

دور الإعلام التقليدي والجديد في تنمية المهارات النقدية

لدى الشباب المصري

دراسة ميدانية

غادة ممدوح سيد(*)

أ.د/ عدلي رضا(**)

أ.د/ محمد المرسي(***)

مقدمة:

لقد كان لثورات الربيع العربي دوراً مهماً وحاسماً في زعزعة أركان النظام الإعلامي العربي خلال العقد الأخير، وتجلّى ذلك بوضوح أكبر في البلدان التي تفجرت فيها عوامل الحراك السياسي والاحتقان الاجتماعي منذ مطلع ذلك العقد، وربما تكون مصر وتونس واليمن من أبرز تلك البلدان، فقد سمحت ظروف الهامش الديمقراطي والحريات النسبية المتاحة لديها بتحفيز الصحافة والفضائيات الخاصة وتوظيف أدوات ما صار يُعرف بالإعلام الجديد (New Media) في التمرد على ثوابت الإعلام الرسمي وتحرير قطاعات واسعة من الجمهور من سطوته. ومن غير المبالغة في هذا السياق القول بأن التضافر والتلاقح الفريد الذي نشأ بين وسائط الإعلام التقليدية الأكثر حرية وبين تقنية الإعلام الأحدث التي عجز النظام الإعلامي العربي عن احتوائها قد لعب الدور الأهم في تهيئة أجيال الربيع العربي للثورة وبلورة توجهاتها السياسية والاجتماعية، وهنا يمكن التأكيد على أنه إذا كان القهر السياسي والاجتماعي لأنظمة الاستبداد والاستغلال هو المفجّر لثورات الشعوب فإن الإعلام الحر والمستقل هو الذي يهيئ ويعجّل بإنجازها.

وفي الوقت الحاضر فإن هذا الأثر لوسائل الإعلام على الديمقراطية العالمية تجرى تقويته بتحويلات رقمية في مجال المعلومات والاتصالات، وإمكانيات هذه الثورة التكنولوجية في بناء الديمقراطية العالمية واضحة، ومواقع الشبكة العالمية والمدونات وتويتر، وخدمة الرسائل النصية القصيرة، وخدمة رسائل الوسائط المتعددة، وغيرها من الأشكال الجديدة لوسائل الإعلام تبشر بتحسين مشاركة المواطنين في السياسات العالمية، حيث تقدم شبكات المعلومات والاتصالات العالمية الوسائل لخلق فلك رقمي عام للمداورات الديمقراطية. وقد غيرت التكنولوجيات الرقمية الجديدة دور الإعلاميين في العمليات الديمقراطية؛ لأن شبكة الإنترنت، والتليفونات المحمولة، ومثيلاتها تمنح المشاهدين قوة أعظم للتأثير على إنتاج الأخبار والتدفق

(*) مدرس مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة بنها

(**) أستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

(***) أستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

الحر للمعلومات، وفقدت الصحافة احتكارها لإنتاج الأخبار، بينما على سبيل المثال، يقوم المدونون الهواة بنشر الأخبار بروايتهم الخاصة. وفي الوقت نفسه تقل قدرة المحررين على وضع جدول الموضوعات عندما يتوافر للمشاهدين المزيد من الاختيارات فيما يتعلق بمحتوى الأخبار وكيفية معالجتها. وفي الماضي كان التسلسل الهرمي من أعلى إلى أسفل يحكم العلاقة بين منتجي الأخبار والمشاهدين، وعلى العكس من ذلك الآن- تعمل وسائل الإعلام الرقمية الجديدة بمزيد من العلاقات الأفقية، وبذلك توفر وسائل الإعلام الجديدة أساساً للديمقراطية الرقمية.

ونتيجة لذلك ظهرت ما يسمى بالممارسات الديمقراطية للعديد من الشعوب وخاصة في المنطقة العربية، حيث تعد الشبكة العنكبوتية العالمية وخاصة Web 2.0 وسيط قوي لتسهيل نمو ديمقراطية الإعلام، حيث إنها توفر لمستخدميها صوتاً ومنتجاً وإمكانية الوصول إلى وسيلة الإنتاج، حيث يتيح الويب لكل شخص مشاركة المعلومات على الفور دون حواجز لعمل إدخال عبر بنية تحتية مشتركة، وعادةً ما ينظر إليه كمثال على القوة المحتملة لديمقراطية الإعلام. إن استخدام تقنيات شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لترويج المعارضة والإصلاح السياسي يضيف مصداقية على نموذج الديمقراطية الإعلامية، ويتضح هذا في الاحتجاجات واسعة النطاق في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا والتي تعرف باسم الربيع العربي، فقد سمحت مواقع الإعلام الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر ويوتيوب للمواطنين بالتواصل سريعاً مع بعضهم البعض وتبادل المعلومات وتنظيم الاحتجاجات المناهضة لحكوماتهم. وبينما لا يمكن القول بأن للإعلام الاجتماعي وحده الفضل في نجاح هذه التظاهرات، فلقد لعبت التقنيات دوراً هاماً في إحلال التغيير في تونس ومصر وليبيا. وتوضح هذه الأفعال أنه يمكن إطلاع الجمهور على الأخبار عبر قنوات الإعلام البديلة ويمكنهم تغيير سلوكهم وفقاً لها.

مشكلة الدراسة:

من المهم أن يكتسب المواطنون أنواعاً جديدة من معرفة وسائل الإعلام التي تسمح لهم باستخدام وسائل الاتصال الرقمية بالطرق التي تعزز الديمقراطية العالمية، ومن الضروري أن يكتسب الشباب بصفة خاصة خبرة البيئة الإعلامية، وأن يتعلموا كيفية استهلاك المحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى كيفية إنتاجه وتوصيله إلى الجماهير. وتحتاج فلسفة استخدام الإنترنت الجديدة إلى دمج التدريب الفني الأساسي من جانب والتحليل النقدي الاجتماعي والسياسي من الجانب الآخر، وإلى مشاركة العناصر المؤثرة في عملية التعلم مثل: المدرسين، والمحاضرين، والوالدين، وصانعي السياسات الوطنية والعالمية، ومصادر الإعلام ذاتها. والهدف هو جعل المواطنين الشباب المستخدمين لوسائل الإعلام ناشطين سياسياً وعلى درجة عالية من الوعي. ومن هذا المنطلق تتحدد مشكلة الدراسة في كيفية قيام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تشكيل المهارات النقدية للشباب المصري بداية من استقبال المعلومة مروراً بمراحل

مثل التحليل والتعديل وحتى الإضافة عليها وذلك نحو أهم القضايا المصرية المعاصرة — ألا وهي الديمقراطية — من ناحية، ومن ناحية أخرى عما إذا كانت تستطيع تلك الوسائل من إرساء مفهوم حقيقي للديمقراطية في ظل ما تشهده الساحة المصرية من ممارسات ديمقراطية نسبية.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة سواء على المستوى النظري أو على المستوى التطبيقي ومصدر هذه الأهمية يتمثل في العديد من الأمور التي نشير إليها بإيجاز على النحو التالي:

- الأهمية النظرية (العلمية): تستمد الدراسة أهميتها النظرية من النقاط التالية:
 1. ما شهدته الساحة المصرية من أحداث سياسية بدءاً من ثورة الـ 25 من يناير وما أثارته من تساؤلات حول إمكانية تطبيق مبادئ الديمقراطية من تعبئة ومشاركة سياسية من قبل أفراد الجمهور المصري.

2. تزايد الوقت الذي يقضيه الشباب على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وتحولهم من مستقبلي للمعلومة إلى مشاركين في صنعها، فأصبح بإمكانهم التعليق على الخبر والإضافة عليه وتحليله ونقده واستقبال الردود عليه.

- الأهمية التطبيقية (العملية):

- وتأتي الأهمية التطبيقية للدراسة فيما تسهم به النتائج المتوصل إليها في:
1. الاستفادة من نتائج الدراسة الميدانية التي ستجريها الباحثة على عينة من الشباب المصري المُستخدم بالفعل لشبكات التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية، ومقارنة هذه النتائج بمثيلاتها من دراسات الإعلام الجديد السابقة لهذه الدراسة.
 2. توجيه الباحثين بإجراء المزيد من الدراسات التي تناولت الصحف والمدونات الإلكترونية ولكن الاجتماعية والنفسية منها، نظراً لقيام الكثيرين بدراسة المدونات السياسية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الميدانية إلى الكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين مشاهدة مضامين وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد (القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت) وتنمية وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب الجامعي المصري نحو قضية أبرز قضايا الديمقراطية متمثلة في الانتخابات البرلمانية 2015، وتحديد نوع هذه العلاقة، ويتفرع منه:

- الكشف عن معدلات اعتماد الشباب المصري على الإعلام التقليدي والجديد (القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت) في الحصول على معلومات بشأن قضية الانتخابات البرلمانية 2015.
- الكشف عن أي الوسائل التقليدية أم الجديدة التي تزيد من درجة حرية الشباب الجامعي المصري في التعبير عن آرائهم ومواقفهم وتنمية مهاراتهم النقدية نحو قضية الانتخابات البرلمانية 2015.

الدراسات السابقة:

باستعراض ما أمكن من أدبيات البحث العلمي في مجال الإعلام الجديد تبين كثرة تلك الدراسات العلمية التي تناولت وسائل الإعلام الجديدة بأشكالها المختلفة، وأن هناك دراسات وأوراق بحثية لها علاقة مباشرة وأخرى غير مباشرة بالموضوع المذكور، وعلى هذا الأساس قسمت الباحثة الدراسات السابقة لمحورين، على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تناولت مصطلح الإعلام الجديد بمسمياته المختلفة.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في دعم حرية الرأي والتعبير والمهارات النقدية لدى الشباب.

المحور الأول: دراسات تناولت مصطلح الإعلام الجديد بمسمياته المختلفة:

دراسات هذا المحور متعددة ومتنوعة منها ما تناول وذكر مصطلح الإعلام الجديد صراحة أو ما يناظره كالإعلام البديل ووسائل الإعلام الاجتماعية، وهناك دراسات تناولت شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك وتويتر)، ومنها ما تناول مواقع التدوين الإلكتروني (بلوج)، ومنها أيضا ما اهتم بالمنديات، وأخرى تناولت مواقع مشاركة الفيديوهات والصور كموقعي (يوتيوب وفليكر)، وهنا سوف تكفي الباحثة بذكر الدراسات التي ركزت على الإعلام الجديد بمصطلحاته المختلفة دون تطبيقاته، ومن هذه الدراسات على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

1. دراسة "سيرجيو بيكازو وآخرون" (Sergio Picazo, et al., 2012)⁽¹⁾ بعنوان "فهم المخاطر والفوائد والبدائل الاستراتيجية لتطبيقات وسائل الاعلام الاجتماعية في القطاع العام": والتي توصلت إلى أن استخدام الحكومات لوسائل الاعلام الاجتماعية قد تؤدي إلى تحسين الاتصال ومشاركة المواطنين، ومزيد من الشفافية، ونقل أفضل للممارسات فيما بين الوكالات الحكومية ومواطنيها، وقد ذكر المبحوثون أن تطبيقات وسائل الاعلام الاجتماعية تشجع على التغيير في ثقافة الحكومة والممارسات التنظيمية.

2. دراسة "كيفين هيالي" (Kevin Healey, 2011)⁽²⁾ بعنوان "نمو الشبكات: وسائل الإعلام الجديدة وتغير دور الدين في الحياة العامة الأمريكية": والتي

توصلت إلى أن مصادر وسائل الإعلام الجديدة مثل المدونات ويوتيوب قد لعبت دورا مهما وواضحا في السياسات الدينية الأمريكية، فعلى سبيل المثال، فقد ساهمت منذ عام 2004 في زيادة تواطؤ من جانب الإنجليبين مع الحزب الجمهوري، فهي أكثر حرية في تداولها لمثل هذه الموضوعات الدينية عن وسائل الإعلام التقليدية، كما كشفت الدراسة أن لوسائل الإعلام الجديدة دورا بارزا في مشاركة الشباب في الممارسات الديمقراطية عن طريق دخولهم في مناقشات حول القضايا المختلفة وكتابة تعليقاتهم على بعض المدونات.

3. دراسة "سميرة شيخاني" (2010)⁽³⁾ بعنوان "الإعلام الجديد في عصر المعلومات": والتي توصلت إلى أن عصر المعلومات قد أفرز نمطا إعلاميا جديدا يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من السمات من أهمها: التفاعلية وتفتيت الاتصال واللاتزامية وقابلية التحويل والتوصيل والتحرك والوسائط المتعددة والشبوع والانتشار، وأن التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بوسائلها الاتصالية المختلفة لم تقض على التكنولوجيات القديمة بوسائلها المختلفة، بل إنها شكلت امتدادا طبيعيا وتطويرا لهذه الوسائل القديمة.

4. دراسة "وائل إسماعيل عبد الباري" (Wail Ismail Abdel Barry) (2009) بعنوان "الواقع الاجتماعي للإعلام الجديد وقضايا الحقبة الرقمية": وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة سببية للاعتماد المشترك/ المتبادل بين الجمهور عبر الإنترنت ومستوى المضمون المتاح، كما أن هناك علاقة متبادلة بين ثراء وجودة محتوى الرسالة من جهة وفائدتها للجمهور من جهة ثانية.

5. دراسة "كانكارا نافاسارتين" (Navasartian Kanakara, 2008)⁽⁵⁾ بعنوان "دور وسائل الإعلام الجديدة في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008": والتي توصلت إلى: وفر استخدام الاتصال الإلكتروني مع جمهور الناخبين كما كبيرا من المعلومات والتي تم تداولها بشكل سريع على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الكشف عن رغبة الجمهور في الاتصال بمختلف الجماعات الأخرى من الجمهور على مواقع الشبكات الاجتماعية كآلية جديدة بالنسبة للناخب الأمريكي في التعرف على الجوانب الأخرى من شخصية المرشح.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في دعم حرية الرأي والتعبير والمهارات النقدية لدى الشباب.

1. دراسة "إيناس محمود" (2013)⁽⁶⁾ بعنوان "دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباب بوك بعض مهارات التفكير الناقد لديهم": والتي توصلت إلى: جاءت دوافع الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك والمرتبطة بمهارات التفكير الناقد والتي يتم

إشباعها هي ثلاث مهارات: مهارة الاستنتاج والتفسير ومعرفة المسلمات والافتراضات، كما جاء الذكور أكثر تفضيلاً للمشاركة بصفحات الصحف على الفيس بوك بموضوعات السياسة عن الإناث.

2. دراسة "إيمان محمد حسني" (2012) (7) بعنوان "المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصري كمكون لإعلامه الخاص": والتي توصلت إلى: وجود فروق جوهرية بين المبحوثين الحاصلين على تدريبات المعرفة الإعلامية من طلاب الكليات الإعلامية وأقرانهم من المبحوثين غير الحاصلين على هذه التدريبات من الكليات والتخصصات العلمية الأخرى فيما يتعلق بالقدرة على الوصول إلى رسائل وسائل الإعلام، والاختيار الواعي للمنتجات الإعلامية، والاستخدام المتوازن لوسائل الإعلام، والاستخدام المتقدم لتطبيقاتها، والاستخدام النشط الإيجابي لها، والقدرة على خلق الإعلام الخاص والوعي بالحقوق القانونية، فيما لم يثبت نفس الأمر فيما يتعلق بتقدير قيمة المنتج الإعلامي، وترشيد زمن التعرض لوسائل الإعلام، والتعرض لأكثر من وسيلة إعلامية والاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، أو الوعي بكيفية إنتاج المنتج الإعلامي أو القدرة على استخدام وسائل الإعلام في تطوير الحياة اليومية وممارسة الحقوق الديمقراطية.

3. دراسة "السيد محمد" (2012) (8) بعنوان "دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير": والتي توصلت إلى: أن القائم بالاتصال لم يتدخل برأيه في (93%) من مشاركات الجمهور، وهو ما يشير إلى أن برامج المشاركة الجماهيرية تدعم حرية التعبير إلى حد كبير حيث تسمح للجمهور بالتعبير عن رأيه بشكل محايد دون محاولة من جانب القائم بالاتصال للقفز على هذا الرأي وتغييره أو محاولة إبراز رأي معين في الحلقة دون غيره من الآراء.

4. دراسة "سناء عبد الرحمن" (2009) (9) بعنوان "التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية ودورها في التعبير عن الرأي: دراسة لمضمون وجمهور منتدى "العربية نت": والتي توصلت إلى: يتضح أن نسبة ضئيلة للغاية تبلغ (3,4%) من المستخدمين سبق وأن اتصلوا ببرامج تليفزيونية فضائية عربية للتعبير عن آرائهم في القضايا التي تطرحها تلك البرامج، أما فيما يتعلق بوسائل الاتصال الجديدة فقد أشار (32%) من المبحوثين إلى أنهم يقومون بين الحين والآخر بمراسلة صحف ومواقع إلكترونية للرد على المحررين أو إرسال أسئلة وتعليقات وتصحيحات حول بعض الموضوعات المطروحة في تلك المواقع، وأشار (20,5%) منهم إلى أنهم يستخدمون المجتمعات الإلكترونية مثل الفيس بوك Facebook ومنت لوج net log لنشر آرائهم وتعليقاتهم حول الأحداث والقضايا الجارية.

5. دراسة "سيد بخيت" (2009) (10) بعنوان "أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل": والتي توصلت إلى: أن أبرز الأشكال التي يشارك من خلالها

المستخدمين في إنتاج مضامين منشورة على المواقع الإعلامية كانت هي التعليق على الأخبار والمقالات والتعريف بأكثر الموضوعات مقرونية وتعليقاً، والمشاركة في المناقشات الحية، وإضافة المادة كعلامة مرجعية لأنفسهم، كما كشفت الدراسة عن قلة مشاركة المستخدمين في إنتاج مضامين على هذه المواقع.

6. دراسة "جنيفر ماري" (Jennifer MarieAlmjeld, 2008)⁽¹¹⁾ بعنوان "فتيات ماي سبيس: وسائل الإعلام الجديدة كوسيلة للنوع الاجتماعي لممارسة التربية الإعلامية وبناء الهوية": والتي توصلت إلى: أنه من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقع ماي سبيس يمكن التوصل لفهم أفضل للكيفية التي يعبر بها الإناث عن أنفسهم وممارسة أدوارهم الانثوية، كما أن هذه الدراسة يمكن أن توفر نظرة ثاقبة للمداخل النقدية والأبحاث المستقبلية لهذه المجتمعات الافتراضية وممارسات محو الأمية.

7. دراسة "حسني محمد نصر" (2007)⁽¹²⁾ بعنوان "المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي": والتي توصلت إلى: أنه رغم أن شبكة الإنترنت — قبل ظهور المدونات — كانت تتيح فرصاً متعددة للأفراد للتعبير عن الرأي من خلال منتديات الحوار والمجموعات البريدية، فإن المدونات قد تجاوزت العيوب التي تعاني منها هذه الوسائل مثل ضعف القدرة على التعبير عن الرأي الشخصي بشكل مركز وبالمساحة التي يرغب فيها الفرد، والرقابة والتصفية التي يفرضها مشرف المنتدى أو المجموعة البريدية على المداخلات، وانتهت الدراسة إلى أن المدونات منذ ظهورها في السنوات الأخيرة من القرن العشرين أصبح لها دور كبير في الدفاع عن حرية التعبير ودعم حالة التعدد التي تعيشها المجتمعات الإنسانية المختلفة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة والتعليق عليها:

1. قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، المحور الأول/ يتعلق بدراسات تناولت الإعلام الجديد أو البديل بمسمياته المختلفة بصرف النظر عن القضايا التي يعالجها، والمحور الثاني/ فهو عبارة عن دراسات تناولت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تشكيل المهارات النقدية للشباب ودعم التعددية وحرية التعبير عن الرأي نحو الموضوعات المختلفة، وهناك من الدراسات ما جمعت في عنوانها بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة مثل دراسة (Daniel Romer, et al, 2013).

2. يختلف تناول مصطلح الإعلام الجديد أو الحديث من دراسة لأخرى، فهناك من الدراسات التي ذكرت الإعلام البديل مثل دراسة (محمد جاد، 2012)، وأخرى تناولته بمسمى وسائل الإعلام الاجتماعية مثل دراسة (Sergio Picazo, et al.,

2012)، وعلى الرغم من تنوع وكثرة الدراسات التي تناولت الإعلام الجديد new media أو ما يسمى بصحافة المواطن Citizen Journalism بأشكاله المختلفة من مواقع للتواصل الاجتماعي (الفيس وتويتر)، ومواقع مشاركة الفيديو (يوتيوب، جوجل)، أو مواقع المدونات (بلوج)، أو حتى مواقع مشاركة الصور (فليكر)، وأخيرا المنتديات الإلكترونية، إلا أن الباحثة - في دراسات المحور الأول- ركزت على الدراسات التي ذكرت لفظ الإعلام الجديد صراحة أو ما يعادله دون التطرق لأشكاله المختلفة السابق ذكرها.

3. تم التركيز في هذه الدراسة على أغلب الأوراق البحثية التي تناولت الجانب العملي أو التطبيقي، فكانت هناك دراسات تحليلية (تحليل مضمون) مثل دراسة (Kevin Healey, 2011) وأخرى دراسات جمهور (ميدانية)، ودراسة (نشوى جمال، 2011)، وهناك من الدراسات ما جمع بين التحليلي والميداني مثل دراسة (محمد جاد، 2012)، وكانت هناك العديد من الدراسات النظرية⁽¹³⁾ التي لم تطرق لها الباحثة وذلك للاستفادة منها في الجانب النظري من دراستها.

4. طبقت الغالبية العظمى من الدراسات على مجتمع الشباب المراهقين باعتبار أن هذه الفئة هي عماد المجتمع وأساس قيامه وتشهد العديد من التطورات والتغيرات كما أنهم (أي الشباب) أكثر استخداما لوسائل الاتصال، ومن الدراسات التي اهتمت بتلك الفئة كانت دراسة (نشوى جمال الدين، 2011)، (أميرة النمر، 2007)، (Daniel Romer, et al, 2013).

5. معظم الدراسات استعانت بأداة الاستبيان كأهم أداة في جمع البيانات وأسلوب تحليل المضمون ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليهما في دراستها، والعديد من الدراسات اعتمدت على منهج المسح بشقيه (التحليلي والوصفي) فكان من أكثر المناهج استخداما لذا جاء اختياره في هذه الدراسة.

6. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في استخدامها للجوانب المنهجية ومشكلة الدراسة وأيضا في صياغة فروض الدراسة الحالية حيث تم اشتقاقها من نظرية الاعتماد، واختيار الإطار النظري حيث اعتمدت معظم الدراسات على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها أنسب النظريات وأكثرها استخداما في الدراسات الإعلامية التي تقيس التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام، ولذلك فإن الباحثة ستعتمد عليها كإطار نظري لدراستها.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. نوع الدراسة: تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية (الكمية) التي تهدف لمعرفة مدى اعتماد الشباب على وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد وعلاقة ذلك بتنمية مهاراتهم النقدية.

2. منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي.

3. أدوات جمع البيانات: اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء بالمقابلة التي ضمت عددا من المقاييس التي تم إدخالها على البرنامج الإحصائي spss حيث تضم مخرجات كل مقياس ثلاث درجات هي: المستوى المنخفض، المستوى المتوسط، والمستوى المرتفع وتختلف درجات هذه المستويات من مقياس لآخر كما هو موضح في جداول ونماذج مقاييس الدراسة، ومن أهم تلك المقاييس:
- مقياس معدل مشاهدة القنوات الفضائية.
 - مقياس معدل استخدام الإنترنت.
 - مقياس المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام التقليدية.
 - مقياس المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام الجديدة.
4. الإطار النظري للدراسة: تم الاعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
5. عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة الميدانية 400 مبحوثا من شباب الجامعات، وهي عينة عشوائية طبقية، كما تم تحديد مجتمع الدراسة في شباب الجامعات الحكومية (جامعة القاهرة، جامعة بنها) والخاصة (جامعة فاروس، أكاديمية الشروق)، وقد تم اختيار شباب الجامعات للأسباب التالية:
- لأنهم الفئة الأكثر تطورا وتحركا في المجتمع.
 - هم الشريحة الأكثر تجمعا سواء داخل الجامعة أو المقاهي والنوادي.
 - هم أكثر قدرة على تقبل كل جديد، وأكثر مواكبة لما يحدث من تطورات حولهم.
 - هم أصحاب الحق في تحديد مستقبل المجتمع وتلمس السبل التي يمكن أن تُسلم إليه.
- وتوضح الجداول التالية خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة وفقا للجامعات الأربعة

الجامعة	ك	%
1. جامعة القاهرة (حكومية).	100	25
2. جامعة بنها (حكومية).	100	25
3. جامعة فاروس (خاصة).	100	25
4. أكاديمية الشروق (خاصة).	100	25
الإجمالي	400	100

جدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة وفقا للنوع

النوع	ك	%
1. ذكور.	200	50
2. إناث.	200	50
الإجمالي	400	100

جدول رقم(3)

توزيع عينة الدراسة وفقا للمستوى الاجتماعي الاقتصادي

المستوى الاجتماعي الاقتصادي	ك	%
1. مستوى منخفض(5-13).	28	7
2. مستوى متوسط(14-21).	99	24,8
3. مستوى مرتفع(22-29).	273	68,3
الإجمالي	400	100

جدول رقم(4)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدى المشاركة في الإنتخابات البرلمانية 2015

المشاركة	ك	%
1. شارك.	178	44,5
2. لم يشارك.	222	55,5
الإجمالي	400	100

جدول رقم(5)

توزيع عينة الدراسة وفقا للانتماء السياسي لأي من الأحزاب المصرية

الانتماء السياسي	ك	%
3. ينتمي.	36	9
4. لا ينتمي.	364	91
الإجمالي	400	100

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

1. ما معدل تعرض الشباب عينة الدراسة لكل من وسائل الإعلام التقليدية(القنوات الفضائية) و وسائل الإعلام الجديدة (شبكة الإنترنت)؟.
2. ما اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو تشكيل المهارات النقدية من وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد؟.

ثانياً: فروض الدراسة:

تنطلق فروض هذه الدراسة من نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" والإطلاع النقدي على نتائج الدراسات السابقة، حيث أمكن للباحثة تطوير الفروض التالية:

1. توجد علاقة ارتباط طردي موجب - دالة إحصائيا بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.

2. توجد علاقة ارتباط طردي موجب — دالة إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية)، والجديدة (الإنترنت) للحصول على معلومات حول قضايا الديمقراطية المصرية وحدث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا للمتغيرات الثلاثة النوع، نوع التعليم.

اختبار الصدق لاستمارة الاستبيان:

يُقصد بالصدق هنا مدى قياس الاستبانة لما وضعت له وأن يكون محتواها له علاقة مباشرة بما يُراد قياسه، وقد قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين⁽¹⁾ المتخصصين في علوم الإعلام والسياسة والاجتماع، وذلك للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بإجراء بعض التعديلات المتعلقة بصياغة بعض الأسئلة وترتيبها ونمطها، وكذلك إضافة بدائل جديدة ومتنوعة، وتم تعديل استمارة الاستبانة وفقا لأهم التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم السادة المحكمين.

نتائج الدراسة:

أولا: نتائج مقاييس الدراسة:

1. معدل مشاهدة الشباب الجامعي المصري عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في مدي مشاهدة، وعدد أيام، ومتوسط ساعات مشاهدة الشباب الجامعي المصري للقنوات الفضائية، وشكل لمقياس التعرض للفضائيات، وهذا ما توضحه الجداول التالية:

(1) أسماء السادة الأساتذة المحكمين (طبقا للترتيب الهجائي من الأقدم للأحدث):

1. أ.د/ اعتماد خلف معيد أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس.
2. أ.د/ بركات محمد عبد العزيز أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
3. أ.د/ خالد صلاح الدين حسن الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.
4. أ.د/ سامي محمد نصار الأستاذ بقسم أصول التربية بمعهد الدراسات التربوية جامعة القاهرة.
5. أ.د/ عادل عبد الغفار أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة وعيد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
6. أ.د/ علي عبد السلام الأستاذ بقسم علم النفس كلية الآداب جامعة بنها.
7. أ.د/ محمود يوسف الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة.

1/1 مدى مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

جدول رقم (6)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقاً لنوع الجامعة ومدى مشاهدتهم للقنوات الفضائية

المدى	الجامعة			الحكومية			الخاصة			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
1. دائما.	83	41,5	2	70	35	2	153	38,3	2	100	400	2
2. أحيانا.	100	50	1	94	47	1	194	48,5	1	100	400	1
3. نادرا.	17	8,5	3	36	18	3	53	13,3	3	100	400	3
المجموع												

قيمة كا² = 8,101 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,141 مستوى المعنوية = 0,017 الدلالة = 0,05

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن جميع عينة الدراسة من الذكور والإناث يشاهدون القنوات الفضائية بوجه عام، وتتنوع درجات مشاهدتهم لهذه القنوات على النحو التالي: جاءت نسبة (48,5%) من الشباب الجامعي عينة الدراسة ممن يشاهدون القنوات الفضائية بشكل غير منتظم وهم من كانت إجاباتهم (أحيانا) حيث جاءوا في المرتبة الأولى موزعة بين (50%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (47%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثانية من يشاهدون القنوات الفضائية بشكل منتظم وهم من كانت إجاباتهم (دائما) ونسبتهم (38,3%) موزعة بين (41,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (35%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثالثة جاء من يشاهدونها بندرة (نادرا) وكانت نسبتهم (13,3%) موزعة بين (58,50%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (18%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نوال عبدالله⁽¹⁴⁾ (2010) التي توصلت إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العربية بصفة غير منتظمة — أحيانا — وكانت نسبتهم (53,2%)، يليهم من يشاهدونها بصفة دائمة بنسبة (44%)، ودراسة وجدي حلمي⁽¹⁵⁾ (2009) التي توصلت إلى أن النسبة الكبرى من أفراد العينة يشاهدون التلفزيون أحيانا ثم يليهم من يشاهدونه دائما، وتختلف مع دراسة جيهان أحمد فؤاد⁽¹⁶⁾ (2007) التي توصلت إلى أن نسبة (79,3%) من العينة يشاهدون التلفزيون بصفة دائمة، و (20,7%) يشاهدونه أحيانا.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 8,101 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = 0,017 ومستوى دلالة = 0,05، أي أن مستوى المعنوية أصغر من 0,05، مما

يؤكد وجود علاقة دالة إحصائية بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في مدى تعرضهم للقنوات الفضائية.

2/1 عدد أيام مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

جدول رقم (7)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقاً لنوع الجامعة وعدد أيام مشاهدتهم للقنوات الفضائية

الأيام	الجامعة			الحكومية			الخاصة			المجموع	
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%
1. يوم واحد.	9	4,5	4	8	4	5	17	4,3	5	4,3	5
2. من 2-3 أيام.	24	12	3	36	18	4	60	15	4	15	4
3. من 4-6 أيام.	40	20	3	39	19,5	3	79	19,8	3	19,8	3
4. 7 أيام.	58	29	2	48	24	2	106	26,5	2	26,5	2
5. حسب الظروف.	69	34,5	1	69	34,5	1	138	34,5	1	34,5	1
المجموع	200	100	200	200	100	200	400	100	200	100	200

قيمة ك² = 3,415 درجة الحرية = 4 معامل التوافق = 0,092 مستوى المعنوية = 0,491 الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن عدد أيام مشاهدة الشباب الذكور والإناث عينة الدراسة للقنوات الفضائية في الأسبوع تتوزع على النحو التالي: جاء الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة (34,5%)، موزعة على شباب الجامعات الحكومية والخاصة بنسبة متساوية (34,5%)، يليهم في المرتبة الثانية الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية لمدة 7 أيام أي بصفة منتظمة في المرتبة الثانية ونسبتهم (26,5%)، موزعة بين (29%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (24%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثالثة الشباب الذين يشاهدون القنوات الفضائية من 4-6 أيام ونسبتهم (19,8%)، موزعة بين (20%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (19,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وجمع النسب الثلاث الأولى نجد أن أكثر من نصف الشباب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بصفة منتظمة وهم كثيفو المشاهدة ونسبتهم (80,8%)، وفي المرتبة الرابعة جاء من يشاهدون القنوات الفضائية من 2-4 أيام ونسبتهم (15) ويطلق عليهم متوسطي التعرض، موزعة بين (12%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (18%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وأخيراً وفي المرتبة الرابعة جاء من يشاهدون القنوات الفضائية يوم واحد ونسبتهم (4,3%) وهم (قليلي- منخفضي) التعرض، موزعة بين (4,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (4%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 4 ، وجد أنها = 3,415 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = 0,491، أى أن مستوى المعنوية أكبر من 0,05، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في عدد أيام تعرضهم للقنوات الفضائية.

3/1 متوسط عدد ساعات مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:

جدول رقم (8)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقاً لنوع الجامعة ومتوسط عدد ساعات مشاهدتهم اليومية للقنوات الفضائية

مدة المشاهدة	الجامعة			الحكومية			الخاصة			المجموع	
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%
1. أقل من ساعة.	16	8	4	17	8,5	4	33	8,3	4		
2. من ساعة لأقل من 3 ساعات.	77	38,5	1	56	28	2	133	33,3	2		
3. أكثر من 3 ساعات.	38	19	3	33	16,5	3	71	17,8	3		
4. حسب الظروف.	69	34,5	2	94	47	1	163	40,8	1		
المجموع	200	100		200	100		400	100			

قيمة كا² = 7,533 درجة الحرية = 3 معامل التوافق = 0,136 مستوى المعنوية = 0,057 الدلالة = غير دالة

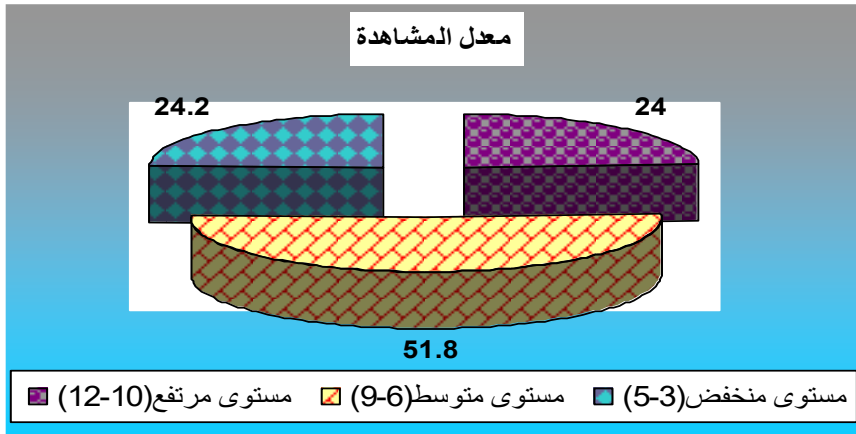
تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن متوسط ساعات مشاهدة الشباب الذكور والإناث عينة الدراسة للقنوات الفضائية في اليوم يتوزع على النحو التالي: يشاهد (40,8%) من الشباب عينة الدراسة القنوات الفضائية حسب الظروف، موزعة بين (34,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (47%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثانية جاء من يشاهدها أكثر من 3 ساعات بنسبة (17,8%)، موزعة بين (19%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (16,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، أي أن أكثر من نصف الشباب عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بكثافة، وجاء في المرتبة الثالثة من يشاهدها بنسبة (33,3%) من ساعة إلى أقل من 3 ساعات، موزعة بين (38,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (28%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وجاء في المرتبة الرابعة من يشاهدها أقل من ساعة بنسبة (8,3%)، موزعة بين (8%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (8,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة. وتدلنا هذه النتيجة على أن التليفزيون مازال يحظى بنسبة مشاهدة عالية من قبل الجماهير وأنه الوسيلة الأكثر توفراً ويسراً. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مصطفى حمدي (2010)⁽¹⁷⁾ التي توصلت إلى أن نسبة

تساوي (46,2%) من الشباب عينة الدراسة يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية أكثر من ساعتين، ودراسة نوال عبد الله (2010) (18) التي توصلت إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية أكثر من ساعتين بنسبة (55,6%).

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 3، وجد أنها = 7,533 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = 0,057، أى أن مستوى المعنوية أكبر من 0,05، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في متوسط ساعات تعرضهم للقنوات الفضائية.

4/1 مقياس معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية:



شكل رقم (1)

مقياس معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث للقنوات

الفضائية بصفة عامة كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب عينة

الدراسة للقنوات الفضائية بصفة عامة في المرتبة الأولى بمعدل (102 تكرارا) بنسبة (51,8%)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المنخفض لمعدل تعرض الشباب عينة الدراسة للقنوات الفضائية بمعدل (97 تكرارا) بنسبة (24,3%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المرتفع بمعدل (96 تكرارا) بنسبة (24%) وربما يعود ذلك

لانشغالهم بأعمال أخرى أو لعدم توفر جهاز الاستقبال في أماكن تواجدهم. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة وجدي حلمي (2009) (19) التي توصلت إلى أن أكثر من نصف الباحثين من متوسطي التعرض للتلفزيون بنسبة (46%)، وتختلف مع دراسة نوال عبد الله (2010) (20) التي توصلت إلى النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية بكثافة بنسبة (48%)، يليهم متوسطي المشاهدة بنسبة (37,6%)، ودراسة غادة ممدوح (2012) التي توصلت إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية بمعدل مرتفع بنسبة (49,2%)، يليها فئة متوسطي المشاهدة بنسبة (40%) (21).

2. معدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

ويشمل هذا التساؤل على ثلاثة أسئلة رئيسة تتمثل في مدى مشاهدة، وعدد أيام، ومتوسط الاستخدام اليومي للشبكة، وشكل لمقياس استخدام شبكة الإنترنت، وهذا ما توضحه الجداول التالية:

1/2 مدى استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

جدول رقم (9)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقا لنوع الجامعة ومدى استخدامهم لشبكة الإنترنت

المدى	الجامعة			الحكومية			الخاصة			المجموع		
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت
4. دائما.	164	82	1	167	83,5	1	331	82,8	1	331	82,8	1
5. أحيانا.	31	15,5	2	27	13,5	2	58	14,5	2	58	14,5	2
6. نادرا.	5	2,5	3	6	3	3	11	2,8	3	11	2,8	3
المجموع	200	100		200	100		400	100		400	100	

قيمة كا² = 0,394 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,031 مستوى المعنوية = 0,821 الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن جميع عينة الدراسة من الذكور والإناث يستخدمون شبكة الإنترنت، وتتوزع درجات استخدامهم لهذه الشبكة على النحو التالي: جاءت نسبة (82,8%) من الشباب الجامعي عينة الدراسة ممن يستخدمون شبكة الإنترنت بشكل منتظم وهم من كانت إجاباتهم (دائما) حيث جاءوا في المرتبة الأولى موزعة بين (82%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (83,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثانية من يستخدمونها بشكل غير منتظم وهم من كانت إجاباتهم (أحيانا) ونسبتهم (14,5%) موزعة بين (15,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (13,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثالثة جاء من يستخدمونها بندرة وهم من كانت إجاباتهم (نادرا) وكانت

نسبتهم (2,8%) موزعة بين (2,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (3%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 0,394 وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = 0,821، أى أن مستوى المعنوية أكبر من 0,05، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في مدى استخدامهم شبكة الإنترنت.

2/2 عدد أيام استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت:

جدول رقم (10)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقاً لنوع الجامعة وعدد أيام استخدامهم لشبكة الإنترنت

الأيام	الجامعة			الحكومية			الخاصة			المجموع	
	ك	%	ت	ك	%	ت	ك	%	ت	%	ت
1. يوم واحد في الأسبوع.	-	-	-	6	3	5	6	1,5	5	1,5	5
2. من ٢:٣ أيام.	9	4,5	4	9	4,5	4	18	4,5	4	4,5	4
3. من ٤:٦ أيام.	18	9	3	24	12	2	42	10,5	2	10,5	2
4. 7 أيام.	153	76,5	1	151	75,5	1	304	76	1	76	1
5. حسب الظروف.	20	10	2	10	5	3	30	7,5	3	7,5	3
المجموع	200	100	200	200	100	200	400	100	200	100	200

قيمة كا² = 10,204 درجة الحرية = 4 معامل التوافق = 0,158 مستوى المعنوية = 0,037 الدلالة = 0,05

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن عدد أيام استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة من الذكور والإناث لشبكة الإنترنت في الأسبوع تتوزع على النحو التالي: جاء الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت 7 أيام في الأسبوع في المرتبة الأولى بنسبة (76%) من إجمالي الشباب عينة الدراسة، موزعة على شباب الجامعات الحكومية والخاصة بنسبة تكاد تكون متساوية فكانت بنسبة (76,5%) للأولى وبنسبة (75,5%) للثانية، يليهم في المرتبة الثانية الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت من 4-6 أيام أي في المرتبة الثانية ونسبتهم (10,5%)، موزعة بين (9%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (12%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، يليهم في المرتبة الثالثة الشباب الذين يشاهدون يستخدمون شبكة الإنترنت حسب الظروف ونسبتهم (3%)، موزعة بين (10%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الرابعة جاء من يستخدمون الشبكة من 2-3 أيام ونسبتهم (4,5%) موزعة بالتساوي بين شباب

الجامعات الحكومية والخاصة بنسبة (4,5%)، وفي المرتبة الخامسة جاء الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت لمدة يوم واحد فقط في الأسبوع ونسبتهم (1,5%).

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 4، وجد أنها = 10,204 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = 0,037 ومستوى دلالة = 0,05، أى أن مستوى المعنوية أصغر من 0,05، مما يؤكد وجود علاقة دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في عدد أيام استخدامهم شبكة الإنترنت.

3/2 متوسط عدد ساعات استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت اليومي:

جدول رقم (11)

توزيع الشباب عينة الدراسة وفقاً لنوع الجامعة ومتوسط عدد ساعات استخدامهم لشبكة الإنترنت

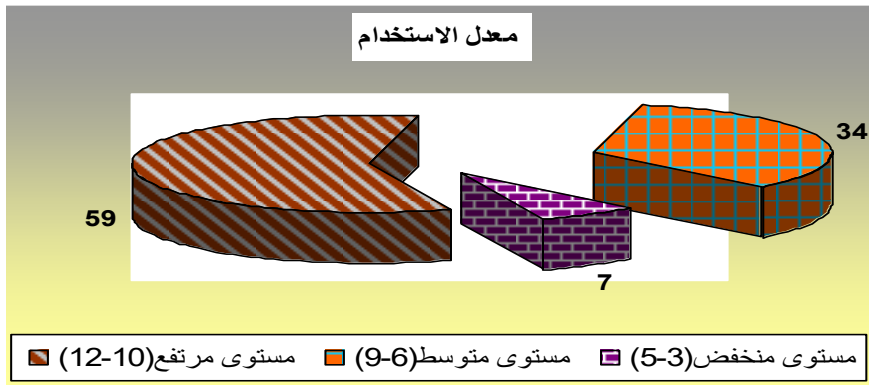
المجموع		الخاصة			الحكومية			الجامعة
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك
4	3	12	4	3,5	7	4	2,5	5
3	17,5	70	3	18	36	3	17	34
1	50,8	203	1	49	98	1	52,5	105
2	28,8	115	2	29,5	59	2	28	56
المجموع		400	100	200	100	200		

قيمة كا² = 0,710 درجة الحرية = 3 معامل التوافق = 0,042 مستوى المعنوية = 0,871 الدلالة = غير دالة

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

- أوضحت النتائج العامة أن متوسط عدد ساعات استخدام الشباب الذكور والإناث عينة الدراسة لشبكة الإنترنت يتوزع على النحو التالي: جاءت فئة أكثر من 3 ساعات في المرتبة الأولى بنسبة (50,5%) من إجمالي الشباب عينة الدراسة، موزعة بين (52,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (49%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة حسب الظروف بنسبة (28,8%)، موزعة بين (28%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (29,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، وجاءت فئة من ساعة لأقل من 3 ساعات في المرتبة الثالثة بنسبة (17,5%) موزعة بين (17%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (18%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة، أما فئة أقل من ساعة فقد جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (3%)، موزعة بين (2,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الحكومية في مقابل (3,5%) من إجمالي مفردات عينة شباب الجامعات الخاصة.

- أوضحت النتائج التفصيلية أنه بحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 3، وجد أنها
- = 0,710 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = 0,871، أى أن مستوى المعنوية
- أكبر من 0,05، مما يؤكد وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين شباب الجامعات الحكومية والخاصة في متوسط ساعات استخدامهم اليومي لشبكة الإنترنت.
- 4/2 مقياس معدل الاستخدام اليومي لشبكة الإنترنت من قبل الشباب عينة الدراسة:



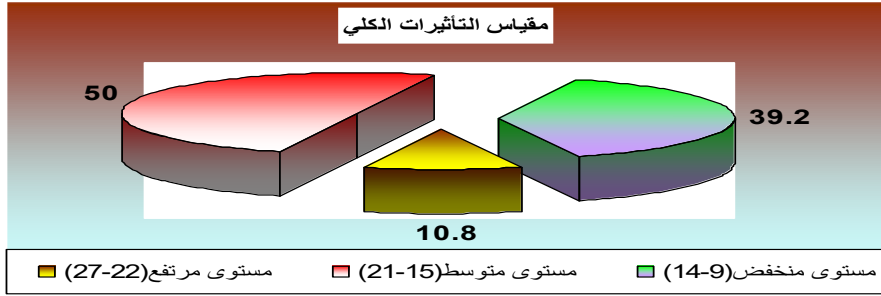
شكل رقم (2)

مقياس معدل استخدام شبكة الإنترنت

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت بيانات الشكل السابق أن توزيع معدل استخدام الشباب عينة الدراسة من الذكور والإناث لشبكة الإنترنت كان على النحو التالي: جاءت فئة المستوى المرتفع لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت في المرتبة الأولى بمعدل (236 تكرارا) بنسبة (59%)، يليها في المرتبة الثانية فئة المستوى المتوسط لمعدل استخدام الشباب عينة الدراسة لشبكة الإنترنت بمعدل (136 تكرارا) بنسبة (34%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة المستوى المنخفض بمعدل (28 تكرارا) بنسبة (7%).

3. مقياس التأثيرات الكلي بأبعاده الثلاثة (المعرفية + الوجدانية + السلوكية) للتغطية الإعلامية لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد لقضايا الديمقراطية المصرية:



شكل رقم (3)

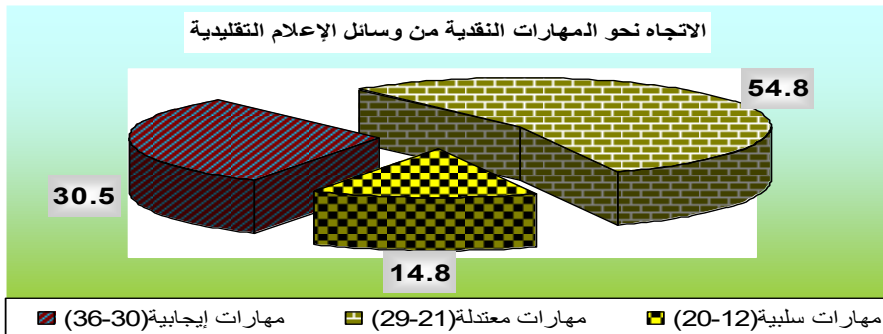
مقياس تأثيرات التغطية الإعلامية الكلي بأبعاده الثلاثة

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل على أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من تأثيرات

وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (200 تكرارا) بنسبة (50%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ المستوى المنخفض من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (157 تكرارا) بنسبة (39,2%)، وفي المرتبة الثالثة جاء المستوى المرتفع من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتغطية الإعلامية تجاه القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (43 تكرارا) بنسبة (10,8%).

4. مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام التقليدية:



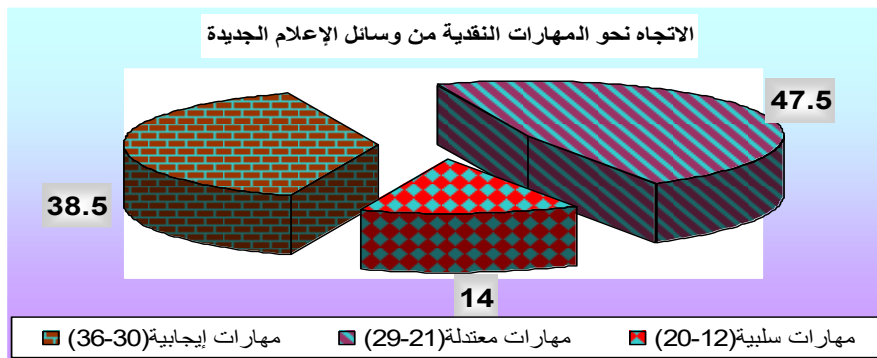
شكل رقم (4)

مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المشكلة من وسائل الإعلام التقليدية

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل على أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات المُشكلة من وسائل الإعلام التقليدية، وذلك بمعدل (219 تكرارا) بنسبة (54,8%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ الاتجاه الإيجابي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (122 تكرارا) بنسبة (30,5%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتجاه السلبي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (59 تكرارا) بنسبة (14,8%).

5. مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام الجديدة:



شكل رقم (5)

مقياس الاتجاه نحو المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام الجديدة

تدل بيانات الشكل السابق على عدة نتائج منها:

أوضحت نتائج الشكل على أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام الجديدة وذلك بمعدل (190 تكرارا) بنسبة (47,5%)، تلا ذلك وفي المرتبة الثانية مجئ الاتجاه الإيجابي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (154 تكرارا) بنسبة (38,5%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتجاه السلبي نحو المهارات النقدية وذلك بمعدل (56 تكرارا) بنسبة (14%).

ثانيا: نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباط طردي موجب — دالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية".

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "بيرسون" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول (12)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية

تشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية.		كثافة التعرض
الدالة	قيمة بيرسون (P)	
0,05 دالة	0,113	كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية).
0,01 دالة	0,321	كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت).
400		ن

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباط طردي موجب ودال إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، حيث كانت قيمة بيرسون (0,113) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)، من ناحية أخرى وجدت أيضاً علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، حيث كانت قيمة بيرسون (0,321) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,01)، وبذلك نقبل كليا الفرض بأنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زاد ذلك من تنمية مهاراتهم النقدية نحو قضايا الديمقراطية المصرية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط طردي موجب — دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية)، والجديدة (الإنترنت) للحصول على معلومات حول قضايا الديمقراطية المصرية وحدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الشباب الجامعي المصري".

ولاختبار صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "بيرسون" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول (13)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وحدوث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية

التأثيرات السلوكية		التأثيرات الوجدانية		التأثيرات المعرفية		التأثيرات كثافة التعرض
الدالة	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	الدالة	قيمة بيرسون	
غير دالة	0,027	غير دالة	0,025	غير دالة	0,002	كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية).
0,05 دالة	0,105	0,05 دالة	0,153	غير دالة	0,006	كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت).

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

يتضح من استخدام معامل ارتباط بيرسون عدم وجود علاقة ارتباط دال إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) وحدوث تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية، وبذلك يتم رفض هذا الفرض كلياً، بينما وجدت علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة (الإنترنت) وحدوث تأثيرات وجدانية وسلوكية، حيث كانت قيمة بيرسون (0,153) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05) وذلك بالنسبة للتأثيرات الوجدانية، أما بالنسبة للتأثيرات السلوكية فقد كانت قيمة بيرسون (0,105) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0,05)، أما في حالة التأثيرات المعرفية وجدت علاقة ولكنها غير دالة إحصائياً، وبذلك نقبل الفرض جزئياً في حالة كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة وحدوث تأثيرات وجدانية أو سلوكية فقط، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة زادت تأثير مستخدميها وجدانياً وسلوكياً فقط.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للمتغيرات الثلاثة النوع، نوع التعليم، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

1. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للنوع، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (14)

الفروق بين متوسطات درجات المهارات النقدية الناتجة عن تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للنوع

المهارات	النوع	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة
التفسير (التحليل)	الذكور	200	6,6900	1,65153	1,388	غير دالة
	الإناث	200	6,4600	1,66199		
التقييم	الذكور	200	7,0400	1,49988	1,979	غير دالة
	الإناث	200	6,7100	1,82002		
إبداء الرأي	الذكور	200	7,0050	1,38004	0,530	غير دالة
	الإناث	200	6,9250	1,62869		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي التقليدي)	الذكور	200	5,3550	1,94884	0,127	غير دالة
	الإناث	200	5,3300	1,98261		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي الجديد)	الذكور	200	6,5550	2,05868	1,606	غير دالة
	الإناث	200	6,2300	1,98919		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للنوع، أي أن عنصر النوع ليس له أي تأثير على تشكيل وتنمية المهارات النقدية سواء الناتجة من وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة، وبذلك نرفض الفرض كلياً حيث وجدت فروق ولكنها غير دالة إحصائياً بين فئات العينة تبعاً لمتغير النوع (ذكور/إناث) والمهارات النقدية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

2. لحساب الفروق بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً لنوع التعليم الجامعي، استخدمت الباحثة اختبار "ت" الموضحة نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (15)

الفروق بين متوسطات درجات المهارات النقدية الناتجة عن تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً لنوع التعليم الجامعي

المهارات	نوع التعليم	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة
التفسير (التحليل)	حكومي	200	6,7650	1,52690	2,303	0,05
	خاص	200	6,3850	1,76418		
التقييم	حكومي	200	6,9000	1,71015	0,298	غير دالة
	خاص	200	6,8500	1,64041		
إبداء الرأي	حكومي	200	6,9550	1,40458	0,132	غير دالة
	خاص	200	6,9750	1,60851		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي التقليدي)	حكومي	200	5,2550	1,99496	0,891	غير دالة
	خاص	200	5,4300	1,93230		
الإبداع (الإنتاج الإعلامي الجديد)	حكومي	200	6,2350	2,04467	1,556	غير دالة
	خاص	200	6,5500	2,00439		

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض

لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعا لنوع التعليم الجامعي (حكومي/خاص) وذلك فيما يتعلق بمهارة واحدة فقط وهي (مهارة التحليل) لصالح أصحاب التعليم الحكومي بمتوسط حسابي قدره (6,7650) مقابل (6,3850) لأصحاب التعليم الخاص، وأكد اختبار (ت) هذه النتيجة حيث كانت قيمة (ت) = 2,303 والفارق النسبي دال إحصائيا عند مستوى معنوية 0,05، أي أن أصحاب التعليم الحكومي أكثر تحليلا وتفسييرا لما تعرضه وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد عن أصحاب التعليم الخاص، في حين أظهر اختبار (ت) وجود فروق ولكنها غير دالة إحصائيا في باقي المهارات النقدية، وبذلك نقبل الفرض جزئيا بوجود فروق دالة إحصائيا بين أصحاب التعليم الحكومي والخاص ونوعية المهارات النقدية (التحليل/التفسير) - لصالح أصحاب التعليم الحكومي - الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد، أي أن نوع التعليم ليس له أي تأثير في تشكيل وتنمية باقي المهارات النقدية.

الخلاصة ومناقشة النتائج:

سعت الدراسة للكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين مشاهدة مضامين وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد (القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت) وتنمية وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب الجامعي المصري نحو قضية أبرز قضايا الديمقراطية متمثلة في الانتخابات البرلمانية 2015، وتحديد نوع هذه العلاقة، في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وباستخدام منهج المسح على عينة قدرها 400 مبحوثا من الشباب الجامعي المصري، وقد خلصت الدراسة لمجموعة نتائج أهمها:

1. جاءت فئة المستوى المتوسط لمعدل تعرض الشباب الجامعي عينة الدراسة للقنوات الفضائية في المرتبة الأولى بمعدل (102 تكرارا) بنسبة (51,8%).
2. جاءت فئة المستوى المرتفع لمعدل استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة لشبكة الإنترنت في المرتبة الأولى بمعدل (236 تكرارا) بنسبة (59%).
3. كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم مستوى متوسط من تأثيرات وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد للتعطية الإعلامية تجاه بعض القضايا السياسية المصرية الداخلية وذلك بمعدل (200 تكرارا) بنسبة (50%).
4. كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات المُشكلة من وسائل الإعلام التقليدية، وذلك بمعدل (219 تكرارا) بنسبة (54,8%).
5. كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو المهارات النقدية المُشكلة من وسائل الإعلام الجديدة وذلك بمعدل (190 تكرارا) بنسبة (47,5%).
6. كشف اختبار بيرسون عن وجود علاقة ارتباط طردي موجب ودال إحصائيا بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (القنوات الفضائية) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية كما كشف نفس الاختبار عن

- وجود علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة(الإنترنت) وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية،.
7. كشف اختبار بيرسون عدم وجود علاقة ارتباط دال إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية(القنوات الفضائية) وحدوث تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية، وبذلك يتم رفض هذا الفرض كلياً، بينما وجدت علاقة ارتباط طردي موجب بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة(الإنترنت) وحدوث تأثيرات وجدانية وسلوكية فقط، أما في حالة التأثيرات المعرفية وجدت علاقة ولكنها غير دالة إحصائياً.
8. أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً للنوع، أي أن عنصر النوع ليس له أي تأثير على تشكيل وتنمية المهارات النقدية سواء الناتجة من وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة.
9. أظهر استخدام اختبار "ت" وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على الدرجة الكلية لمقياس المهارات النقدية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد تبعاً لنوع التعليم الجامعي(حكومي/خاص) وذلك فيما يتعلق بمهارة واحدة فقط وهي (مهارة التحليل) لصالح أصحاب التعليم الحكومي.

- ¹Picazo-Vela, Sergio., Gutiérrez-Martínez, Isis., & Luna-Reyes, Luis Felipe. Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector. **Government Information Quarterly**, Vol.29, Issue.4, 2012,pp.504-511.
- ²HEALEY, KEVIN. "The spirit of networks: new media and the changing role of religion in American public life". **Unpublished PHD thesis**. (Urbana, Illinois: University of Illinois at Urbana-Champaign, the Graduate College, 2011).
- ³سميرة شيخاني. الإعلام الجديد في عصر المعلومات. **مجلة جامعة دمشق**، المجلد 26، العدد الأول+ الثاني. (سوريا: جامعة دمشق، 2010). صص 435-480.
- ⁴Abdel Barry, Wail Ismail. The Social Reality of New Media: paradoxical issues in the digital era. **Egyptian journal of public opinion research**, Vol.9, Third Issue (January – June). (Cairo university: faculty of mass communication, 2009).pp.41-70.
- ⁵Kanakara, Navasartian. Digging for votes: An analysis of 2008 presidential candidates use of new media. **Unpublished master thesis**. (U.S.A: A university of southern California, 2008).
- ⁶إيناس محمود حامد أحمد. دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباب بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 43، يناير/يونيه. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2013). صص 139-189.
- ⁷إيمان محمد حسني عبد الله. المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب المصري كمكون لإعلامه الخاص: دراسة في ضوء مدخل الإدراك فوق المعرفي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد 40، إبريل/يونيو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2012). صص 1-65.
- ⁸السيد محمد أبو شعيب. "دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012).
- ⁹سناء عبد الرحمن. التفاعلية في الصحافة الإلكترونية العربية ودورها في التعبير عن الرأي دراسة لمضمون وجمهور منتدي "العربية نت". بحث ورد في: المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر بعنوان: **الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات في الفترة من 7-9 يوليو**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، الجزء الثاني، 2009). صص 1013-1070.
- ¹⁰سيد بخت. أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 9، العدد 3، يناير/يونيو. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009). صص 65-150.
- ¹¹Almjeld, Jennifer Marie. "The girls of my space: new media as gendered literacy practice and identity construction". **Unpublished PHD thesis**. (State University in partial: the Graduate College of Bowling Green, 2008).
- ¹²حسني محمد نصر. المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 8، العدد 3، يوليو/سبتمبر. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007). صص 1-46.
- ¹³ للمزيد من الاطلاع انظر:

- دراسات المؤتمر العلمي الأول بعنوان: مستقبل الإعلام العربي بعد الثورات في الفترة من 9-12 مارس. (جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، 2012).
- ودراسات المؤتمر الدولي بعنوان: الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد في الفترة من 7-9 إبريل. (مملكة البحرين: جامعة البحرين، قسم الإعلام والسياحة والفنون، 2009).
- ⁴نوال عبدالله علي الحزورة. "التعرض للدراما العربية في القنوات الفضائية وعلاقته بإدراك الجمهور اليمني لأدوار المرأة في المجتمع". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2010). ص 205.
- ¹⁵وجدي حلمي عبد الظاهر (2009). "معالجة الدراما العربية التي يعرضها التلفزيون المصري لفضايا الفساد في المجتمع وعلاقتها بإدراك الجمهور واتجاهاته نحوها". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون). ص 310.
- ¹⁶جيهان أحمد فؤاد (2007). "العلاقة بين صورة رجال وسيدات الأعمال في الدراما التلفزيونية وإدراك الجمهور لواقعهم الاجتماعي". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون). ص 333-334.
- ¹⁷مصطفى حمدي أحمد محمد. "أثر التعرض للقنوات الفضائية العربية والأجنبية على السلوك الاجتماعي للشباب المصري". رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة المنيا: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010). ص 138.
- ⁸نوال عبدالله علي الحزورة (2010). مرجع سابق. ص 206.
- ¹⁹وجدي حلمي عبد الظاهر (2009). مرجع سابق. ص 315.
- ²⁰نوال عبد الله (2010). مرجع سابق. ص 208.
- ²¹غادة ممدوح سيد (2012). "معالجة العنف في الافلام العربية والأجنبية بالقنوات الفضائية وعلاقته بالمبول العدوانية لدى الشباب المصري". رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012). ص 251-252.