التعرض للشبكات الاجتماعية علي الانترنت وفي كثير من الأحيان يلجأ الأفراد لفرض رقابة ذاتية (WTSC أو Willing to self-censer) في إطار نظرية دوامة الصمت وتوصلت الدراسة لهدة من النتائج أهمها إن الخوف من العزلة الاجتماعية يزيد من رغبة الفرد في فرض رقابة ذاتية علي التعبير عن آرائه السياسية(30).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وبينما في دراسة كريستينا مالا سينا (2014) هدفت الدراسة إلى اختبار نظرية دوامة الصمت في الانتخابات الإيطالية 2013 وقامت بتحليل محتوى بعض مواقع التواصل الاجتماعي علي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب، مدونات) وتوصلت الدراسة من خلال اختبار الفروض الرئيسية لنظرية دوامة الصمت أنها تتغير مع وجود بدائل الاعلام الجديد والتي فتحت الفرصة للتعبير عن الآراء علانية(31).

بينما هدفت دراسة عايدة السخاوي (2012) إلى التعرف علي مدي إمكانية نقل المجتمع الافتراضي الذي صنعتة الأقلية إلى المجتمع الواقعي في مصر في إطار نظرية دوامة الصمت وطرحت فكرة مقاومة الصمت في الواقع الافتراضي وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهما أن صفحات التواصل الاجتماعي نجحت في (تحدي الصمت) الذي تم فرضه من إعلام السلطة وإمكانية خروج الأقلية من العزلة بسهولة إقامة علاقة اتصالية مع من يشاركونهم في الرأي(32).

بينما هدفت دراسة سناء عبد الرحمن (2009) إلى تناول فرضيات نظرية دوامة الصمت ومدي صلاحيتها في بيئة الصحافة الالكترونية من خلال دراستين تحليلية لموقع العربية نت وميدانية للجمهور المستخدم وأثبتت الدراسة أن معوقات التعبير الحر عن الرأي في وسائل الاتصال التقليدية الجماهيرية قد زالت في هذه الوسيلة الجديدة خاصة مع ظهور أنماط التفاعلية علي المواقع الالكترونية وأكد ذلك أن الفرضية الرئيسية في دوامة الصمت التي تقول بخوف من يريد أن يعبر عن رأي معارض للرأي الغالب عن التعبير عن رأيه خشية العزلة لا تتناسب مع بيئة الصحافة الالكترونية التي تنفرد بسمات تحد من الخوف وتحفز أصحاب الرأي المعارض علي التعبير عن آرائهم(33).

المحور الثالث: الدراسات والبحوث التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي:

في هذا المحور سوف تركز الباحثة علي الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المختلفة علي المستخدمين باختلاف أعمارهم – توجهاتهم السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية.

هدفت دراسة نهال عبد الرؤوف (2018) للتعرف علي طبيعة الاستخدام المكثف للإنترنت ومعدل الانطواء لدي المراهقين بمصر خاصة مع الزيادة المطردة لاستخدام المراهقين للإنترنت وزيادة معدلات الاستخدام بشكل كبير وأشارت إلي ضرورة فهم التأثير الاجتماعي للإنترنت والقاء الضوء علي خطورة الانطواء الاجتماعي والانسحاب من المشاركة المجتمعية وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر هي أكثر المواقع التي يستخدمها الطلاب عينة الدراسة بنسبة 85% من طلاب الجامعة ويشعرون بحرية أكبر في التعبير عن أنفسهم وعن مشكلاتهم مع الأفراد الذين يتواصلون معهم عبر الإنترنت بنسبة 71.8(34).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

بينما جاءت دراسة فيدياشري (2018) لمعرفة ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي للشباب خاصة في النقاشات حول القضايا الحالية المطروحة والقضايا غير المطروحة وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن مواقع التواصل الاجتماعي في كثير من الأحيان تدعم صورا، فيديوهات غير أخلاقية بين الشباب والنسبة الأكبر بين الذكور وتصل إلي 64% (35).

بينما هدفت دراسة جامشيد (2017) إلى معرفة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعية في المشاركة السياسية تطبيقا علي الانتخابات الباكستانية 2013 والتي يوجد بها 245 حزب دين وبها ست لغات واستخدمت مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب لجذب أكثر من 80 مليون ناخب وطبقت الدراسة في 4 مدن رئيسية بها من خلال استمارة استقصاء بها 24 سؤال وأثبتت الدراسة مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي للتصويت في الانتخابات (36).

بينما رأت يولسيا (2017) أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد حكرًا علي البالغين ولكن زاد عدد استخدام الشباب لها وأتضح ذلك في انتخابات جنوب أفريقيا 2014 واستخدمت الدراسة نظرية الاستخدامات والاشباع وتم تصميم استمارة استبيان وطبقت علي 20 طالب وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن الشباب مهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي وأن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت من القرارات الانتخابية والمشاركة السياسية للشباب وبذلك تتفق نتائج هذه الدراسة مع الدراسة السابقة (37).

بينما اعتمدت نورهان رجب (2017) علي عينة متنوعة من الشباب من جامعات مختلفة وتوصلت الدراسة إلي أن 68.75% من الشباب يستخدمون الفيس بوك أكثر من مرة يوميا وأن إجراء محادثات مع الأصدقاء يحتل المرتبة الأولى للنشاطات التي يقوم بها الطلاب بنسبة 27.25% (38).

بينما رأت مني ياسر سليمان (2017) من خلال دراسة العلاقة بين استخدام الشباب للصفحات الرسمية للمنظمات غير الحكومية من مواقع التواصل الاجتماعي وبين المشاركة المجتمعية أنه كلما زاد اهتمام المستخدمين من الشباب بالقضايا التي تتبناها المنظمات غير الحكومية زادت مشاركة المستخدمين لها علي أرض الواقع (39).

بينما توصل محمد محرم عزت (2017) من خلال دراسة اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك – تويتر – يوتيوب) نحو أحداث عملية التحول الديمقراطي بمصر بعد ثورة 30 يونيو 2013 حتى الانتخابات البرلمانية ديسمبر 2015 وجد أن هناك ارتفاع في كثافة الاستخدام للفيس بوك بوزن نسبي 82% ثم موقع تويتر بوزن نسبي 47.7% وتفوقت دوافع الاستخدام السياسي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

للشبكات الاجتماعية كوسائل إعلامية وكمجال عام لطرح الآراء ودعم القضايا بنسبة 42.88% وانخفضت معدلات التعبير عن الآراء السياسية لدى العينة بنسبة 50.9% ويرجع السبب في ذلك إلى عدم جدوي التعبير عن الرأي بنسبة 57.2% وهذا يعكس حالة من الإحباط العام لدى عينة الدراسة (40).

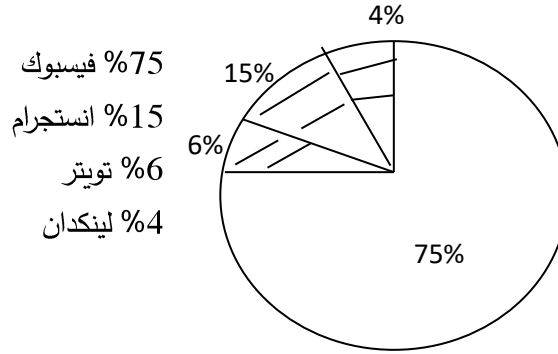
بينما دراسة عمرو محمد محمود عبد الحميد (2016) وهدف الباحث إلى اختبار فرضية النظرية العدائية لوسائل الاعلام حيث يتسم المجال العام المصري بالخلافات والاستقطاب السياسي والصراعات الايدلوجية وتزايدت حدة الاتهامات للعديد للقنوات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي بالتحيز وهدفت الدراسة بشكل رئيسي إلى رصد إدراك الجمهور المصري لمصادقية القنوات التلفزيونية المصرية والحكومية الخاصة ومواقع التواصل الاجتماعي في تناولها للقضايا السياسية الراهنة وكانت من أهم نتائج الدراسة أن هناك انقطاع نهائيًا عن مشاهدة القنوات بنسبة 47.8%، واحتل موقع الفيسبوك المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 55.3% ثم موقع اليوتيوب بنسبة 45.8%، انستجرام 2.5% توتير بنسبة 8.9% (41).

بينما حاولت دراسة حسن قاسم (2016) معرفة مدى فاعلية دور الفضائيات ووسائل الاعلام الجديد في دعم المشاركة المجتمعية بين أفراد المجتمع المصري من خلال إذاعة عرض حملات دعم المشاركة المجتمعية والإعلانات غير الهادفة للربح وتوصلت الدراسة إلى أن ما يزيد عن 50% من عينة الدراسة تشاهد القنوات الفضائية يوميا وهذا يقيس حقيقة أن التلفزيون مازال هو الوسيلة الأولى ضمن وسائل الاتصال الجماهيرية رغم انتشار الانترنت وحصلت عبارة (يصعب أن يجد الشخص محل الثقة) علي قبول كبير ويرجع ذلك للسماة الشخصية للمبحوثين (42).

بينما في دراسة اسد علي وآخرون (2016) تم تصميم صحيفة استقصاء من خلال عينة عشوائية بسيطة من 30 طالب من جامعة بنجاب الباكستانية وتحليل البيانات أكدت الدراسة علي أن مواقع التواصل الاجتماعي لها العديد من الاستخدامات الإيجابية ولا بد من معرفة الهدف من استخدام التواصل الاجتماعي (43).

بينما هدفت دراسة كورنا (2015) إلى تحديد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب وتحليل مدى مصداقية المعلومات التي يستقبلها من مواقع التواصل الاجتماعي علي حياته الشخصية والعملية ورأت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي كالعملة المعدنية لها وجهان وأن الشباب لديهم ذكاء تكنولوجي ووعي اجتماعي، وفيما يلي رسم توضيحي لما توصلت إليه الدراسة من حيث الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي (44).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



بينما أشارت دراسة داليا العبد (2015) إلي التراجع الكبير في ثقة الشباب المصري في وسائل الإعلام التقليدية والقنوات الحكومية والخاصة واعتمادهم بصفة أساسية علي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك كخيار أول للحصول علي الاخبار السياسية بنسبة 62.3% تلتها المواقع الالكترونية للصحف علي شبكة الانترنت بنسبة 38.2%⁽⁴⁵⁾.

بينما في دراسة شيماء العزب (2014): ركزت الباحثة علي آليات تشكيل وتكوين اتجاهات الرأي العام نحو القضايا محل الدراسة من خلال التعرض للفيس بوك وطبقت الدراسة صحيفة استقصاء للعينة المتاحة وقوامها 407 مبحوث وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها ارتفاع نسبة الاشتراك في المجموعات التي تهتم بالشأن السياسي عبر موقع الفيس بوك⁽⁴⁶⁾.

بينما دراسة نوره عبد الله محمود أحمد (2014) هدفت الدراسة إلي معرفة أثر تعرض للشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية علي إدراكهم الأحداث الجارية واعتمدت الدراسة علي منهج المسح عن طريق إجراء دراسة ميدانية وتطبيق استمارة استبيان علي عينة عمدية وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها ارتفاع نسبة ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة في المعلومات التي يأخذونها من مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد أعداد المبحوثين الذي يعبرون عن آرائهم بحرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتكوين وجهات نظر وفتح أبواب للنقاش⁽⁴⁷⁾.

وفي دراسة مها السيد بهنسي (2013): هدفت الدراسة إلي التعرف علي القضايا والموضوعات المثارة في المدونات السياسية محل الدراسة واعتمدت الدراسة علي منهج المسح للمضمون بالتطبيق علي عينة عمدية مكونه من 200 مدونة سياسية مصرية تعبر عن آراء وأفكار مختلفة متصلة بالشأن السياسي وتوصلت الدراسة لعدد

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

من النتائج أهمها أن المدونين السياسيين يرون أن بإمكانهم التأثير في العملية السياسية من خلال ضغط الأفراد علي النظام السياسي من خلال مدوناتهم⁽⁴⁸⁾.

بينما قامت دراسة ممدوح عبد الواحد (2012) بتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية في المجتمع المصري من خلال دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي وطبقت الدراسة علي عينة قوامها 300 مفردة من شباب جامعة كفر الشيخ وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها الدور الأبرز في نجاح ثورة 25 يناير ولكن رأت الدراسة أنه لا يمكن المبالغة والتهويل في تأثيرها حيث تمثل تأثيرها في التعبئة الايدلوجية للثورة⁽⁴⁹⁾.

بينما دراسة ماركوس سابادلو (2011) ركزت علي الدور الذي قامت به الشبكات الاجتماعية في تشكيل آراء واتجاهات الجماهير العربية وطبق الباحث دراسة الحالة علي مصر وتونس وتوصل إلي عدد من النتائج أهمها أن الشبكات الاجتماعية نجحت في تكوين وعي النخبة المثقفة التي بدورها نقلت هذا الوعي لباقي المجموعات المهياة للثورة بالاتصال المباشر وقامت بتقريب العلاقات البيئية بين الجماعات المختلفة من خلال بث الأفكار المشتركة والتعقيب عليها من خلال مجموعات شبه متجانسة من خلال صفحات ومنتديات خاصة بهم⁽⁵⁰⁾.

بينما هدفت دراسة ولاء مسعد إسماعيل (2011) إلي تحديد مبررات الانضمام للمجتمع الافتراضي والاشباعات التي يحققها لأعضائه واعتمدت الدراسة علي منهج المسح وتحليل الخطاب وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية بسيطة مكونه من 20 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وعينة عمدية من الجماعات الافتراضية التي خططت لثورة 25 يناير وتوصلت الدراسة إلي أن اتصال وتفاعل أعضاء المجتمع الافتراضي تأثر بقوة بالواقع الذي يعيشونه في مجتمعاتهم التقليدية⁽⁵¹⁾.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

بعد الاستعراض السابق لأهم الدراسات العربية والأجنبية تجدر الإشارة إلي عدة ملاحظات:

- 1- لازالت هناك قلة في الدراسات العربية التي تناولت نظرية دوامة الصمت مقارنة بالدراسات الأجنبية وخاصة في تطبيقاتها علي وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد.
- 2- اتفقت معظم الدراسات التي تناولت (نظرية دوامة الصمت والاعلام التقليدي) وركزنا في هذا المحور علي الدراسات العربية حتي يكون لدينا تصورا عن شكل الاعلام التقليدي بوسائله المختلفة في إطار هذه النظرية حالة عدم التصديق هي حالة سائدة في البلاد وأنها لا تعبر عن الرأي العام المصري وأن الأقلية أصبحت لا تصمت بالضرورة أمام اختلافها في الرأي مع الجماعة.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- 3- تنوعت نتائج الدراسات التي تناولت (نظرية دوامة الصمت والاعلام الجديد) بين رغبة الأفراد الذين لديهم آراء مغايرة لما يعرض في وسائل الاعلام التقليدية في كسر الصمت والتعبير عن آرائهم بحرية بين القدرة علي التعبير بحرية ومشاركة الآخرين آرائهم المغايرة علي وسائل الاعلام الجديد، لكن البعض أيضا خاف من العزلة الاجتماعية مجددا علي مواقع التواصل الاجتماعي وذلك يزيد من فرض الرقابة الذاتية (WTSC) وكان لذلك تأثير علي ضعف أصحاب الرأي المعارض ويدعم نظرية دامة الصمت وذلك دفع الباحثة لإجراء محاولة جديدة لاختبار فروض النظرية وما طرأ عليها من تطورات خاصة في بيئة وضع الاعلام التقليدي الحالي بيئة ووضع الاعلام الجديد.
- 4- أجمعت نتائج الدراسات والبحوث التي تناولت (استخدامات الجمهور لمواقع التوصل الاجتماعي) علي أن لهذه المواقع قوة تأثير كبير واستخدامها كوسائل إعلامية وكمجال عام لطرح الآراء والقضايا وجاء الفيس بوك وتويتر في الدراسات العربية والأجنبية في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي استخداما ويزن كبير واهتمت الكثير من الدراسات بالاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراته علي الشباب وخاصة بعد ثورة 25 يناير 2011 وأكد نتائج معظم هذه الدراسات علي أن اتصال وتفاعل أعضاء المجتمع الافتراضي يتأثر بقوة بالواقع الذي يعيشونه في مجتمعاتهم التقليدية.
- 5- أكدت إحدى الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها الدور الأبرز في نجاح ثورة 25 يناير ولكن رأت هذه الدراسة أنه لا يمكن المبالغة والتهويل في تأثيرها حيث تمثل تأثيرها في التعبئة الايدلوجية وذلك يؤكد ضرورة دراسة تأثيرات هذه المواقع في دراسات مختلفة لبيان مدي التأثير بشكل أوضح.
- 6- معظم الدراسات التي تناولت الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في إطار نظرية دوامة الصمت قامت بالتركيز علي التأثيرات في بيئة الاعلام الجديد ولم تنترق بالتحليل والتأصيل العلمي بشكل أكثر تفصيلا لوضع الإعلام التقليدي الذي يدفع الجمهور إلي الانصراف إلي بيئة الاعلام الجديد ومن هنا كانت الحاجة لدراسة توضح وضع الاعلام المصري الحالي الذي دفع الجمهور وخاصة الشباب إلي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى كثافة تعرض الشباب عينة الدراسة للبرامج التلفزيونية؟
- 2- ما مدى كثافة تعرض الشباب عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما أهم برامج الرأي التلفزيونية التي يتابعها الشباب عينة الدراسة؟
- 4- ما أهم القضايا المعروضة في برامج الرأي التلفزيونية وناقشها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- 5- ما الأسباب التي تدفع الشباب لمناقشة القضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما مدي القدرة على تشكيل رأي محدد إزاء القضايا التي يتعرض لها الشباب من خلال التلفزيون وبنقاشونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 7- ما أهم الصفحات التي تناقش قضايا الرأي العام المعروضة بالتلفزيون ويتابعها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 8- أهم الأسباب التي تدفع الشباب للتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول قضايا الرأي العام؟
- 9- ما الاشباع المتحققة للشباب من عرض آرائهم في القضايا المطروحة في برامج الرأي التلفزيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 10- ما الفروق بين استخدام الشباب للإعلام التقليدي ممثلا في التلفزيون؛ استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي؟

سابعاً: فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية بين مدي مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون؛ تشكيلهم لاتجاهات حول هذه القضايا.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين دوافع مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون؛ تشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا.
- الفرض الثالث:** تتأثر العلاقة بين مناقشة الشباب للقضايا التي يشاهدونها في التلفزيون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيلهم لاتجاهات وتتوسط تلك العلاقة المتغيرات الديموغرافية.

ثامناً: متغيرات الدراسة:

- أ- **المتغيرات المستقلة:** (مدي مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون، دوافع مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون).
- ب- **المتغيرات التابعة:** (اتجاهات الشباب).
- ج- **المتغيرات الوسيطة:** (النوع، المستوي التعليمي، العمر، متوسط الدخل).

تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

تعد هذه الدراسة من نوعية البحوث الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

عليها⁽⁵²⁾. كما أن هذه النوعية من الدراسات تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة ما بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون الدخول في أسبابها والتحكم فيها⁽⁵³⁾.

وهو ما يطلق علي التقدير فضلا عن أن هذه النوعية من البحوث تعتمد على تساؤلات وفروض معدة مسبقا وتعمل على تحديد مستوى الارتباط ثم التأثير بين المتغيرات⁽⁵⁴⁾.

وهنا تستهدف الدراسة محل البحث التعرف على دور برامج الرأي التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يُعتبر من أبرز وأكثر المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية عامة، والدراسات الوصفية بشكل خاص وتعتمد الدراسة علي منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، لأنه يمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين المتغيرات، ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات.

فهو يُعد نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم من هنا يعتبر هذا المنهج رئيسيا في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي⁽⁵⁵⁾.

ويهدف منهج المسح في الدراسة محل البحث إلى التعرف على دور برامج الرأي التليفزيونية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام.

الإطار الإجرائي للدراسة

مجتمع وعينة الدراسة:

هو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة، وهو المجتمع الذي يرغب في تعميم النتائج عليه⁽⁵⁶⁾ كما يعرف بأنه "مجموع المفردات الذي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة"⁽⁵⁷⁾ وهو الشباب الذي يشاهد برامج الرأي التليفزيونية ويتفاعل حول مضمونها على مواقع التواصل الاجتماعي. وقد أُجريت الدراسة علي عينة قوامها (100) مفردة من الشباب وتحددت مواصفات العينة علي النحو المبين في الجدول التالي:
الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة :

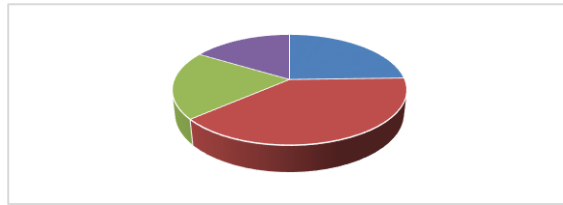
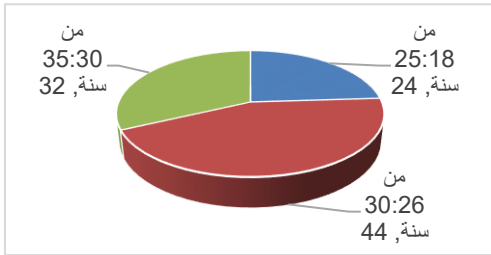
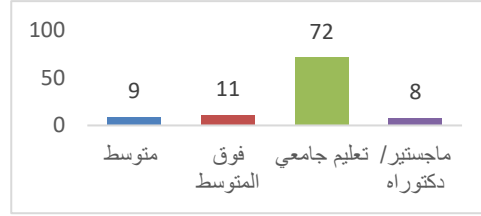
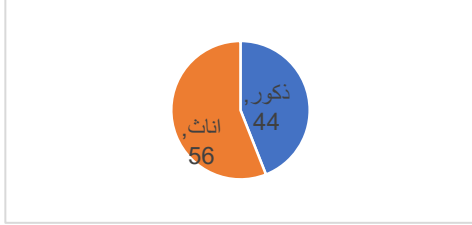
المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
44.0	44	ذكور	النوع
56.0	56	إناث	
100.0	100	الإجمالي	
9.0	9	متوسط	المستوى التعليمي
11.0	11	فوق المتوسط	
72.0	72	تعليم جامعي	
8.0	8	ماجستير/ دكتوراه	
100.0	100	الإجمالي	
24.0	24	من 25:18 سنة	العمر
44.0	44	من 30:26 سنة	
32.0	32	من 35:30 سنة	
100.0	100	الإجمالي	
27.0	27	أقل من 2000 جنيه	متوسط الدخل
43.0	43	من 2000:أقل من 4000 جنيه	
22.0	22	من 4000:أقل من 6000 جنيه	
18.0	18	أكثر من 6000 جنيه	
100.0	100	الإجمالي	

جدول (1) الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، بالنسبة للنوع، بلغت نسبة الإناث (56%)، ونسبة الذكور (44%). وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي، كان أغلب أفراد العينة حاصلين على تعليم جامعي بنسبة (72%)، وبلغت نسبة الحاصلين على تعليم فوق متوسط (11%)، وكان الحاصلون على مؤهل فوق جامعي في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (8%). وحول العمر، بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين 36 و30 عامًا (44%)، ثم من تتراوح أعمارهم بين 30 و35 عامًا (32%)، وأخيرًا من تتراوح أعمارهم بين 18 و25 عامًا (24%). وبالنسبة لمتوسط الدخل، بلغت نسبة من يتراوح دخلهم بين 2000 و4000 ج (43%)، ثم من يقل دخلهم عن 2000 ج (27%)، وأخيرًا من يزيد دخلهم عن 6000 ج (18%).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



عاشراً: أدوات جمع البيانات:

تتحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

حادي عشر: اختباري الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

- اختبار الصدق (Validity):
 - ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.
- اختبار الثبات (Reliability):
 - ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

– قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان, ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول, والذي وصل إلى 93.6%, مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

ثاني عشر: التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الإساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري, وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
- الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
- كاي 2 (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA .

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)*

نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1- ما مدى مشاهدتك لبرامج الرأي التلفزيونية؟

مدى مشاهدة المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية	ك	%
دائماً	48	48.0
أحياناً	32	32.0
نادراً	20	20.0
الإجمالي	100	100.0

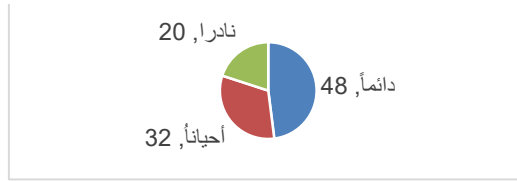
مؤشرات إحصائية (كاي 2: 43.980 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية : 0.000 دال)

جدول (2) مدى مشاهدة المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مشاهدة المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية؛ فذكروا "دائمًا" بنسبة (48%)، ثم "أحيانًا" بنسبة (32%)، وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (20%).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة χ^2 (43.980)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مدى مشاهدتهم لبرامج الرأي التلفزيونية. وتدل هذه النتيجة على وجود نسبة كبيرة من أفراد العينة تتابع برامج الرأي التلفزيونية.



2- أي من برامج الرأي التلفزيونية التالية تفضل مشاهدتها؟

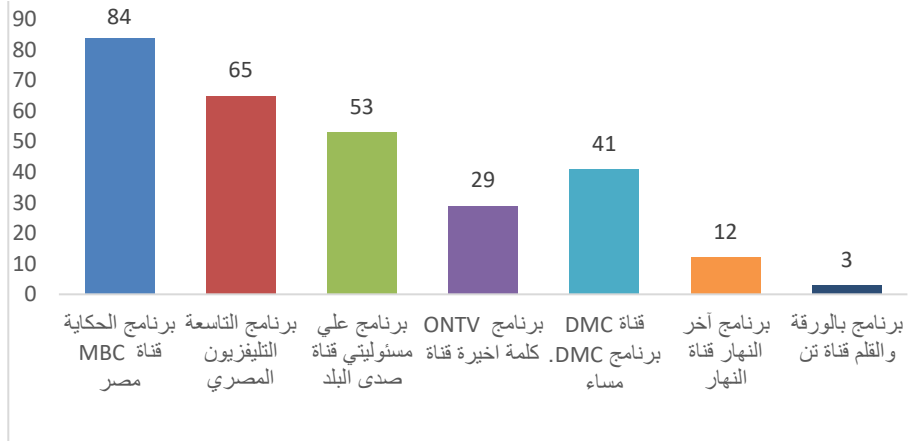
برامج الرأي التلفزيونية التالية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها	ك	%
برنامج الحكاية قناة MBC مصر	84	84.0
برنامج التاسعة التلفزيون المصري	65	65.0
برنامج علي مسئوليتي قناة صدى البلد	53	53.0
ONTV برنامج كلمة أخيرة قناة	29	29.0
DMC قناة DMC. برنامج مساء	41	41.0
برنامج آخر النهار قناة النهار	12	12.0
برنامج بالورقة والقلم قناة تن	3	3.0
الإجمالي	100	

جدول (3) برامج الرأي التلفزيونية التالية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها

يتضح من البيانات السابق عرضها برامج الرأي التلفزيونية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها؛ فكان "برنامج الحكاية قناة MBC مصر" في المقدمة بنسبة (84%)، ثم "برنامج التاسعة التلفزيون المصري" بنسبة (65%)، وأخيرًا "برنامج بالورقة والقلم قناة تن" بنسبة (3%) وذلك يعني أن برنامج "الحكاية" للإعلامي "عمرو أديب" يأتي في المرتبة الأولى للمشاهدة رغم إذاعته على قناة فضائية سعودية وأتى في المرتبة الثانية برنامج "التاسعة للإعلامي" وائل الإبراشي" على التلفزيون المصري وتلاه برنامج علي مسئوليتي للإعلامي "أحمد موسى" على قناة صدى البلد ثم أتى برنامج مساء DMC للإعلامي "رامي رضوان" والإعلامية "إيمان الحصري" في المرتبة التالية ثم برنامج "كلمة أخيرة" للإعلامية "لميس

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

الحديدي" ثم بنسب أقل بكثير برنامج "آخر النها"ر للإعلامي "د.محمد الباز" وفي المرتبة الأخيرة أتى برنامج "بالورقة والقلم" للإعلامي "نشأت الديهي" بنسبة وصلت إلي (3%).



3- ما أسباب تعرضك لبرامج الرأي التلفزيونية؟

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		الي حد ما		موافق		الأسباب
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	77.3	.737	2.32	20.0	20	24.0	24	56.0	56	المساعدة في تكوين رأي شخصي حول القضايا الراهنة
2	72.0	.677	2.16	16.0	16	32.0	32	52.0	52	مواكبتها للأحداث الجارية
2	72.0	.788	2.16	8.0	8	40.0	40	52.0	52	اكتساب معلومات جديدة حول القضايا الراهنة
3	68.0	.665	2.04	16.0	16	36.0	36	48.0	48	تجنب العزلة
4	54.7	.798	1.64	24.0	24	36.0	36	40.0	40	التعرف على وجهات النظر المختلفة
5	52.0	.641	1.56	20.0	20	56.0	56	24.0	24	بناء موقف من مختلف الموضوعات

جدول(4) أسباب التعرض لبرامج الرأي التلفزيونية

يتضح من البيانات السابق عرضها أسباب تعرض المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية؛ فذكروا "المساعدة في تكوين رأي شخصي حول القضايا الراهنة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (77,3%)، ثم "مواكبتها للأحداث الجارية" و "اكتساب معلومات جديدة حول القضايا الراهنة" بوزن نسبي (72%) لكل منهما، وأخيراً "بناء

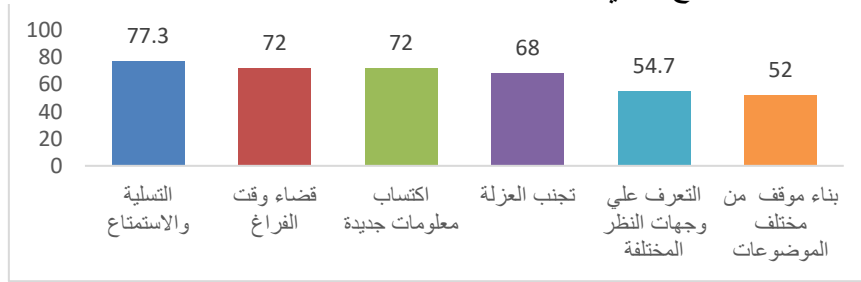
**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

موقف من مختلف الموضوعات" بوزن نسبي (52%). وهذه النسب تؤكد أن المبحوثين في حاجة لمعرفة لتكوين رأي شخصي حول القضايا الراهنة وأن الجمهور مازال في حاجة ماسة للمعرفة.

المقياس العام حول أسباب تعرض المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية	ك	%
محدودة	16	16
متوسطة	36	36
متعددة	48	48
الإجمالي	100	100

جدول (5) المقياس العام حول أسباب تعرض المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية

تكشف بيانات الجدول السابق عن المقياس العام حول أسباب تعرض المبحوثين لبرامج الرأي التلفزيونية؛ فكانت الأسباب "متعددة" بنسبة (48%)، و"متوسطة" بنسبة (36%)، و"محدودة" بنسبة (16%). وتوضح هذه النتائج أن الجمهور لديه أسباب متعددة لمتابعة برامج الرأي التلفزيونية.



4- فيما يلي مجموعه من العبارات من فضلك حدد موقفك منها:

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	98.7	.197	2.96	20.0	20	32.0	32	48.0	48	تعرض برامج الرأي التلفزيونية وجهة النظر الرسمية فقط
2	88.0	.560	2.64	17.0	17	36.0	36	44.0	44	تفتقد برامج الرأي التلفزيونية وجود هامش من الحرية.
3	84.0	.643	2.52	40.0	40	24.0	24	36.0	36	تعرض برامج الرأي التلفزيونية مختلف الآراء
4	80.0	.636	2.40	48.0	48	36.0	36	16.0	16	تتمتع برامج الرأي التلفزيونية بحرية كبيرة

جدول(6)موقف المبحوثين من مدى حيادية برامج الرأي التلفزيونية

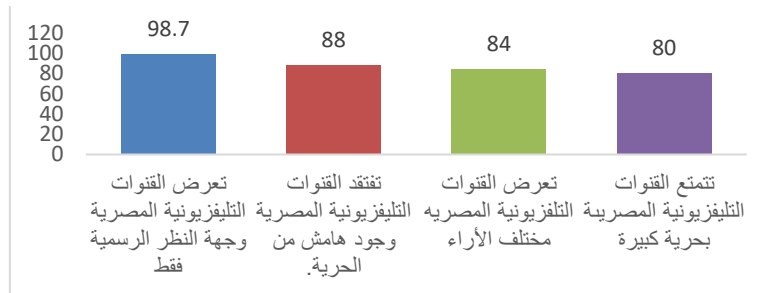
**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

يتضح من البيانات السابق عرضها رأي المبحوثين في مجموعة من العبارات المتعلقة بحيادية برامج الرأي؛ فذكروا "تعرض برامج الرأي التلفزيونية وجهة النظر الرسمية فقط" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (98,7%)، ثم "تفتقد برامج الرأي التلفزيونية وجود هامش من الحرية" بوزن نسبي (88%)، وأخيراً "تتمتع برامج الرأي التلفزيونية بحرية كبيرة" بوزن نسبي (80%). تؤكد هذه النتائج أن المبحوثين يرون أن برامج الرأي التلفزيونية تعرض وجهة النظر الرسمية فقط وأنت تلك النتيجة في المرتبة الأولى كما يرى المبحوثون أن برامج الرأي التلفزيونية تفتقد لوجود هامش من الحرية وتلك النتائج تؤكد ضرورة إعادة النظر في هامش الحرية المتاح لمنظومة البرامج الحوارية التلفزيونية.

المقياس العام حول رأي المبحوثين في مجموعة من العبارات المتعلقة بحيادية برامج الرأي	ك	%
ضعيف	44	44
متوسط	36	36
قوي	17	417
الإجمالي	100	100

جدول رقم (7) المقياس العام حول رأي المبحوثين في مجموعة من العبارات المتعلقة بحيادية برامج الرأي

تكشف بيانات الجدول السابق عن المقياس العام حول رأي المبحوثين في مجموعة من العبارات المتعلقة بحيادية برامج الرأي؛ فكان رأي المبحوثين في حياديتها "قويًا" بنسبة (17%)، و"متوسطًا" بنسبة (36%)، و"ضعيفًا" بنسبة (44%). وهذه النتائج توضح أن المبحوثين يرون أن البرامج الحوارية التلفزيونية تفتقر للحيادية بنسبة تصل إلي (44%) من أفراد العينة ومعنى ذلك أن هذه البرامج تتبني وجهات نظر واحدة في كثير من الأحيان ويفتقد المشاهد لمتابعة وجهات نظر مختلفة من خلال هذه البرامج.



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

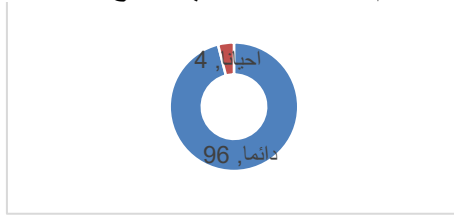
5- ما مدى استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت؟

مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت	ك	%
دائماً	96	96.0
أحياناً	4	4.0
الإجمالي	100	100.0
مؤشرات احصائية (ك2: 129.761 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

جدول (8) مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت؛ فذكروا "دائماً" بنسبة (96%)، ثم "أحياناً" بنسبة (4%).

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة ك2 (129.761)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت. وتنسق هذه النتيجة مع دراسة "دعاء حامد الغوايبي" 2017 بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدى الشباب المصري" والتي رأت ارتفاع في نسبة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي (58).



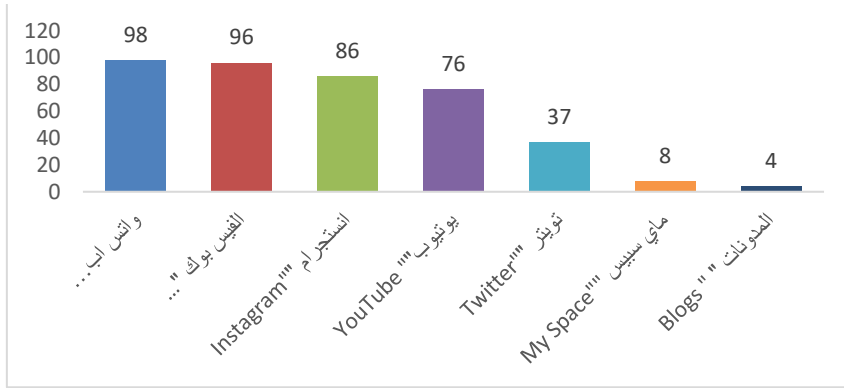
6- اختر التطبيقات التي تفضل استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

التطبيقات	ك	%
واتس اب "whatsapp"	98	98
الفايس بوك "Facebook"	96	96
انستجرام "Instagram"	86	86
يوتيوب "YouTube"	76	76
تويتر "Twitter"	37	37
ماي سبيس "My Space"	8	8
المدونات "Blogs"	4	4
الإجمالي	100	

جدول (9) التطبيقات التي يفضل المبحوثون استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

يتضح من البيانات السابق عرضها التطبيقات التي يفضل المبحوثون استخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فكان "الواتس اب" في المقدمة بنسبة (98%)، ثم "الفيس بوك" بنسبة (96%)، وأخيراً "المدونات" بنسبة (4%). وهذه النتيجة تشير إلى أن الـ "whatsapp" الواتس اب أتى في المرتبة الأولى وهي نتيجة قد تشير إلى أن الشباب يفضله كوسية أولى للتواصل حتي يتم التواصل بشكل شخصي أكثر مع الأشخاص الذي يرغب في مشاركتهم بأرائه وأفكاره. ثم أتى "facebook" الفيس بوك في المرتبة الثانية واتفقت هذه النتيجة مع دراسة "نورهان رجب أحمد حسن" 2017 بعنوان "تأثير استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية" حيث أكدت على الاستخدام المرتفع للفيس بوك من قبل الشباب. بينما أتت المدونات في المرتبة الأخيرة وربما يرجع ذلك إلي أن الشباب يرون أن هناك حرية في مناقشة القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة دون المشاركة في المدونات (59).



7- ما أهم الصفحات التي تفضلها عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الصفحة التي يفضلها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
الصفحة الرسمية لصحيفة اليوم السابع	92	92.0
الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي باسم مجلس الوزراء	73	73.0
الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي باسم رئاسة الجمهورية	87	87.0
الصفحة الرسمية لبرنامج "علي مسنوليتي" صدى البلد	68	68.0
الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء	65	65.0
الصفحة الرسمية لبرنامج الحكاية MBC مصر	63	63.0
مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء	54	54.0
الصفحة الرسمية لبرنامج التاسعة "التلفزيون المصري"	47	47.0
الصفحة الرسمية لقناة CBC Extra	39	39.0
الصفحة الرسمية لقناة الجزيرة	28	28.0
الصفحة الرسمية لراديو مصر	35	35.0
الصفحة الرسمية لصحيفة المصري اليوم	84	84.0

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

11.0	11	الصفحة الرسمية لصحيفة الأهرام
84.0	84	الصفحة الرسمية لصحيفة الوطن
29.0	29	الصفحة الرسمية لقطاع الأخبار
67.0	67	الصفحة الرسمية لصحيفة الدستور
56.0	56	الصفحة الرسمية لمؤسسة أخبار اليوم
91.0	91	الصفحة الرسمية لقناة Ontv live
16.0	16	الصفحة الرسمية لقناة فرانس 24
33.0	33	الصفحة الرسمية لقناة BBC عربي
12.0	12	الصفحة الرسمية لقناة روسيا اليوم
9	9	اخرى تذكر
100		الاجمالي

جدول (10) الصفحات التي يفضل المبحوثون استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من البيانات السابق عرضها الصفحات التي يفضلها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ فكانت "الصفحة الرسمية لصحيفة اليوم السابع" في المقدمة بنسبة (92%)، ثم "الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي باسم مجلس الوزراء" بنسبة (73%)، وأخيرًا "الصفحة الرسمية لقناة روسيا اليوم" بنسبة (12%).

8- ما مدى اهتمامك بمتابعة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمناقشة قضايا الرأي العام؟

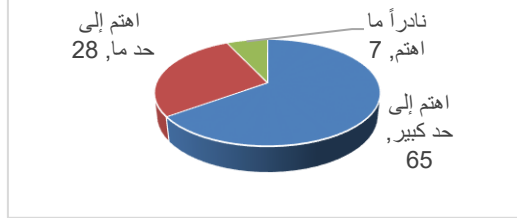
مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمناقشة قضايا الرأي العام	ك	%
اهتم إلى حد كبير	65	65.0
اهتم إلى حد ما	28	28.0
نادرًا ما اهتم	7	7.0
الإجمالي	100	100.0
مؤشرات احصائية (كا: 87.420 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

جدول (11) مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمناقشة قضايا الرأي العام

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمناقشة قضايا الرأي العام؛ فذكروا "اهتم إلى حد كبير" بنسبة (65%)، ثم "اهتم إلى حد ما" بنسبة (28%)، وأخيرًا "نادرًا ما اهتم" بنسبة (7%).

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا 2 (87.420)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث مدى اهتمامهم بمتابعة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمناقشة قضايا الرأي العام.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**



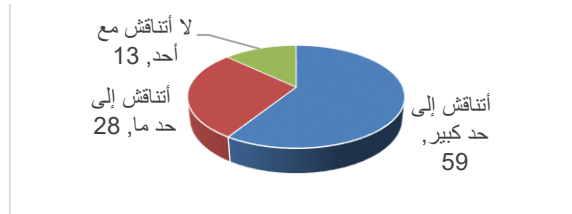
9- إلى أي مدى تُناقش بالرأي والحوار مع الآخرين موضوعات وقضايا الرأي العام التي تتعرض لها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

ك	%	مدى مناقشة المبحوثين بالرأي والحوار مع الآخرين موضوعات وقضايا الرأي العام التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي
59	59.0	أُتُنَاقَشُ إلى حد كبير
28	28.0	أُتُنَاقَشُ إلى حد ما
13	13.0	لا أُتُنَاقَشُ مع أحد
100	100.0	الإجمالي
مؤشرات احصائية (كا: 2؛ 78.830: درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)		

جدول (12) مدى مناقشة المبحوثين بالرأي و مع الآخرين قضايا الرأي العام التي يتعرضون لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى مناقشة المبحوثين بالرأي والحوار مع الآخرين موضوعات وقضايا الرأي العام التي يتعرضون لها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أُتُنَاقَشُ إلى حد كبير" بنسبة (59%)، ثم "أُتُنَاقَشُ إلى حد ما" بنسبة (28%)، وأخيراً "لا أُتُنَاقَشُ مع أحد" بنسبة (13%).

تنسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (78.830)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مدى مناقشتهم بالرأي والحوار مع الآخرين موضوعات وقضايا الرأي العام التي يتعرضون لها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

10- هل أنت مهتم بالقضايا التالية؟

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير مهتم		الى حد ما		مهتم جدا		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	98.7	.197	2.96	-	-	4.0	4	96.0	96	فيروس كورونا
2	88.0	.560	2.64	4.0	4	28.0	28	68.0	68	النظام التعليمي
3	84.0	.643	2.52	8.0	8	32.0	32	60.0	60	تطوير العشوائيات
4	80.0	.636	2.40	8.0	8	44.0	44	48.0	48	تطوير شبكة الطرق

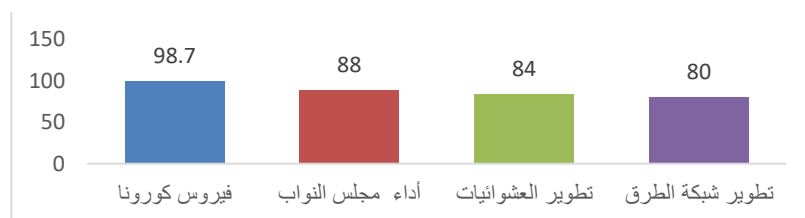
جدول (13) أهم القضايا التي يناقشها الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى اهتمام الباحثين بمجموعة من القضايا التي تُعرض في برامج الرأي التليفزيونية ويناقشونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "فيروس كورونا" بنسبة (98,7%)، ثم "النظام التعليمي" بنسبة (88%)، وأخيراً "تطوير شبكة الطرق" بنسبة (80%). وهذه النتائج تؤكد أن القضية الرئيسية الأولى التي تشغل الشباب هي "فيروس كورونا" تلاها "النظام التعليمي" نظراً لتوقف الدراسة في المدارس والجامعات ووجود بدائل كثيرة فتحت المجال للنقاش حولها من خلال برامج الرأي التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي. ثم "تطوير العشوائيات" جاءت في المرتبة الثالثة ثم "تطوير شبكة الطرق" في المرتبة الرابعة. مما يعني أن القضايا الصحية والتعليمية كانت محل اهتمام الشباب أكثر من قضايا التطوير.

المقياس العام حول مدى اهتمام الباحثين بمجموعة من القضايا	ك	%
متوسط	8	8
قوي	92	92
الإجمالي	100	100

جدول (14) المقياس العام حول مدى اهتمام الباحثين بمجموعة من القضايا

تكشف بيانات الجدول السابق عن المقياس العام حول مدى اهتمام الباحثين بمجموعة من القضايا؛ فكان الاهتمام "قويًا" بنسبة (92%)، و"متوسطًا" بنسبة (8%).



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

11- وضح رأيك في العبارات التالية التي تعبر عن الدوافع السياسية لمتابعتك واستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي :

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	93.3	.402	2.80	-	-	20.0	20	80.0	80	رأيي على مواقع التواصل الاجتماعي يختلف عن رأيي الشخصي في الحياة الواقعية
2	82.7	.703	2.48	12.0	12	28.0	28	60.0	60	أشارك برأيي الذي قد يغير رأي الدولة.
2	82.7	.703	2.48	12.0	12	28.0	28	60.0	60	يمكنني مناقشة كافة القضايا بحرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى وإن كانت تتعارض مع الرأي المعروف من خلال وسائل الإعلام التقليدية.
3	76.0	.830	2.28	24.0	24	24.0	24	52.0	52	أعبر عن أفكاري وموافقي تجاه القضايا السياسية والاجتماعية التي تهمني.
4	70.7	.769	2.12	24.0	24	40.0	40	36.0	36	أشارك وأعلق على المنشورات التي بها آراء محايدة حول قضايا الرأي العام.
5	68.0	.777	2.04	28.0	28	40.0	40	32.0	32	ألمي وعبي ومعرفتي بالآراء التي تدور حول قضايا الرأي العام.
6	66.7	.804	2.00	32.0	32	36.0	36	32.0	32	أتواصل مع فئة محددة من الأصدقاء والتي تتوافق ميولهم السياسية مع نفس ميولي واتجاهاتي.

جدول (15) الدوافع السياسية لمتابعتك واستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من البيانات السابق عرضها دوافع المبحوثين السياسية لمتابعة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "رأيي على مواقع التواصل الاجتماعي يختلف عن رأيي الشخصي في الحياة الواقعية" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (93,3%)، ثم "أشارك برأيي الذي قد يغير رأي الدولة" و"يمكنني مناقشة كافة القضايا بحرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى وإن كانت تتعارض مع الرأي المعروف من خلال وسائل الإعلام التقليدية" بوزن نسبي (82,7%) لكل منهما، وأخيراً "أتواصل مع فئة محددة من الأصدقاء والتي تتوافق ميولهم السياسية مع نفس ميولي واتجاهاتي" بوزن نسبي (66,7%). وهذه النتائج تؤكد أن الشباب بشكل عام لديه آراء مخالفة لآرائه في الحياة الواقعية وهي آراء قد تكون مغايرة للآراء الرسمية المعروضة من خلال برامج الرأي التليفزيونية ويقوم هؤلاء الشباب بالتواصل مع فئة من الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتوافق ميولهم السياسية مع ميول واتجاهات هؤلاء الشباب.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

وتتسق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أمانى عمر الحسيني 2015 والتي رأت أن الشباب يتأثرون بالمعلومات السياسية التي يحصلون عليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وتدفعهم لمشاركتها مع الآخرين⁽⁶⁰⁾.

المقياس العام حول دوافع المبحوثين السياسية لمتابعة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
ضعيفة	12	12
متوسطة	21	21
قوية	67	67
الإجمالي	100	100

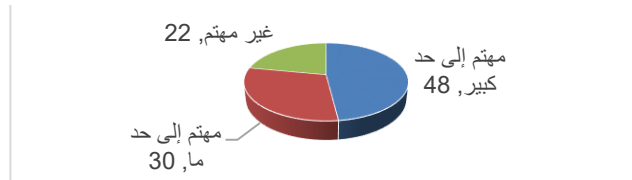
جدول (16) المقياس العام حول دوافع المبحوثين السياسية لمتابعة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

تكشف بيانات الجدول السابق عن المقياس العام حول دوافع المبحوثين السياسية لمتابعة واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؛ فكانت الدوافع "قوية" بنسبة (67%)، و"متوسطة" بنسبة (21%)، و"ضعيفة" بنسبة (12%).
12- هل تهتم بمعرفة آراء أفراد مختلفين معك في الرأي :

مدى اهتمام المبحوثين بمعرفة آراء أفراد مختلفين معهم في الرأي	ك	%
مهتم إلى حد كبير	48	48.0
مهتم إلى حد ما	30	30.0
غير مهتم	22	22.0
الإجمالي	100	100.0

مؤشرات احصائية (كا: 2؛ 65.463 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال)

جدول (17) مدى اهتمام المبحوثين بمعرفة آراء أفراد مختلفين معهم في الرأي
تكشف بيانات الجدول السابق عن مدى اهتمام المبحوثين بمعرفة آراء أفراد مختلفين معهم في الرأي؛ فذكروا "مهتم إلى حد كبير" بنسبة (48%)، و"مهتم إلى حد ما" بنسبة (30%)، وأخيراً "غير مهتم" بنسبة (22%).
تتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (65.463)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين من حيث مدى اهتمامهم بمعرفة آراء أفراد مختلفين معهم في الرأي.



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

13- في حالة وجود رأي مخالف لرأيي على مواقع التواصل الاجتماعي.... أقوم بالأفعال التالية :

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	97.3	.273	2.92	-	-	8.0	8	92.0	92	أقوم بالتطاول على الأشخاص ذوي الآراء المخالفة
2	82.7	.703	2.48	12.0	12	28.0	28	60.0	60	أشكك في المعلومات المقدمة من الطرف الأخر
3	77.3	.618	2.32	20.0	20	36.0	36	44.0	44	أصمت ولا أكتب رأيي
4	74.7	.767	2.24	28.0	28	32.0	32	40.0	40	أكتب رأيي بكل حرية
5	73.3	.636	2.20	8.0	8	52.0	52	40.0	40	أحاول إقناع الآخرين برأيي
6	72.0	.677	2.16	16.0	16	52.0	52	32.0	32	أخرج من المناقشة تماماً
7	70.7	.820	2.12	12.0	12	56.0	56	32.0	32	أبحث عن أرضية مشتركة للنقاش

جدول (18) الأفعال التي يقوم بها المبحوثون في حالة وجود آراء مخالفة لآرائهم

يتضح من البيانات السابق عرضها الأفعال التي يقوم المبحوثون بها حالة وجود رأي مخالف لرأيهم على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا " أقوم بالتطاول على الأشخاص ذوي الآراء المخالفة" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (97,3%)، ثم "أشكك في المعلومات المقدمة من الطرف الأخر" بوزن نسبي (82,7%)، وأخيراً "أبحث عن أرضية مشتركة للنقاش" بوزن نسبي (70,7%). وتوضح هذه النتيجة أن هناك ردود أفعال متفاوتة في حالة وجود آراء مخالفة علي مواقع التواصل الاجتماعي وتؤكد جميعها فرضية "كسر الصمت" وأن الشباب يتخذ ردود أفعال ولا يلتزم الصمت .

المقياس العام حول الأفعال التي يقوم المبحوثون بها حالة وجود رأي مخالف لرأيهم على مواقع التواصل الاجتماعي		
ضعيفة	8	8
متوسطة	40	40
قوية	52	52
الإجمالي	100	100

جدول (19) المقياس العام حول الأفعال التي يقوم المبحوثون بها حالة وجود رأي مخالف لرأيهم على مواقع التواصل الاجتماعي

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

تكشف بيانات الجدول السابق عن المقياس العام حول الأفعال التي يقوم المبحوثون بها حالة وجود رأي مخالف لأبيهم على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فكانت الأفعال "قوية" بنسبة (52%)، و"متوسطة" بنسبة (40%)، و"ضعيفة" بنسبة (8%).

14- حدد طريقة التعبير عن رأيك في حال إنه مخالف للآخرين:

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	77.3	.680	2.32	12.0	12	44.0	44	44.0	44	أعبر عن رأيي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
2	76.0	.668	2.28	12.0	12	48.0	48	40.0	40	أعبر عنه وجهاً لوجه مع الأطراف الأخرى
3	68.0	.724	2.04	24.0	24	48.0	48	28.0	28	أفضل الصمت وعدم التعبير عن رأيي
4	56.0	.680	1.68	44.0	44	44.0	44	12.0	12	أعبر عنه من خلال المشاركة في البرامج الحوارية

جدول (20) طريقة تعبير المبحوثين عن آرائهم المخالفة للآخرين

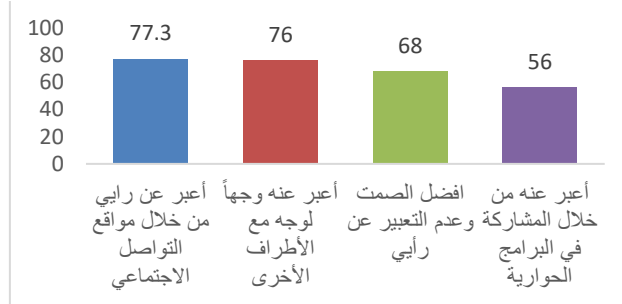
يتضح من البيانات السابق عرضها طريقة تعبير المبحوثين عن رأيهم عند مخالفته للآخرين؛ فذكروا "أعبر عن رأيي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (77,3%)، ثم "أعبر عنه وجهاً لوجه مع الأطراف الأخرى" بوزن نسبي (76%)، وأخيراً "أعبر عنه من خلال المشاركة في البرامج الحوارية" بوزن نسبي (56%).

المقياس العام حول طريقة تعبير المبحوثين عن رأيهم عند مخالفته للآخرين	
%	ك
11	11
28	28
61	61
100	100

جدول (21) المقياس العام حول طريقة تعبير المبحوثين عن رأيهم عند مخالفته للآخرين

تكشف بيانات الجدول السابق عن المقياس العام حول طريقة تعبير المبحوثين عن رأيهم عند مخالفته للآخرين؛ فكانت "قوية" بنسبة (61%)، و"متوسطة" بنسبة (28%)، و"ضعيفة" بنسبة (11%).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



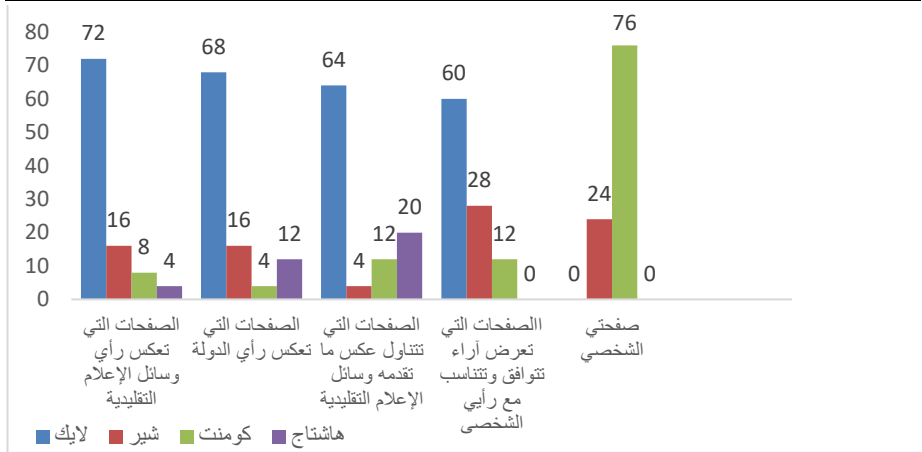
15- أقوم بالتعبير عن رأيي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق:

الصفحات	لايك		شير		كومننت		هاشتاج	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الصفحات التي تعكس رأي وسائل الإعلام التقليدية	72.0	72	16.0	16	8.0	8	4.0	4
الصفحات التي تعكس رأي الدولة	68.0	68	16.0	16	4.0	4	12.0	12
الصفحات التي تناول عكس ما تقدمه وسائل الإعلام التقليدية	64.0	64	4.0	4	12.0	12	20.0	20
الصفحات التي تعرض آراء تتوافق وتتناسب مع رأيي الشخصي	60.0	60	28.0	28	12.0	12	-	-
صفحتي الشخصي	-	-	24.0	24	76	76	-	-

جدول (22) طرق تعبير المبحوثين عن الآراء عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من البيانات السابق عرضها سبل تعبير المبحوثين عن رأيهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؛ ففيما يتعلق بـ "الصفحات التي تعكس رأي وسائل الإعلام التقليدية" ذكروا "اللايك" في المرتبة الأولى (72%)، ثم "الشير" (16%)، وأخيراً "الهاشتاج" (4%). وحول "الصفحات التي تعكس رأي الدولة" ذكروا "اللايك" في المرتبة الأولى (68%)، ثم "الشير" (16%)، وأخيراً "الكومننت" (4%). وبالنسبة لـ "الصفحات التي تناول عكس ما تقدمه وسائل الإعلام التقليدية" حددوا "اللايك" في المرتبة الأولى (64%)، ثم "الهاشتاج" (20%)، وأخيراً "الشير" (4%). وحول "الصفحات التي تعرض آراء تتوافق وتتناسب مع رأيي الشخصي" ذكروا "اللايك" في المرتبة الأولى (60%)، ثم "الشير" (28%)، وأخيراً "الكومننت" (12%). وفيما يتعلق بـ "الصفحة الشخصية"، أشاروا إلى "الكومننت" في المرتبة الأولى (76%)، ثم "الشير" (24%).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)



ثانياً: التحقق من الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين مدي مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون؛تشكيلهم لاتجاهات حول هذه القضايا.

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون تشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا.
دال	0.000	0.458**	
100			إجمالي العينة (ن)

جدول (23) العلاقة بين مدي مناقشة الشباب للقضايا والاتجاهات نحو هذه القضايا

يتضح من البيانات السابق عرضها وجود علاقة ارتباطية بين مدي مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون؛تشكيلهم لاتجاهات حول هذه القضايا، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.458**)، عند مستوى معنوية (0.000)، مما يعني أنه كلما ارتفع مدي مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون؛ ارتفع تشكيلهم لاتجاهات حول هذه القضايا.

الفرض الثاني؛ توجد علاقة ارتباطية بين دوافع مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون؛تشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا.

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دوافع مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون تشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا.
دال	0.000	0.592**	
100			إجمالي العينة (ن)

جدول(24) العلاقة بين دوافع مناقشة الشباب للقضايا والاتجاهات نحو هذه القضايا

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

يتضح من البيانات السابق عرضها وجود علاقة ارتباطية بين دوافع مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون وتشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.592)، عند مستوى معنوية (0.000)، مما يعني أنه كلما ارتفعت دوافع مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون، ارتفع تشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام في المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع - السن - الدخل - المستوى التعليمي

المتغيرات الديموغرافية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية	
				الاختبار	درجة الحرية
النوع	ذكور	44	1.25	ت=	398
	إناث	56	.87		10.746
المستوى التعليمي	متوسط	9	.79		
	فوق المتوسط	11	1.16	ف=	3
	تعليم جامعي	72	1.25		396
	ماجستير/ دكتوراه	8	1.22		
العمر	الإجمالي	100	1.06		
	من 18:25 سنة	24	.33		
	من 26:30 سنة	44	1.02	ف=	2
	من 30:35 سنة	32	1.25		397
الدخل الشهري للأسرة	الإجمالي	100	1.06		
	أقل من 2000 جنيه	27	.71		
	من 2000:4000 أقل من جنيه	43	.91	ف=	3
	من 4000:6000 أقل من جنيه	22	1.12		396
	أكثر من 6000 جنيه	18	1.42		
الإجمالي	100	1.06			

جدول (25) العلاقة بين مناقشة الشباب للقضايا والمتغيرات الديموغرافية

يتضح من البيانات السابق عرضها وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام في المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع - السن - الدخل - المستوى التعليمي؛ حول النوع، تبلغ قيمة ت (10.746)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح الذكور ثم الإناث. وحول المستوى التعليمي، تبلغ قيمة ف (3.529)، عند مستوى معنوية (0.015)، وكانت الفروق لصالح الجامعيين ثم الحاصلين على دراسات عليا وأخيرًا الحاصلين على تعليم فوق متوسط.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وحول العمر، تبلغ قيمة ف (6.879)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح من تتراوح أعمارهم بين 30 و35 عامًا، ثم من تتراوح أعمارهم بين 26 و30 عامًا، وأخيرًا من تتراوح أعمارهم بين 18 و25 عامًا. وبالنسبة للدخل، تبلغ قيمة ف (6.040)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح من يزيد دخلهم عن 6000 ج، ثم من يتراوح دخلهم بين 4000 و6000 ج، وأخيرًا من يقل دخلهم عن 2000 ج. وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام في المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع - السن - الدخل - المستوى التعليمي.

أهم نتائج الدراسة:

- 1- وجدت الدراسة أن ٤٨٪ من أفراد العينة يشاهدون برامج الرأي التلفزيونية بصفة دائمة وجاء برنامج الحكاية في المرتبة الأولى بنسبة ٨٤٪ ثم برنامج التاسعة في المرتبة الثانية بنسبة ٦٥٪ ثم برنامج علي مسئوليتي في المرتبة الثالثة بنسبة ٥٣٪. ثم برنامج مساء DMC في المرتبة الرابعة بنسبة 41٪.
- 2- جاءت أهم أسباب التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية (تكوين رأي شخصي حول القضايا الراهنة) بوزن نسبي بلغ (٣,٧٧٪) ورأت عينة الدراسة أن برامج الرأي التلفزيونية تعرض وجهة النظر الرسمية بصورة دائمة (٤٨٪) وأنها تفتقد لهامش الحرية بصورة دائمة بنسبة (٤٤٪) وأنها نادرا ما تتمتع بحرية كبيرة بنسبة (٤٨٪).
- 3- تهتم عينة الدراسة بمتابعة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمناقشة قضايا الرأي العام بنسبة (٦٥٪).
- 4- أهم القضايا التي ناقشتها عينة الدراسة بعد عرضها في برامج الرأي التلفزيونية كانت فيرس كورونا بنسبة (٩٦٪)، نظام التعليم بنسبة (٦٨٪)، تطوير العشوائيات بنسبة (٦٠٪)، تطوير شبكة الطرق بنسبة (٤٨٪).
- 5- توجد علاقة ارتباطية بين مدي مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون وتشكيلهم لاتجاهات حول هذه القضايا
- 6- توجد علاقة ارتباطية بين دوافع مناقشة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقضايا التي يتعرضون لها في التلفزيون وتشكيلهم لاتجاهات حول تلك القضايا.

توصيات الدراسة:

- 1- ضرورة الاهتمام بعرض وجهات النظر المختلفة في البرامج التلفزيونية لقضايا الرأي العام خاصة في الإعلام الرسمي لأنه يعكس وجهة نظر الدولة.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي : مسارات للتكامل والمنافسة)

- 2- فتح قنوات اتصال مباشرة مع المسؤولين من خلال الصفحات الرسمية التابعة للدولة مع الشباب ومناقشة كل الآراء المؤيدة والمعارضة لسياسات الدولة حتي لا يلجأ الشباب لمتابعة صفحات مجهولة المصدر .
- 3- إعطاء هامش من الحرية للقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة وفتح الحوار المجتمعي بها حول كافة قضايا الشأن العام.
- 4- إتاحة معلومات بيانات وإحصاءات دقيقة عن كل القضايا التي تشغل الرأي العام وعرضها من خلال البرامج التليفزيونية والصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- سرعة تطبيق القنوات الحكومية والخاصة لمفهوم التخطيط البرامجي ووضع خرائط برامجية تلي تساؤلات الشارع المصري حتي لا يلجأ الجمهور لمتابعة القنوات المعادية.
- 6- تفسير كافة الأبعاد المرتبطة بقضايا الرأي العام بكل شفافية حتي يتم تشكيل وعي عام إيجابي إزاء المجهودات التي تبذلها الدولة.
- 7- إتاحة الفرص للتفاعل مع آراء الجمهور من خلال وسائل الإعلام التقليدي وعبر وسائل التواصل الاجتماعي والإنصات لآراء الجمهور حتي يشعر المواطن أنه شريك في إتخاذ القرارات للحد من الشائعات المغرضة ..

1. www.statista.com
2. www.digitalmarketingcommunity.com
3. gs.statcounter.com
4. www.digitalmarketingcommunity.com
5. West, Richard, Turner, Lynn H: Introducing communication theory: Analysis and application. New York: Mc Grow Hill (2010).
6. Brossard, D, Shanahan, D. Nesbit, Tc; opinion climates, spirals of silence, and biotechnology: public opinion as a heuristic for scientific decision Making: An international case, Cambridge, Na: Oxford **university press**: (2007).
7. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظريات المعاصرة، ط3 (القاهرة – الدار المصرية اللبنانية) 2002.
8. محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة – علم الكتب) 2004.
9. Oh, W, Y (2011/0 willingness to speak out: **comparison lot wan on line versus offline communication**: presented at world association for public opibion research 64th annual conference. September 2011.
- 10.Simpson, C., Elisabeth Noelle- Neumann's spiral of silence and the historical concept of commination theory "**Journal of commination** 46 (3), 1996,
11. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط4، (القاهرة – عالم الكتاب).
- 12.Shanahan, J. Scheufele, D., Yong, F et al. cultivation and spiral of silence Effects, **the case of smoking IN Mass Communication And Society**. 7 (4) 2004,
- 13.Shanahan, J, clynn. C. 8 Hayes. A. A spiral of silence: A meta. analysis and its impact in Rw. press (ed.) **Mass Media Effect research**. Mahwah, NJ. Lawrence Album Association,
- 14.Lasorsa D.L. Political out spokenness, factors working against the spiral of silence **Journalism Quarterly**, (68) 1991,
15. أماني السيد فهمي، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد السادس (أكتوبر – ديسمبر 1999).
16. علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، دار الغد للنشر والتوزيع (عمان - الأردن) 2017.
17. محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام علي شبكة الانترنت، (القاهرة ، عالم الكتب)، 2007.
18. إنجي عباس أبو العز، دور الإعلام الجديد في التأثير علي سلوك الجمهور المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الاعلام – جامعة القاهرة)، 2016.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

19. مروة محمد صالح جاد، دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في المشاركة الجماهيرية، رسالة ماجستير غير منشوره، (كلية البنات للآداب والعلوم والتربية - قسم الاجتماع - شعبة الاعلام العامة، رسالة دكتوراه غير منشوره، (كلية التربية - جامعة بنها - قسم الاعلام التربوي) - جامعة عين شمس).
20. السيد محمود عثمان أحمد بدير، دور الصحف المصرية في تشكيل رأي الصفوة نحو القضايا العامة، رسالة دكتوراه غير منشوره، (كلية التربية - جامعة بنها - قسم الاعلام التربوي)
21. Bitrus Paul & Amsio M Geogr, Breking the spiral of silence. Altering Media portrayals of disabled. Race, Gender and serotypes in the media: A reader for profession communications, Edited by Amiso George and Tommy Thomason. **Us. Coqnellq Academic publishing**. 2010.
22. أماني عمر الحسيني، دور البرامج السياسية في القنوات المصرية المحلية في تشكيل الرأي العام لدي النخبة تجاه الاحداث الجارية بحث ميداني في **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول، المجلد السابع، يناير يونيو 2009.
23. علاء عبد المجيد يوسف الشامي، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، 2006.
24. حسني محمد نصر "دور بريد القراء في التعبير عن الرأي العام في ضوء نظرية دوامة الصمت"، دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة 67 من الدستور المصري في صحيفة الأهرام خلال عام 2005، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الأول، المجلد السابع، يناير، يوليو 2006 .
25. السيد بهنسي حسن، "مدي تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية علي تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي "دراسة في إطار نظرية دوامة الصمت **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد 13، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 2001.
26. عادل عبد الغفار فرج، أثر الراديو والتلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الإعلام - جامعة القاهرة) 2000.
27. Hsuan, Tingchen, Spiral of silence on social media and the moderating role of disagreement and publicness in the network: analyzing expressive and withdrawal behaviors, **available** at sagepb.com <http://do.o/10.1177/1461444818763384>
28. Kwan, K.H., Moon, S. & Stefan one M.A, "unspeaking on facebook? Testing network effects on self -censorship of political expressions in social network sites" **Quality & Quantity, International journal of methodology**, July 2015 volume. 44, issue 4,
29. Cristina Malaspina. The spiral of silence and social media. Analyzing Noelle Neumann's phenomenon application on the web during the Italian poitical elections: MSC in media communication department of media and communication, **London of Economics and political science**, the university of London. August, 2014.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

30. عابدة السخاوي، إعلام الثورة المصرية من الفضاء الافتراضي إلى الواقعية في الشارع "دراسة حالة، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر العلمي الأول" مستقبل الاعلام العربي بعد الثورات، (كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية)، 19-21 مارس 2012.
31. سناء عبد الرحمن، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية ودورها في التعبير عن الرأي دراسة لمضمون وجمهور منتدي (العربية نت) بحث مقدم في المؤتمر العلمي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، (كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، ٢٠٠٩
32. نهال عماد عبد الرؤوف محمد، العلاقة بين الاستخدام المكثف للإنترنت ومعدل الانطواء لدي المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الاعلام، جامعة القاهرة)، 2018
33. Vidyashri C.I. alakerer. Math and shinaganmma. B. Dasappa gourde, a study on impact of social media on youth, 2018 available at: [international journal of current research available: www.journalera.com.-ISSN-0975-833x](http://internationaljournalofcurrentresearch.com)
34. Jamshed Butt, Mohammed Awang Insertion for voting in Pakistan: The Role of social Media, Ethnicity and Religiosity, Jamshed Butt, Mohammed Awang, In: International journal of mult cultural and multi religious understanding, volume, No 5, 2017 available at: www.jmmu.com
35. Yoslia Mhlomi, social media and youth political participation in south Africa 2014 General Election, O.S unkunle, frot hare university 2017 available at www.researchgate.net
36. نورهان رجب أحمد حسن، تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي علي مشاركتهم السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، 2017.
37. مني ياسر سليمان، استخدام الشباب المصري للصفحات الرسمية للمنظمات غير الحكومية علي الفيس بوك وعلاقته بالمشاركة المجتمعية رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الاعلام، جامعة القاهرة)، 2017.
38. محمد مصطفى محرم عزت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الاعلام- جامعة القاهرة)، 2017.
39. عمرو محمد محمود عبد الحميد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعية في تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، 2016.
40. حسن علي قاسم دور التلفزيون ووسائل الاعلام الجديد في دعم المشاركة المجتمعية في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، 2016.
41. A sad Ali, Anam Iqbal, kanw Iqbal Effects of social media on youth, A case study in university of Sargodha, In: international journal of advanced research volume 4 (11) 2016 A sad Ali, Anam Iqbal, kanw Iqbal available at: www.researchgate.net

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

42. Khurana N, The Impact of solicit networking sites on the youth, Journal of mass communication journalism, december 2015 available at <http://www.omicsonline.org> .
43. Dalia Elabd, Credibility of online political news among Egyptian youth. Master thesis. The American university in Cairo. School Global affairs and policy, **Department of Journalism and mass communication**. 2015
44. شيماء العزب "مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الآداب – جامعة حلوان – قسم الاعلام)، 2014
45. نورة عبد الله محمود أحمد "أثر التعرض للشبكات الاجتماعية علي الانترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدي عينة من الشباب الجامعي" دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة جنوب الوادي) 2014.
46. مها السيد بهنسي المدونات السياسية وعلاقته بالفاعلية السياسية للمدنيين "رسالة ماجستير غير منشورة" (كلية الإعلام، جامعة القاهرة) 2013.
47. ممدوح عبد الواحد "شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري" دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي "ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر "الإعلام وبناء الدولة الحديثة" (كلية الاعلام، جامعة القاهرة) (1-2 يوليو 2012).
48. Markus Sabadello, the role of new media for democratization process in the Arab world, 2011, Available at. <http://www.projeddanube.org/wp-content/uploads/2011/10/the-Role-of-new-media-for-the-democratization-process-in-the-arabworld.pdf>
49. ولاء مسعد إسماعيل، المجتمع الافتراضي والهوية، دراسة تطبيقية علي الجمهور المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2011.
50. سامي طابع، بحوث الإعلام، ط1 القاهرة، دار النهضة العربية، 2001.
51. عاطف عدلي العبد، "المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، القاهرة، دار الهاني للطباعة، 1999.
52. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009.
53. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 1997.
54. فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجراؤها وتحليلها، ط1، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2001.
55. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2(القاهرة، عالم الكتب، 2004).
56. دعاء حامد الغوايبي: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. 2017
57. أماني عمر الحسيني: العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام "كلية الإعلام. جامعة القاهرة ، العدد 51 أبريل يونيه 2015.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

هوامش البحث:

- (1) www.statista.com
- (2) www.digitalmarketingcommunity.com
- (3) gs.statcounter.com
- (4) www.digitalmarketingcommunity.com
- (5) West, Richard, Turner, Lynn H: *Introducing communication theory: Analysis and application*. **New York: Mc Grow Hill** (2010) p. 411
- (6) Brossard, D, Shanahan, D. Nesbit, Tc; *opinion climates, spirals of silence, and biotechnology: public opinion as a heuristic for scientific decision Making: An international case*, **Cambridge, Na: Oxford university press**: (2007) pp 91-231
- (7) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، *الاتصال ونظريات المعاصرة*، ط3 (القاهرة – الدار المصرية اللبنانية) 2002 ص 280.
- (8) محمد عبد الحميد. *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير* (القاهرة – علم الكتب) 2004 ص ص 354 – 355.
- (9) Oh, W, Y (2011/0) *willingness to speak out: comparison lot wan on line versus offline communication*: presented at world association for public opinion research 64th annual conference. September 2011. P.p 21-23
- (10) Simpson, C., Elisabeth Noelle- Neumann's spiral of silence and the historical concept of commination theory "**Journal of commination** 46 (3), 1996, p.p 149-173
- (11) محمد عبد الحميد، *نظريات الاعلام واتجاهات التأثير*، ط4، (القاهرة – عالم الكتاب) 2015.
- (12) Shanahan, J. Scheufele, D., Yong, F et al. *cultivation and spiral of silence Effects, the case of smoking IN Mass Communication And Society*. 7 (4) 2004, 413-428.
- (13) Shanahan, J, clynn. C. 8 Hayes. A. *A spiral of silence: A meta. analysis and its impact in Rw. press (ed.) Mass Media Effect research*. Mahwah, NJ. Lawrence Album Association, pp 415-427 2007
- (14) Lasorsa D.L. *Political out spokenness, factors working against the spiral of silence* **Journalism Quarterly**, (68) 1991, pp13-140
- (15) أماني السيد فهمي، *الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد السادس (أكتوبر – ديسمبر 1999) ص 234
- (16) علي حجازي إبراهيم، *الإعلام البديل، دار الغد للنشر والتوزيع (عمان - الأردن) 2017*، ص 216 : 222
- (17) محمد عبد الحميد، *الاتصال والاعلام علي شبكة الانترنت*، (القاهرة ، عالم الكتب)، 2007، ص 77
- (18) نفس المرجع السابق، ص 67
- (19) إنجي عباس أبو العز، *دور الإعلام الجديد في التأثير علي سلوك الجمهور المصري*، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الاعلام – جامعة القاهرة)، 2016.
- (20) مروة محمد صالح جاد، *دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في المشاركة الجماهيرية*، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية البنات للاداب والعلوم والتربية – قسم الاجتماع – شعبة الاعلام - جامعة عين شمس)، 2015.
- (21) السيد محمود عثمان أحمد بدير، *دور الصحف المصرية في تشكيل رأي الصفوة نحو القضايا العامة* ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية التربية – جامعة بنها – قسم الاعلام التربوي)، 2011.
- (22) Bitrus Paul & Amsio M Geogr, *Breking the spiral of silence. Altering Media portrayals of disabled. Race, Gender and serotypes in the media: A reader for profession communications*, Edited by Amiso George and Tommy Thomason. **Us. Coqnellq Academic publishing**. 2010. P.P 153-158

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- (23) أماني عمر الحسيني، دور البرامج السياسية في القنوات المصرية المحلية في تشكيل الرأي العام لدي النخبة تجاه الأحداث الجارية بحث ميداني في *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد الأول، المجلد السابع، يناير يونيو 2009.
- (24) علاء عبد المجيد يوسف الشامي، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، 2006.
- (25) حسني محمد نصر "دور بريد القراء في التعبير عن الرأي العام في ضوء نظرية دوامة الصمت"، دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة 67 من الدستور المصري في صحيفة الأهرام خلال عام 2005، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد الأول، المجلد السابع، يناير، يوليو 2006.
- (26) السيد بهنسي حسن، "مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الإعلام المصرية علي تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي" دراسة في إطار نظرية دوامة الصمت *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، عدد 13، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 2001، ص 1: 45.
- (27) عادل عبد الغفار فرج، أثر الراديو والتلفزيون في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو تطبيع العلاقات مع إسرائيل رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الإعلام - جامعة القاهرة) 2000.
- (28) Hsuan, Tingchen, Spiral of silence on social media and the moderating role of disagreement and publicness in the network: analyzing expressive and withdrawal behaviors, available at sagepb.com <http://doo.or/10.1177/1461444818763384>
- (29) انجي أبو العز: مرجع سابق.
- (30) Kwan, K.H., Moon, S. & Stefan one M.A, "unspeaking on facebook? Testing network effects on self –censorship of political expressions in social network sites" Quality & Quantity, *International journal of methodology*, July 2015 volume. 44, issue 4, pp. 1417- 1435
- (31) Cristina Malaspina. The spiral of silence and social media. Analyzing Noelle Neumann's phenomenon application on the web during the Italian political elections: MSC in media communication department of media and communication, London of Economics and political science, the university of London. August, 2014.
- (32) عابدة السخاوي، إعلام الثورة المصرية من الفضاء الافتراضي إلي الواقعية في الشارع "دراسة حالة، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر العلمي الأول" مستقبل الإعلام العربي بعد الثورات، (كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية)، 19-21 مارس 2012.
- (33) سناء عبد الرحمن، التقاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية ودورها في التعبير عن الرأي دراسة لمضمون وجمهور منتدي (العربية نت) بحث مقدم في المؤتمر العلمي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، (كلية الإعلام - جامعة القاهرة)، ٢٠٠٩
- (34) نهال عماد عبد الرؤوف محمد، العلاقة بين الاستخدام المكثف للانترنت ومعدل الانطواء لدي المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، 2018
- (35) Vidyashri C.I. alakerer. Math and shinaganmma. B. Dasappa gourde, a study on impact of social media on youth, 2018 available at: jnternation journal of current research available: www.journalera.com.-ISSN-0975-833x
- (36) Jamshed Butt, Mohammed Awang Insertion for voting in Pakistan: The Role of social Media, Ethnicity and Religiosit, Jamshed Butt, Mohammed Awang, In: International journal of mutt cultural and multi religious understanding, volume, No 5, 2017 available at: www.jmmu.com
- (37) Yoslia Mhlomi, social media and youth political participation in south Africa 2014 General Election, O.OS unkunle, frot hare university 2017 available at www.researchate.net
- (38) نورهان رجب أحمد حسن، تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي علي مشاركتهم السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، 2017.
- (39) منى ياسر سليمان، استخدام الشباب المصري للصفحات الرسمية للمنظمات غير الحكومية علي الفيس بوك وعلاقته بالمشاركة المجتمعية رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، 2017.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- (40) محمد مصطفى محرم عزت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الإعلام-جامعة القاهرة)، 2017.
- (41) عمرو محمد محمود عبد الحميد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعية في تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، 2016.
- (42) حسن علي قاسم دور التلفزيون ووسائل الإعلام الجديد في دعم المشاركة المجتمعية في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة) ، 2016.
- (43) A sad Ali, Anam Iqbal, kanw Iqbal Effects of social media on youth, A case study in university of Sargodha, In: international journal of advanced research volume 4 (11) 2016 A sad Ali, Anam Iqbal, kanw Iqbal available at: www.researchgate.net
- (44) Khurana N, The Impact of solicit networking sites on the youth, Journal of mass communication journalism, december2015 available at <http://www.omicsonline.org> .
- (45) Dalia Elabd, Credibility of online political news among Egyptian youth. Master thesis. The American university in Cairo. School Global affairs and policy, Department of Journalism and mass communication. 2015
- (46) شيماء العزب "مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (كلية الآداب – جامعة حلوان – قسم الاعلام)، 2014
- (47) نورة عبد الله محمود أحمد "أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الانترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي" دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة جنوب الوادي) 2014.
- (48) مها السيد بهنسي المدونات السياسية وعلاقاتها بالفاعلية السياسية للمدونين "رسالة ماجستير غير منشورة" (كلية الإعلام، جامعة القاهرة) 2013.
- (49) ممدوح عبد الواحد "شبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات السياسية في المجتمع المصري" دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي "ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن عشر "الاعلام وبناء الدولة الحديثة" (كلية الاعلام، جامعة القاهرة) 1-2 يوليو 2012.
- (50) Markus Sabadello, the role of new media for democratization process in the Arab world, 2011, Available at: <http://www.projeddanube.org/wp.content/uploads/2011/10/the-Role-of-new-media-for-the-democratization-process-in-the-arabworld.pdf>
- (51) ولاء مسعد إسماعيل، المجتمع الافتراضي والهوية، دراسة تطبيقية علي الجمهور المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2011.
- (52) سامي طابع، بحوث الإعلام، ط1 القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص 168.
- (53) عاطف عدلي العبد، "المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، القاهرة، دار الهاني للطباعة، 1999، ص 27.
- (54) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص 89-90.
- (55) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 1997، ص 158-159.
- (56) فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وجرؤها وتحليلها، ط1، القاهرة، دار النشر للجامعات، 2001، ص 123.
- (57) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2(القاهرة، عالم الكتب، 2004) ص 130.
- * تم عرض الاستمارة علي الأساتذة المحكمين:

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- أ.د هويدا مصطفى عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د أماني فهمي عميد كلية الإعلام جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب
- أ.د نشوي عقل أستاذ بكلية الإعلام بالجامعة الكندية
- (58) دعاء حامد الغوابي: مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعنف السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. 2017
- (59) نورهان رجب أحمد حسن مرجع سابق
- (60) أماني عمر الحسيني: العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام "كلية الإعلام. جامعة القاهرة ، العدد 51 أبريل يونيه 2015. ص 1: 72