

الفصل العاشر

نموذج إعداد إظهار بحث^(١)

يواجه الباحثون الذين يحاولون استكمال مسيرتهم العلمية والأكاديمية في مجال العلوم الاجتماعية صعوبة بالغة في إعداد الأطر Frameworks التي يتقدمون بها للتسجيل للحصول على درجة علمية لموضوع الدبلوم ، أو الماجستير أو الدكتوراه ، ويرجع ذلك في رأيي إلى أنهم لم يؤهلوا أساسا لذلك في مرحلة الدراسة الجامعية Undergraduate أو حتى في مرحلة الإعداد الأكاديمي والتي تسبق مرحلة التسجيل للدرجة العلمية . إذ أن معظم الكليات لا تضع ضمن مقرراتها الدراسية أى مواد مثل تصميم البحث أو مناهج البحث . ولا يوجد لذلك ضمن مقرراتها الدراسية أى مواد مثل تصميم البحث أو مناهج البحث . ولا يوجد ذلك إلا في أقسام الاجتماع ، وعلم النفس ، ومعاهد وكليات الخدمة الاجتماعية .

ومن وجهة النظر الموضوعية فإنه حتى في هذه الأقسام التي تدرس فيها مادة مناهج البحث ، أو تصميم البحوث ، فإن عرض المادة ومحتوياتها لا تفيد الطالب وبخاصة الذي يتطلع إلى استكمال دراساته العليا ، بل تدرس كأنها مادة منفصلة عن بقية المواد الدراسية الأخرى هذا من جانب ، ونجد أن محتويات المادة أيضا مفككة وسطحية الشكل والمضمون ، ومنقولة ومترجمة من

(١) الدمرداش، نعمات محمد ، (٢٠٠٣-٢٠٠٤) . منهجية البحث العلمى فى الخدمة الاجتماعية ، القاهرة ، بل برنت للطباعة والتصوير ، ص٤٦٦ وما بعدها .

كتب أجنبية وهذا من جانب ثان . ثم أن المادة نفسها تدرس بشكل نظري بحث ، وليس بشكل تطبيقي مرن . وهذا من جانب آخر . إن مادة مناهج وتصميم البحوث يجب أن يتعين الباحث وتوجهه نحو طرق التفكير العلمى Scientific Thinking بمعنى أنها تساعد على التفكير العلمى ليس فى مشكلة البحث Research Problem فقط ، ولكن فى حياته بصفة عامة . والتساؤل المطروح الآن ... كيف يمكن إعداد إطار البحث ؟ وكيف يمكن إعداد وصياغة البحث ؟

أولاً : إعداد إطار البحث :

هناك اتفاق بين معظم المهتمين والمتخصصون بتصميم البحوث على أن إطار البحث الذى يقدمه الباحث للتسجيل فى أى درجة من الدرجات العلمية أو الأكاديمية لابد أن يعكس فهم الباحث ، ومدى استيعابه لموضوع بحثه ، وبصفة عامة فإن التشكيل المتفق عليه لمكونات الإطار ويمكن أن يكون على النحو التالى .

ولنفترض أن الباحث سوف يقوم بهذا الإطار للحصول على درجة الماجستير من كلية الآداب ، ولنفترض أن عنوان موضوع البحث الذى يسعى إلى تسجيله قد تحدد فى آثار الدراما فى التلفزيون على المتعلمين فى المجتمع المصرى ، دراسة تطبيقية على عينة من الخريجين بالكليات النظرية والعلمية فيمكن أن تكون الصفحة الأولى أو كما نسميها صفحة الغلاف على النحو التالى :

جامعة بنها

كلية الآداب

قسم الإعلام

إطار البحث للحصول على درجة الماجستير

فى الإعلام بعنوان :

آثار الدراما التليفزيونية على المتعلمين فى المجتمع المصرى

دراسة تطبيقية على عينة من الخريجين بالكليات النظرية

والعلمية

إعداد

اسم الباحث

إشراف

الأستاذ الدكتور

الشهر - السنة

وتأتى بعد ذلك الصفحة رقم (٢) ، ويحدد فيها الباحث محتويات
الإطار ، وهناك اتفاق شبه تام بين المتخصصين فى تصميم البحوث
على أن تتضمن تلك الصفحة ما يلى :
محتويات الإطار

* مقدمة عامة

أولاً : الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها .

ثانياً : التساؤلات أو الفروض .

ثالثاً : المناهج المستخدمة .

رابعاً : أدوات الدراسة .

خامساً : مجالات الدراسة :

جغرافى .

بشرى . (كيفية اختيار العينة) .

زمنى .

سادساً : إطار مقترح لتقسيم أبواب الدراسة وفصولها .

سابعاً : بعض المراجع التي يمكن الاستعانة بها فى الدراسة سوء

باللغة العربية أو الأجنبي .

ثم ننتقل إلى الصفحة رقم (٣) لكى نبدأ بشرح كل موضوع من

الموضوعات المتضمنة فى صفحة محتويات الإطار ، وكيف يمكن

تغطيتها من قبل الباحث ؟ وما هى النقاط التي يجب أن تشملها كل

نقطة من هذه النقاط ؟

فيما يتعلق بالمقدمة العامة ... يجب :

أن تبدأ بتحليل من الباحث لأهمية موضوع بحثه ، وكيف تناوله

العلماء والمتخصصون من خلال مؤلفاتهم وكتاباتهم .

ثم يبدأ فى بلورة موضوع بحثه بتحديد مشكلة البحث وهى تأخذ شكلين:

الأول : أن توضع المشكلة فى صورة قضية تحتوى على متغيرات

الدراسة والكيفية التي يستطيع الباحث الربط بينها .

والثانية : أن توضع المشكلة فى صورة تساؤل أو مجموعة من

التساؤلات حول كل ما يثار عن مشكلة البحث ، والمتغيرات المكونة

للمشكلة البحثية .

كيفية صياغة مشكلة البحث في موضوع قابل للدراسة :

وينتهي الباحث من المقدمة العامة بالتأكيد على نقطتين :

الأولى : ما هي الإضافات النظرية التي سوف يحققها الباحث من دراسته لموضوع بحثه ، هل سيؤصل نظريا لمتغيرات دراسته ؟ بمعنى أكثر تحديدا ماذا سيقدم الباحث نظريا عند تناوله لموضوع بحثه .
أما النقطة الثانية : فنتمثل فيما يضيفه الباحث عند تناوله لموضوع بحثه من إضافات تطبيقية ، بمعنى آخر ما هي الإضافات التي سيقدمها الباحث عندما يختبر فروض دراسته في مجتمع البحث ؟
ويمكننا اختزال أهم النقاط التي يتناولها الباحث في المقدمة العامة ، وذلك على النحو التالي :

أهمية موضوع البحث من خلال الكتب والمؤلفات .
تحديد مشكلة البحث .

إثارة مجموعة من التساؤلات التي تكشف عن أبعاد المشكلة .
الإضافات النظرية التي سيقدمها البحث (الأهمية النظرية) .
الإضافات التطبيقية التي سيقدمها البحث (الأهمية التطبيقية) .
التساؤلات التي تثيرها مشكلة البحث .

وفيما يلي يتعلق بأهم النقاط التي يجب تناولها :

أهداف البحث :

فعلى الباحث هنا أن تكون نقطة البداية قبل أن يحدد أهداف بحثه أن يوضح بصورة مختصرة موضوع بحثه ، ثم بناء على ذلك الموضوع فقد تحددت أبعاد البحث على النحو التالي :

الكشف عن

التوصل إلى

تحليل الأبعاد المؤثرة على

بناء نموذج

ويجب أن تبدأ صياغة أهداف البحث بالعبارات التالية الكشف عن ، التوصل إلى ... ، تحليل الأبعاد المؤثرة أو المتأثرة ، تحليل الدور الذى يلعبه بناء نموذج تحليلى ، إبراز دور ... وعلى الباحث عند تحديد أهداف بحثه ، أن يربط بين هذه الأهداف ومشكلة بحثه ، وأن يصيغ أهداف بحثه بصورة إجرائية تمكنه من تحقيقها ، بمعنى أكثر تحديدا يجب أن يفكر الباحث فى الكيفية التى يمكن من خلالها تحقيق كل هدف من أهداف دراسته سواء من الناحية النظرية ، أو من الناحية التطبيقية . بمعنى أن هناك أهدافا يمكن أن يحققها الباحث من خلال الدراسة الميدانية لمجتمع البحث الذى يختاره الباحث ، وكذلك هناك أهداف يمكن تحقيقها من خلال تحليل ومناقشة وتفسير السلاسل الزمنية أو الإحصاءات الخاصة بموضوع محدد .

ثانيا : التساؤلات أو الفروض :

وفى البداية فأن تساؤلات أو فروض الدراسة لابد أن تكون ترجمة صادقة لأهدافها . وإذا لم يحدث ذلك فسيجد الباحث فى النهاية أن أهداف الدراسة فى جهة ونتائجها فى جهة أخرى . ولكن ما هى تساؤلات الدراسة ؟ وما هى فروض الدراسة ؟ وهل هناك اختلاف بينها ؟

لقد أشرنا عندما تعرضنا لأنماط البحوث الاجتماعية أن هناك أربعة أنماط تتمثل فى النمط الاستكشافى أو الاستطلاعى ، والنمط الوصفى أو المسحى ، والنمط التجريبي ، وأخيرا النمط التاريخى . وفيما يتعلق بالنمط الاستكشافى والاستطلاعى : فإن الباحث إذا كانت دراسته تنتمى إلى هذا النمط فيجب عليه أن يستخدم مجموعة من التساؤلات حيث أن استخدام الفروض فى مثل هذا النمط تعد خطأ منهجيا ذلك لأن الظاهرة هنا تكون غير واضحة أو محددة وبالتالي لا يستطيع أن يصيغ فروضا محددة حيث أن الفروض تكون أكثر سلامة

من الناحية المنهجية إذا كانت الدراسة التى يقوم بها الباحث تنتمى إلى النمط الوصفى أو المسحى ، أو النمط التجريبي ، أو النمط التاريخى . هناك اتجاه خاطئ وسائد بين المشتغلين بالعلوم الاجتماعية حيث يشيرون إلى أن الدراسات التى تستخدم فروضا أفضل من الدراسات التى تستخدم تساؤلات ، وهذا فى رأى اعتقاد خاطئ لأن استخدام الفروض أو التساؤلات صياغة محددة وواضحة ، ومدى ما تعكسه تلك الفروض أو التساؤلات بصدق عن أهداف الدراسة هو الأسلم منهجيا . ومعنى ذلك أن الباحث لا يستطيع فى نفس الوقت أن يستخدم الفروض والتساؤلات معا . فهناك دراسات تقوم على الإجابة على مجموعة من التساؤلات ، ودراسات أخرى تقوم على اختبار مجموعة من الفروض .

وفيما يتعلق بتساؤلات الدراسة فيجب على الباحث أن يحول أهداف دراسته إلى مجموعة من التساؤلات . فإذا كانت الدراسة تهدف مثلا إلى الكشف عن تأثير التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التى شاهدها المجتمع المصرى خلال فترة الستينات على ارتفاع معدلات البطالة بين المتعلمين فإن الباحث يستطيع أن يضع هذا الهدف فى صورة تساؤلات ، يمكن أن نعرضها على النحو التالى :

ما تأثير التغيرات الاجتماعية التى مر بها المجتمع المصرى إبان ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ على معدلات البطالة بين المتعلمين؟
 ما تأثير التغيرات الاقتصادية التى مر بها المجتمع المصرى إبان ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ على معدلات البطالة بين المتعلمين ؟

أما فيما يتعلق بفروض الدراسة فقد أشرنا إلى ذلك وأوضحنا ماهية الفروض العلمية ، وكيفية صياغتها ، والشروط الواجب توافرها فى الفرض العلمى ، وأخيرا حددنا المصادر التى يستقى منها الباحث فروض دراسته أما عن الكيفية التى يتم بها تحويل أهداف الدراسة إلى

مجموعة من الفروض فيمكن اتخاذ الهدف الذى عرضنا له كى نوضح من خلاله كيفية صياغة فروض الدراسة .

الفرض الأول :

" أن هناك ارتباطا طرديا بين حجم المتغيرات الاجتماعية ، ومعدلات البطالة بين المتعلمين فى المجتمع المصرى إبان ثورة الثالث والعشرين من يوليو ١٩٥٢ " .

الفرض الثانى :

" أن هناك ارتباطا طرديا بين حجم المتغيرات الاقتصادية ، ومعدلات البطالة بين المتعلمين فى المجتمع المصرى إبان ثورة الثالث والعشرين من يوليو ١٩٥٢ " .

الفرض الثالث :

" أن هناك ارتباطا طرديا بين حجم المتغيرات السياسية ، ومعدلات البطالة بين المتعلمين فى المجتمع المصرى إبان ثورة الثالث والعشرين من يوليو ١٩٥٢ " .

تلك هى الكيفية التى تصاغ بها تساؤلات الدراسة أو فروضها ، لكن هناك ملاحظة منهجية على جانب كبير من الأهمية وتتمثل فى أن على الباحث أن يوضح بعد صياغة التساؤلات أو الفروض الكيفية التى يمكن من خلالها الإجابة على كل تساؤل من تساؤلات الدراسة ، أو الكيفية التى يمكن من خلالها اختيار فروض دراسته سواء كان ذلك من الناحية النظرية أو من الناحية التطبيقية .

ثالثا : المناهج المستخدمة فى الدراسة :

يعد موضوع الدراسة وأهدافها أحد الأسس التى يختار بناء عليها الباحث المنهج أو المناهج المستخدمة فى دراسته فإذا كان موضوع الدراسة على سبيل المثال جديد أى لم يسبق دراسته من قبل فإن على الباحث هنا أن يلتزم بالمنهج الاستكشافى أو الاستطلاعى .

وإذا كان موضوع الدراسة قد تحدد فى الآثار أو الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على انتشار ظاهرة الإدمان فى أى مجتمع من المجتمعات ، أو فى دراسة عن دور المرأة فى تنمية المجتمع المحلى ، أو فى دراسة ظاهرة التضخم وآثاره الاجتماعية والاقتصادية فالباحث هنا لابد أن يستخدم المنهج الوصفى وذلك لأن استخدام هذا المنهج يساعد الباحث على وصف وتحليل المتغيرات المرتبطة بالظاهرة المدروسة والأبعاد المؤثرة على تلك الظاهرة وكذلك الأبعاد التى تؤثر الظاهرة عليها .

وإذا كان موضوع الدراسة قد تحدد فى تأثير التعليم على التغير الاجتماعى فى مجتمع من المجتمعات أو تأثير بناء القوة . على الإنتاجية فى مصنع من المصانع ، أو عن تأثير البناء الطبقي على ظاهرة التفوق الدراسى فى الثانوية العامة فى المجتمع المصرى فإن الباحث فى أى من هذه الدراسات يستطيع أن يستخدم المنهج التجريبي .

وإذا كان موضوع الدراسة قد تحدد فى السلطة والطبقات الاجتماعية فى المجتمع المصرى ، أو فى الأدب والقيم الاجتماعية القروية ، فإن الباحث هنا قد يستخدم المنهج التاريخى وهناك ملحوظة منهجية أساسية فيما يتعلق بالمنهج المستخدمة فى الدراسة وتتمثل فى أن الباحث يستطيع بناءً على موضوع الدراسة وأهدافها اختيار أكثر من منهج لتحقيق أهداف الدراسة .

رابعاً : أدوات الدراسة :

تمثل أدوات الدراسة الأساليب التى يستخدمها الباحث لتحقيق أهدافها أو للإجابة عن تساؤلاتها ، أو لاختبار فروضها . وهناك مجموعة من الأدوات المستخدمة فى البحوث الاجتماعية وهى استمارة المقابلة أو البحث ، وصحيفة الاستبيان ، ودليل الملاحظة ، وتحليل المضمون

وهناك مجموعة من المعايير التى تحكم الباحث عن اختياره لأداة دون غيرها من الأدوات ، ويمكن تحديد هذه المعايير على النحو التالى :

أ - الإطار الثقافى لمجتمع البحث الذى سيطبق عليه الباحث أداة دراسته.

ب - موضوع الدراسة وأهدافها الأساسية .

ج - الأبعاد أو المتغيرات التى ستركز عليها الدراسة .

د - قدرة الباحث على الصياغة ، وامتلاكه ناصية المنهج .

هـ - طبيعة الظاهرة أو المشكلة البحثية .

و - طبيعة المنهج المستخدم .

ويجب على الباحث أن يحدد فى إطار بحثه الأداة التى سوف

يستخدمها ووحدة التحليل التى ستوجه لها هذه الأداة .

بمعنى لمن ستوجه أداة الدراسة ؟ هل ستوجه إلى رب الأسرة ؟ هل

ستوجه إلى العمال ؟ هل ستوجه إلى الفلاحين ؟ وما هى خصائص

وحدة التحليل ؟

خامسا : مجالات الدراسة :

الباحث فى تلك المرحلة عليه أن يحدد مجالات بحثه ، وتتقسم هذه

المجالات إلى ثلاثة ، يمكن عرضها على النحو التالى :

(١) المجال الجغرافى :

ويتحدد فى النطاق المكانى الذى سوف يجرى فيه الباحث دراسته ،

سواء النظرية أو التطبيقية ، وعلى الباحث أن يحدد بدقة المنطقة أو

المدينة ، أو القرية ، أو الحى ، أو مجموعة الأحياء التى سيتخذها

محورا للدراسة ، ويفضل فى ذلك أن تكون هناك خريطة جغرافية تحدد

الموقع بالتحديد . فعلى سبيل المثال : إذا كان الباحث قد اتخذ من

مصنع من المصانع مجالا جغرافيا لدراسته ، فيجب هنا تحديد موقع

هذا المصنع بالنسبة للمجتمع ككل وهكذا ، وإذا اختار الباحث إحدى

القرى فيجب أن يحدد موقع هذه القرية بالنسبة للمحافظة . وهل هي من محافظات الوجه البحرى أو من محافظات الوجه القبلى .

(٢) المجال البشرى :

وهم أفراد المجتمع (ذكور ، إناث ، أسر) الذين يقطنون النطاق المكانى أو الجغرافى ، والباحث هنا يجب أن يوضح أعداد السكان وأعداد الأسر ، وذلك وفقا لطبيعة البحث الذى سوف يقوم به الباحث بحيث يقوم بعمل مسح شامل لكل الموارد البشرية الموجودة داخل النطاق المكانى . فعلى سبيل المثال إذ كان موضوع البحث عن : الآثار الاجتماعية والاقتصادية لبطالة المتعلمين الجامعيين بمدينة القاهرة . فالباحث هنا يجب أن يعرض جداول إحصائية عند أعداد خريجي الجامعات المصرية (ذكور ، إناث) الذين لا يجدون عملا وأن يحدد الباحث تلك الأعداد فى سلسلة زمنية متوالية أو متتالية . ويفضل من الناحية المنهجية أن يحدد الباحث فى المجال البشرى كيفية اختياره لعينة بحثه ، وهل سيختارها بطريقة عشوائية ، أو بطريقة عشوائية منتظمة ، أو عشوائية مقصودة ، أو بطريقة طبقية ، أو بطريقة عرضية .

(٣) المجال الزمنى :

ويتحدد ذلك المجال منذ الموافقة على موضوع البحث حتى الانتهاء من التقرير النهائى للبحث . ويمكن للباحث أن يقسم هذا المجال إلى مجموعة من الفترات الزمنية الداخلية ، فإذا كانت الفترة الزمنية المخصصة للانتهاء من البحث سنة كاملة ، أى اثنى عشر شهرا فيمكن توزيع هذه الفترة الزمنية على النحو التالى :

فإذا افترضنا أن الموافقة على مشروع البحث كان فى الأول من يناير ٢٠١٤ ، فتحتل الفترة الأولى أربع شهور (من ١ يناير حتى الأسبوع الأخير من إبريل) وسوف يقوم فيها الباحث بجمع المادة النظرية ،

وتأصيل المفاهيم والنظريات المرتبطة بموضوع البحث ، ويطلقون على هذه الفترة بجمع التراث النظرى لموضوع البحث ، ثم تأتى الفترة الثانية ومدتها ثلاثة شهور (من الأول من مايو حتى الأسبوع الأخير من يوليو) وسوف يقوم الباحث فيها بتحديد فروض أو تساؤلات دراسته واختيار الأداة أو الوسيلة التى سوف يختبر من خلالها الفروض أو يجيب على تساؤلاتها وتحديد مجال الدراسة الجغرافى والبشرى ، وحج العينة ثم يقوم بزيارات استطلاعية لمجتمع البحث ، ثم يحاول الباحث صياغة أسئلة الأداء ، ثم يقوم بتجربتها أو بتطبيقها تطبيقاً أولياً ثم يقوم الباحث بتطبيق وسيلة دراسته تطبيقاً نهائياً .

وتحدد الفترة الثالثة (من الأول من أغسطس حتى الأسبوع الأخير من سبتمبر) ويقوم فيها الباحث إما بإرسال بيانات دراسته بعد جمعها إلى الحاسب الآلى ، وإما أن يقوم بنفسه بتفريغ وجدولة وتحليل مناقشة وتفسير بيانات دراسته .

أما الفترة الرابعة والأخيرة فتستغرق ثلاثة شهور (من الأول من أكتوبر حتى الأسبوع الأخير من شهر ديسمبر) ويقوم فيها الباحث بكتابة التقرير النهائى للبحث ، بمعنى أكثر تحديداً يقوم الباحث بإعادة صياغة فصول الدراسة النظرية التطبيقية واستخراج نتائج الدراسة ومناقشتها ووضع قائمة بالمراجع العربية والأجنبية ، ثم وضع الملاحق.

إطار مقترح لتقسيم أبواب الدراسة وفصولها :

يحاول الباحث فى هذه المرحلة ما قبل الأخيرة أن يضع تصوراتهِ فيما يتعلق بأبواب الدراسة وفصولها ، وعنوان كل باب ، وعنوان كل فصل ، ومحتويات كل فصل وبشكل عام فإن الدراسات الاجتماعية عموماً تنقسم إلى بابين ، ويحتوى كل باب على عدد من الفصول ، وهناك بعض الملاحظات التى يمكن أن تفيد الباحث فى تصوراتهِ عن ذلك

الإطار المقترح لتقسيم أبواب الدراسة وفصولها ، ويمكن عرضها على النحو التالي :

أنه قد جرت العادة أن تتضمن الدراسة بابين فقط ، تتناول فصول الباب الأول الإطار النظري للدراسة ، أو التأصيل النظري لمفاهيم ومتغيرات الدراسة وتتناول فصول الباب الثاني عرض وتحليل ومناقشة بيانات الدراسة الميدانية واستنتاجاتها واستخلاصاتها .

يجب على الباحث عن وضع تصورات عن أبواب الدراسة وفصولها أن يناسب فصول الدراسة في الباب الأول ، وفصول الدراسة في الباب الثاني ، بمعنى أنه إذا احتوى الباب الثاني أربعة فصول أيضا ، كذلك يجب على الباحث أن يعطى أرقاما مسلسلة ، فإذا كان الباب الأول يحتوى على أربعة فصول ثم يبدأ الباحث في ترتيب فصول الباب الثاني بحيث يكون الفصل الخامس هو أول فصل في الباب الثاني ، ثم الفصل السادس وهكذا

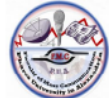
ومعنى ذلك أن تترابط فصول البابين الأول والثاني وأن لا يبدأ الباحث الباب الثاني بترتيب للفصول من جديد ، بل لابد من أن تأخذ الفصول أرقاما متتابعة ومتصلة منذ الفصل الأول حتى الفصل الثامن .

ويمكننا عرض إطار مقترح لفصول الدراسة ، فيما يتعلق بموضوع " دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي يناير ويونيو " ، كنموذج لإعداد إطار بحثي .



Pharos University
Alexandria
Faculty of Mass Communication

جامعة فاروس
بالإسكندرية
كلية الإعلام



المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة فاروس
بالإسكندرية

"مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة"

في الفترة من ١ - ٣ نوفمبر ٢٠١٤ م

دور وسائل الإعلام الجديدة فى تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصرى بعد ثورتى ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣ م

إعداد

دكتور محمد عبد البديع السيد
قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة بنها

مقدمة

قامت وسائل الإعلام الجديدة بدور ملموس فى حشد وتوجيه المتظاهرين، لكن هذا الدور لم يكن رئيسياً فى تسيير الأحداث فى مصر، استمرت المظاهرات بشكل كبير بعد قطع خدمات الانترنت لذلك، فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل اساس عن طريق هذه الوسائل الاعلامية ولكن هذا الإعلام استطاع أن ينقل صوت الشارع العربى الى أنحاء العالم، من خلال أفلام اليوتيوب والتويتر التى لعبت دوراً كبيراً فى حشد الاهتمام الدولى لقضايا الاستبداد فى بعض دول العالم العربى (٢). كما استطاعت وسائل الإعلام الجديدة إسقاط الحواجز بين الشعوب واستعادت البشرية اتصالها المألوف ببعضها وانهارت حواجز الاقتباس والاقتداء والانتقاء والانبهار وانطلقت ثورة المعلومات تؤثر فى من يرغب ومن هو مستعد دون معوقات أو تعقيدات ليصبح هناك حوارات وتفاعلات لا تنتهى ولتصبح الثقافة الإنسانية بوتقة تصهر كافة الثقافات فى تفاعل حضارى مستمر (٣).

كما أتاحت وسائل الإعلام الجديدة الحرية فى الكتابة والتعبير وفتحت للفرد أبواباً جديدة وغير معهودة يعبر من خلالها عن أفكاره وآرائه دون قيود أو ضوابط أو روادع تراعى فيها خصوصيات الأفراد و الجماعات، وغدا المتلقى أمام ثورة هائلة فى النشر الإلكتروني وبحر من الآراء التى تتلاطم على مستوى العالم دون تنظيم أو تقنين لهذه الآراء (٤). وشهدت المجتمعات العربية تغيرات هامة خلال فترة زمنية قصيرة على المستويات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية كافة مما كان له الكثير من الآثار على البنين المجتمعى والبناء القيمى، والتحولت الثقافة فى الحياة وفى أشكال السلوك (٥).

وانطلاقاً مما سبق فإن هذه الدراسة تسعى للتعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة فى تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصرى بعد ثورتى ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣ م.

أولاً : الإطار النظرى للدراسة :

يتناول الإطار النظرى للدراسة ثلاثة محاور هي :
المحور الأول : الإعلام الجديد والتغيير السياسى :

لوسائل الإعلام الجديدة دور مهم في إبراز الوجه الحقيقي لثورات الربيع العربي من تسهيل لعمليات التجمع والتوحد في الكلمة والغاية وزيادة رصيد الإصرار والعزم، هذه الصورة الواضحة لثورة الشباب التي حاولت بعض الفضائيات والصحف المغرضة تشويه سمعتها كاتهامها بالعمالة للخارج والتخريب والتحريض، لكن الانتشار السريع للمعلومة صوتاً وصورة من موقع الحدث من خلال وسائل الإعلام الجديد مثل الفيس بوك وتويتر واليوتيوب والمدونات دحض كل الادعاءات الواهية التي روج لها الإعلام الرسمي، وبين مكن الخل وكشف عن التناقضات التي تعترى الإعلام التقليدي وانقسامه بين مؤيد ومعارض حسب توجه القناة والقائمين عليها. ولذلك شهدت الساحة السياسية العربية تغييراً وتحولاً لم يسبق لهما مثيل بفعل انتشار تكنولوجيات الاتصال وقد برز ذلك بوضوح في الثورات العربية بداية عام ٢٠١١ حيث إن انغلاق البيئة العربية اعلامياً وسياسياً وعدم فتحها المجال للأفراد للمشاركة الأمر الذي جعلهم يقبلون علي وسائل الاعلام الجديدة كوسائل بديلة للوسائل الاعلامية التقليدية من أجل التعبير بحرية عن أوضاعهم ونقل آرائهم داخلياً وخارجياً حول مختلف القضايا السياسية والثقافية إذ إن احتكار الحكومات لوسائل الاعلام في البلدان العربية خلق نوعاً من الكبت والقهر النفسي لدي المواطن العربي الذي لم يجد وسائل للتنفيس والتعبير والترويح إلا في وسائل الاعلام الجديدة التي تبدو المنقذ له من هذه الحالة لنقل الحقيقة والواقع الذي يعيشه كما برزت مجموعات عديدة من المدونين قامت بالكشف عن المسكوت عنه في الوطن العربي (٨) .

كما قامت مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلامية جديدة بدور مؤثر في حشد الجماهير وتبادل المعلومات عن الانتهاكات الخاصة بحقوق الإنسان وسرعة نشرها في وسائل الإعلام والتنسيق لإقامة الاعتصامات والتظاهرات خلال ثورتي الشعبين المصري والتونسي ضد نظامي حسني مبارك وزين العابدين بن علي (٩) .

كما تستخدم المواقع الاجتماعية من قبل التجمعات السياسية والتنظيمات كوسيلة للتحفيز السياسي وخلق الانصار والمؤيدين والتفوق على المنافسين او المناقشة وطرح الافكار وترجع أهمية الإنترنت والشبكات الاجتماعية في عملية التحول الديمقراطي لتزايد القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها وتوسع نطاق النفاذ للشبكة لتشمل قطاعات وفئات اجتماعية عريضة، وتخفيف مستوى الرقابة السياسية علي محتوى المواقع الالكترونية وارتفاع مستوى المشاركة الالكترونية (١٠) .

وأثبتت معظم الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال السياسي أن لوسائل الإعلام قوة مستقلة في المجتمع وأنها تلعب أدواراً سياسية من خلال ما تقدمه من مواد اتصالية كما أنها تلعب دوراً في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة في كافة مسالك الحياة وتقوم بتزويد أبناء الشعب بالخبرات السياسية المعاصرة وتلعب دوراً في تشكيل الرأي العام وخلق

التماسك بين أفراد الشعب في المواقف السياسية وعند الحاجة إلى اتخاذ أفعال سياسية مصيرية (١٢) .

المحور الثاني : يتناول فيه الباحث نظريتي المجال العام وثرء وسائل الإعلام حيث تعتمد الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على هاتين النظريتين، وذلك علي النحو التالي :

١ - - نظرية المجال العام (١٤) :

تقوم وسائل الإعلام - كمجالات عامة - بدور مزدوج، فهي تقوم بإتاحة الفرصة للأفراد للتعبير عن الرأي والحوار، لكنها أيضاً تنقل رأي السلطة وتوجهاتها للمواطنين ، وتعد هذه الوسائل مشاركاً فعالاً في العملية السياسية من خلال دورها في الانتشار ، وأصبحت مهمة للحياة السياسية والسياسيين. وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة.

والمجال العام يُمكن رؤيته كمجال حياتنا الاجتماعية، والذي من خلاله يُمكن تحقيق مهارات الحوار والتفاوض والمشاركة الديمقراطية وهو ما أشير إليه بالتأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد.

٢ - نظرية ثراء وسائل الإعلام : تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير

الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدًى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة (١٦) .

وتقوم النظرية علي فرضين أساسيين هما (١٧) :

الفرض الأول : تمتلك الوسائل التكنولوجية قدراً كبيراً من المعلومات،

وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني : هناك عدة معايير لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى

إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: استخدام اللغة والوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة.

وتستفيد الدراسة الحالية من نظريتي المجال العام وثرء وسائل الاعلام فهم الدور الذي تلعبه تقنيات الاتصال الحديثة في المشاركة الديمقراطية

وتأثيرها السياسي ومعرفة كيفية مساهمتها في تغيير بعض القيم السياسية بين الأفراد وفهم المزايا النسبية لوسائل الإعلام الجديدة .

المحور الثالث : يرصد فيه الباحث وسائل الإعلام الجديدة من حيث نشأتها وتطورها وأنواعها وخصائصها وسماتها والمداخل المختلفة لمفهومها وتعريفها وسلبياتها وإيجابياتها وذلك علي النحو التالي :

١ - نشأة وسائل الإعلام الجديدة وتطورها :

ظهرت وسائل الإعلام الجديدة في أواخر القرن العشرين كمصطلح واسع النطاق ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، وتغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام (١٩).

وفي عام ٢٠٠٥ بلغ مفهوم الإعلام الجديد شكله المتكامل ليشمل الأخبار والإشاعات والتجارب الشخصية والخبرات والحلول في مختلف مجالات الحياة، وضمن وسائل متعددة كالتدوين، والتدوين المصغر، والمرئيات الرقمية، والمنتديات، ومصادر المعلومات المفتوحة، ومواقع الأسئلة العامة، والشبكات الاجتماعية، وحتى مواقع الترسبيات Wiki. فالفرد لم يعد متلقيا عاديا بل له الحق في التعليق والتقييم والنقد، ولا مجرد كاتب أو صاحب فكرة بل شخص مؤثر برأيه في المجتمع ووحدة إنتاج في ذاته (٢١) .

٢ - مفهوم الإعلام الجديد :

لا يوجد تعريف علمي محدد حتى وقتنا هذا، يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة، بل توجد له عدة مرادفات ؛ منها: الإعلام البديل - الإعلام الاجتماعي - صحافة المواطن - مواقع التواصل الاجتماعي (٢٢) .

وقد حدث تداخل بين هذه المفاهيم ، ومن الممكن إن يحل المفهوم الأول محل الثاني والثاني محل الأول، وهكذا ، ومفهوم " الإعلام الجديد " مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته وقد عكس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية .

وضعت **كلية شريديان التكنولوجية Sheridan** تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه : " كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهناك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول الى خدماته ، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت ، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض ، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته.(٢٣) .

* ويطلق على الإعلام الجديد صفة إعلام المعلومات للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من

تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها، ويطلق عليه إعلام لطبيعته المتشبكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع الوصلات التشعبية أو وصلات قاطرة لما ينشر أو يبيت داخلها، كما يطلق على بعض Links الإنترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات لحالة الاندماج التي تحدث تطبيقات هذا الإعلام المستحدث، الذي يجمع في داخله بين النص والصورة والفيديو (٢٦) .

٣ - أنواع الإعلام الجديد : يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى عدة أنواع كما يلي :

- أ- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline.
- ب- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها.
- ج- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة .
- د- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب .
- ٤ - خصائص الإعلام الجديد وسماته :

- أ - التفاعلية وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي وتتيح فرصة التعليق والنقد.
- ب - تحوّل المتلقّي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.
- ج - إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
- د - التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام القديم.
- هـ - سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم .

٥ - سلبيات الإعلام الجديد وإيجابياته :

سلبيات الإعلام الجديد : يمكن رصد هذه السلبيات علي النحو التالي : عدم الثقة بالإخبار والمواد المنشورة نتيجة لعدم تمحيصها ومراجعتها ، وسهولة انتحال أي شخصية من الشخصيات ، ودم الآخرين وتحقيرهم وإهانتهم عبر شبكة الإنترنت ، وتمكن من النصب والاحتيال في مجال المعلومات ، وانتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية للآخرين .

أما إيجابيات الإعلام الجديد فتتمثل فيما يلي : لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة ، ويعطى الأفراد فرصة للتعبير عن أنفسهم ، وأدى الي تعدد وجهات النظر المختلفة حول قضية واحدة وكشف عن حقائق منعت من قبل ، وأعطى الأفراد ثقة كبيرة عند استخدامهم التكنولوجيا ، وساهم في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة بين الأفراد ومكنهم من الاتصالات عن بعد ، وعزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة ، وساعد على تقريب المسافات بين المغتربين وأهلهم ، ومكن الصحفيين من التعرف علي اتجاهات الرأي العام في مختلف القضايا ، ساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدامه كمنصة إخبارية في البلدان السلطوية (٣٣) .

الدراسات السابقة :

استعان الباحث ببعض الدراسات السابقة المتاحة علي الإنترنت مصرية وعربية ، وبعضها الآخر منشور في مجلات علمية أكاديمية والتي لها علاقات مباشرة أو غير مباشرة بمجال البحث، ويمكن عرضها في محورين أساسيين هما :

المحور الأول : دراسات تتناول الإعلام الجديد وعلاقته بالتغيرات السياسية في المنطقة العربية.

المحور الثاني : دراسات تتناول علاقة الشباب بالإعلام الجديد .

المحور الأول : دراسات تتناول الإعلام الجديد وعلاقته بالتغيرات السياسية في المنطقة العربية.

ويستعرض الباحث دراسات هذا المحور علي النحو التالي :

١ - هدفت دراسة مهدي القصاص (٢٠١٤) (٣٤) : الي الكشف عن أثر الإعلام الالكتروني علي منظومة القيم في القرية المصرية في محاولة لرصد أهم التغيرات إيجابية كانت أم سلبية لقيم الشباب ، وتم تطبيق الدراسة علي عدد (٢٠ عشرون) حالة تتراوح أعمارهم ما بين ١٨ : ٣٠ عاما من الجنسين (مجموعة تجريبية وأخري ضابطة) مثلت بعشر حالات لكل منهما ، وتم اختيار قرية " ميت بدر خميس " التابعة لمركز ومدينة المنصورة لتكون بمثابة المجال المكاني للدراسة ، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج أهمها : إن استخدام الشباب لوسائل الإعلام الالكتروني (النت - الموبايل - الفضائيات) منحهم مزيداً من حرية التعبير عن آرائهم وما يشعرون به تجاه الأحداث التي يمر بها المجتمع المصري ،وأثرت وسائل الإعلام الالكتروني سلباً علي قيم الشباب وبخاصة قيم الأسرة والأمانة ، وأكدت الدراسة ضعف قيم الانتماء والولاء للوطن نظراً للاطلاع علي قيم الغرب المتقدم مادياً فأصبحت الرغبة في السفر الي الخارج في أولي اهتمامات الشباب وقناعته بان أي مجتمع آخر أفضل من المجتمع المصري .

٢ - أجرت رباب الجمال دراستين (٣٥) : سعت الدراسة الأولى (٢٠١٣) للتعرف علي تأثير وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت) علي النسق القيمي والأخلاقي لدي الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية . يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب السعودي وذلك في المرحلة العمرية من (١٨ - ٣٥) سنة ، وتتمثل عينة البحث في عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من الشباب السعودي ، قوامها ٦٠٠ مفردة من مدينة جدة ، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج أهمها : ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة ١٠٠% أنهم يستخدمون الانترنت ، وأكدت نسبة ٨٦.٣٣% من العينة أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت

بانتظام ، ولا شك انها بذلك استطاعت ان تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا علي النسق القيمي الأخلاقي ، كما تبين ان معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية ، وانتهت الدراسة إلي أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات الي حد ما .

كما سعت الدراسة الثانية (٢٠١٢) (٣٦) الي التعرف علي حدود وطبيعة تأثير وسائل الإعلام الجديد (المواقع الإخبارية) علي تشكيل معارف المغتربين واتجاهاتهم نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير ، وتمثل مجتمع الدراسة في فئة المصريين المقيمين في المملكة العربية السعودية- كنموذج للمغتربين المصريين بالخارج - من خلال اختيار عينة عشوائية متعددة المراحل، قوامها ٩٠٠ مفردة من ٦ مدن سعودية ممثلة للمملكة (جده - الرياض - المدينة المنورة - مكة المكرمة - الطائف - أبها)، وبواقع ١٥٠ مفردة من كل مدينة ، وأظهرت نتائج **الدراسة ما يلي** : أنه كلما زاد استخدام المغتربين للمواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول الأحداث السياسية في مصر بعد الثورة ، زاد مستوى المعرفة بالأحداث السياسية ، وتعددت المصادر الإعلامية التي تمثل مصدرا لمتابعة الأحداث السياسية في مصر عقب الثورة .

٣ - **ممدوح عبد الواحد (٢٠١٢) (٣٧) : تناول في** دراسته التي طبقتها على عينة قوامها (٣٠٠) مبحوث من الطلاب بجامعة كفر الشيخ دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري في السنوات الأخيرة ، **وخلصت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها** : إسهام شبكات التواصل الاجتماعي بدور رئيسي في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصري ، ولشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال ومهم في التحولات السياسية بمساهمتها في قيام ونجاح ثورة ٢٥ يناير ، والتأثير الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي في الثورات العربية وخاصة الثورة المصرية حيث تمثل دورها بصورة رئيسية في التعبئة الأيديولوجية للثورة وتنظيم وقائعها وأحداثها ، وأتاحت فضاء للتعبير عن الحركات الاجتماعية الجديدة مثل حركة شباب ٦ ابريل، وحركة كفاية.

٤ - **دراسة سحر خميس وجولد وكاترن فون (٢٠١٢) (٣٨) : هدفت** إلى وصف كيفية استخدام النشطاء السياسيين لأشكال الاتصال الجديدة ، خاصة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيس بوك ومواقع تبادل الفيديو، كأدوات لتسليط الضوء على انتهاكات النظم السياسية ضد مواطنيها، وتشجيع صحافة المواطن وتشكيل الرأي العام وتنظيم وتعبئة المواطنين . كما حاولت الدراسة التعرف على الكيفية التي تم بها التكامل بين النشطاء الالكترونيين والنشطاء على أرض الواقع .

وكشفت الدراسة عن وجود اتجاهين لتأثير وسائل الاعلام الجديد ، يعبران عن علاقة التأثير بين السياسية والصحافة في سياق استمرار الثورات العربية :

* **الاتجاه الأول** :يعبر عن تأثير وسائل الاعلام الجديد على المشهد السياسي في العالم العربي من خلال التحضير والإعداد والتعبئة والحشد والدعم والتضامن من أجل التغيير .

* **الاتجاه الثاني** : فيعبر عن ما أفضى إليه المشهد السياسي من تغييرات مؤثرة على وسائل الاعلام العربية، كما يختلف تأثير الاعلام الجديد على الدول العربية من حيث المدى والشكل والسرعة من دولة لأخرى ويعتمد ذلك على عوامل كثيرة.

* **أشارت النتائج** إلى أن التكنولوجيا لا تسبب التغيير السياسي ولكن إرادة الشعوب العربية وتصميمها على تحقيق التغيير في بلادها الدافع القوي والرئيس وراء الثورات العربية، وتعززت هذه الإرادة بواسطة انتشار وسائل الاعلام الجديد، والتي كانت بمثابة الحافز لعملية التعبئة والحشد للعمل السياسي على أرض الواقع.

٥ - دراسة جيدوري (٢٠١٢) (٣٩) : رصدت تأثير الثورة السورية في توجهات الشباب الجامعي نحو القيم السياسية ، وذلك من خلال آراء عينة من طلبة الكليات المحدثه في محافظة درعا، وقد تكونت عينة الدراسة من (٣٤٦) طالباً وطالبة سُحبت بطريقة طبقية عمدية بحيث روعي فيها أن تشمل نسباً متكافئة من الذكور والإناث من طلاب الكليات المحدثه في محافظة درعا على حدّ سواء ، وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أهمها :

* **الثورة السورية** أثرت في توجهات الذكور والإناث نحو القيم السياسية موضوع الدراسة على حد سواء، وهذه نتيجة منطقية إذا ما عرفنا إن مشاركة الإناث في أنشطة الثورة كانت كأنشطة الذكور فيها، فضلاً عن أن القيم السياسية التي خرج الذكور من أجل تجسيدها تجسيدا حقيقيا على أرض الواقع، هي نفسها التي من أجلها خرجت الإناث، وبالتالي هي قيم تهم المجتمع بغض النظر عن جنس من خرج يتظاهر من أجلها ، والثورة السورية تأثيرها في توجهات الشباب الجامعي نحو القيم السياسية كان متساويا لدى أبناء الريف وأبناء المدينة على حد سواء .

المحور الثاني : دراسات تناولت علاقة الشباب بالإعلام الجديد، ورصدها الباحث علي النحو التالي :

١ - دراسة حافظ (٢٠١١) (٥٢) سعت إلي : التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية ، وأكدت نتائج الدراسة أن تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية يعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة ، وأظهرت أن إدمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للشبكات

الاجتماعية، أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات إجتماعية في البيئة المجتمعية الواقعية، وتراجع الاتصال الشخصي المواجهي في مقابل التواصل عبر الشبكات الإجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحو الإغتراب الإجتماعي.

٢ - هدفت دراسة عبد القوي (٢٠٠٩) (٥٣) : إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، على عينة من الشباب قوامها (٣٨٠) مفردة، وعلى موقع الـ Face book ، **أوضحت نتائج الدراسة** : أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيسبوك لأغراض سياسية بلغت (٥٠.٧%)، ولم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث ، وتعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الـ Facebook، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب، نحو المضامين السياسية المثارة على (الفيس بوك) دون تمييز بين الذكور والإناث.

٣ - وهدفت دراسة أمين (٢٠٠٩) (٥٤) : بعنوان "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت". إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع يوتيوب على الإنترنت من الشباب الجامعي ومعرفة أنماط الاستخدام وأسس ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (١٢٢) مفردة من الطلبة الدارسين في جامعات مملكة البحرين العامة والخاصة ، موزعة على جامعات (البحرين ، المملكة ، الأهلية ، دلمون) ، وتوصلت الدراسة إلى أن : الإعلام الجديد حول المستخدمين إلى منتجي رسائل إعلامية ، وحقق لهم مفهوم الجمهور النشط بكافة أبعاده ، وتخطى بهم من مرحلة الجمهور النشط إلى المرسل النشط للمضامين الإعلامية في مواقع تبادل ملفات الفيديو ، (يوتيوب) ، حيث أشارت الدراسة إلى أن ٢١% تقريبا من يستخدمون يوتيوب من الشباب الجامعي لديهم (بروفایل) على الموقع ، ويقومون بإرقاق المواد الفيلمية ، وإن اختلفت درجة انتظامهم في ذلك ، وأن ٣٣% منهم يقومون بالتعليق على المواد الفيلمية على الموقع ، موقع يوتيوب يقدم نمطا جديدا من إعلام النحن أو الإعلام الشعبي الذي يقوم المستخدمون بإنتاجه وتحريره ، حيث يقوم الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات فيديو على الموقع ليشاهده ملايين المستخدمين حول العالم وبدون أي تكلفة مالية .

٤ - سعت ورقة محمد القضاة (٢٠٠٩) (٥٥) : البحثية بعنوان " الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد " الي التعرف علي دور الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد؛ الإنترنت، والمواقع الإلكترونية والاتصال عبر وسائل النقل الحي

التلفازي، والهواتف النقالة، وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة، وطالبت نتائج الورقة بأن تكون مساحة الثقافة في الصحافة ووسائل الاعلام الجديد أكبر، وعليها أن تستفز القارئ، والأخبار لوحدها لا تكفي، ولا تعطي رأياً، ولا تثير أسئلة، الصحافة الثقافية هي المطلوبة، هي تلك التي تحمل مواد متنوعة، كما طالبت النتائج وسائل الاعلام الجديد بأن تعطي جرعات ثقافية أوسع في صفحاتها، لأن صراعنا اليوم هو صراع ثقافي، وليس صراعاً سياسياً؛ لأن الثقافة تغيير في الأساس والأساس هو المهم، في حين السياسة متقلبة وهي فن المناورة، والسياسة لا تصنع حضارة في حين تقوم الثقافة بهذا الدور والتغيير، تغيير في نمط التفكير، والثقافة وعي شامل، وهذا الوعي يحتاج من الصحافة ووسائل الاعلام كلها أن تلتفت إليه ونحن في الألفية الثالثة، خاصة أن المتغيرات العالمية تركز على الثقافة بعد انهيار الكتاب وانحسار دوره.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- ١ - أشارت معظم الدراسات السابقة إلى كثرة استخدام وسائل الإعلام الجديدة مما يزيد من أهمية هذه الدراسة في التعرف علي الآثار الناتجة عن هذا الاستخدام سواء بالإيجاب أو بالسلب.
- ٢ - قلة الدراسات التي تتناول الإعلام الجديد ودوره في تغيير القيم السياسية لدي الشباب، ولذا اهتم الباحث بدراسة هذا الجانب.
- ٣ - أوضحت الدراسات السابقة ان استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة منحتم مزيداً من حرية التعبير عن آرائهم وما يشعرون به تجاه الأحداث التي يمر بها المجتمع المصري ولهذا تهتم الدراسة بالبحث المتعمق في بعض القيم السياسية التي تأثرت بثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو لدي الشباب المصري.
- ٤ - أظهرت الدراسات السابقة التأثير الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي في الثورات العربية وخاصة الثورة المصرية وبالتالي تحاول الدراسة التعرف علي هذا التأثير وابعاده وعلاقته بالقيم السياسية لدي الشباب.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ١ - التعرف على أهم نتائج الدراسات العربية وخاصة فيما يتعلق بالإعلام الجديد ودوره في الثورات العربية مما ساعد الباحث في تحديد مشكلة بحثه، وتحديد تساؤلاته.
- ٢ - الاطلاع على بعض المقاييس الخاصة بالقيم في الدراسات المختلفة، ومحاولة اختيار بعضها بما يتلاءم مع موضوع الدراسة مثل مقاييس الديمقراطية - الحرية - الوعي السياسي - المساواة والعدل.

مشكلة البحث :

لشبكات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة، فقد أصبحت شهرتها واسعة، وكثر التعامل معها بين الشباب؛ حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم ومعرفة أخبار بعضهم البعض، وإرسال رسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة، ولا توجد لها ضوابط تضبط

الأمر، ولا توجد وسائل أو طرق محددة يتقي منها المستخدم الشرور التي قد تصل إليه عنوة، أو حتى لا يوجد منهج محدد لإفادة الغير في الالتقاء من هذه الشرور، وتكمن مشكلة الدراسة في التعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة خاصة (الفيس بوك - المدونات - اليوتيوب - الواتس أب - تويتر) في تغيير بعض القيم السياسية (الحرية - الديمقراطية - الرموز الوطنية - العدل والمساواة) لدى الشباب في مدينة بنها قليوبية وقرية سواده شرقية بعد ثورتي يناير ٢٠١١ ويونيو ٢٠١٣ م ، بالإضافة إلي الوقوف على أهمية الإعلام الجديد في رفع درجة الوعي السياسي لدى الشباب ورفع فرصهم للتعبير عن آرائهم من خلال فضاءات مفتوحة لحرية الرأي والتعبير .

أهمية البحث : توجد عدة مبررات علمية تبرز أهمية هذه الدراسة وذلك علي النحو التالي :

- ١ - تحليل ظاهرة وسائل الإعلام الجديدة وإبراز دورها في إحداث التغيير السياسي.
- ٢ - يستمد هذا البحث أهميته من أهمية الشباب باعتبارهم نواة المجتمع وأن مرحلة الشباب تعد من أخطر المراحل العمرية وأهمها (٥٨) .
- ٣ - تكمن أهمية هذا البحث في أنه من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر وتنامي دور الشباب في رسم خريطة التغيير السياسي في الوطن العربي (٥٩) .
- ٤ - تعدّ وسائل الإعلام الجديدة وسيلة مهمة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور، اذ يؤدي غياب الحوار إلى اختلال العلاقة بينهما.
- ٥- إثراء المكتبة العربية بما يمكن أن يضيفه هذا البحث إلى الدراسات والأدبيات العلمية السابقة بسبب ندرة الدراسات العربية التي تتناول قضايا تأثير وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم ، والتعرف علي المخاطر الأمنية والمعلوماتية والاجتماعية المتعددة الناتجة عن إساءة استخدام هذه الوسائل.

أهداف البحث: يسعى البحث الي تحقيق الأهداف التالية :

- ١ - التعرف على وسائل الإعلام الجديدة وآفاقها الواسعة وأشكالها المتنوعة وإيجابياتها وسلبياتها.
- ٢ - معرفة تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم السياسية لدى الشباب في عصر العولمة.
- ٣ - التعرف على مدى انتشار وسائل الإعلام الجديدة في أوساط الشباب المصري.

٤ - الخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات من أجل استخدام وسائل الإعلام الجديدة الاستخدام الأمثل، وبما يتناسب مع قيمنا العربية وعاداتنا ومبادئنا الدينية الثابتة.

٥ - إمكانية اقتراح بعض الحلول المناسبة للتصدي لسلبات وسائل الإعلام الجديدة ، والخروج بتوصيات تساهم في الاستخدام بشكل إيجابي لهذه الوسائل بما يخدم المجتمع والدين والقيم.

تساؤلات الدراسة :

تسعى الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيسي فحواه : ما دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب في المدن والقرى المصرية بعد ثورتي ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣ م ؟

وينبثق عن هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية هي :

- ١ - ما مدى انتشار وسائل الإعلام الجديدة بين الشباب في قرية سواده بالشرقية ومدينة بنها بالقليوبية عينة الدراسة ؟
- ٢ - ما وسائل الإعلام الجديدة التي تفضلها عينة الدراسة ؟ وما أسباب تفضيلها لهذه الوسائل ؟
- ٣ - ما القيم التي تهتم بها وسائل الإعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو ؟
- ٤ - هل غيرت وسائل الإعلام الجديدة بعض القيم السياسية لدى الشباب في قرية سواده بالشرقية ومدينة بنها بالقليوبية بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو ؟
- ٥ - ما سلبات وسائل الإعلام الجديدة ؟
- ٦ - ما التوصيات التي تسهم في زيادة فاعلية استخدام وسائل الإعلام الجديدة الاستخدام الأمثل وبشكل إيجابي في العملية السياسية لدى الشباب المصري ؟

فروض الدراسة :

من خلال الاطلاع على الأدبيات المتوفرة عربياً وأجنبياً ، والمرتبطة بمجال البحث، وكذلك المفاهيم الأساسية للمداخل النظرية التي اعتمد عليها البحث، وفي ضوء ارتباطها بدراسة وسائل الإعلام الجديدة ، تم تحديد فروض الدراسة علي النحو التالي :

الفرض الأول : توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة وتغيير بعض القيم السياسية (الحرية – المساواة والعدالة – الديمقراطية – الرموز الوطنية) لدى شباب المدينة وشباب القرية عينة الدراسة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو .

الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكر – أنثى) وكثافة استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لوسائل الاعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو .

الفرض الثالث : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية وكثافة استخدام الشباب عينة الدراسة لوسائل الاعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو .

الفرض الرابع : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة التعليمية وكثافة استخدام الشباب عينة الدراسة لوسائل الاعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو .

الفرض الخامس : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمل وكثافة استخدام الشباب عينة الدراسة لوسائل الاعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو .

الفرض السادس : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدخل الشهري وكثافة استخدام الشباب عينة الدراسة لوسائل الاعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو .

مفاهيم البحث :

شملت الدراسة بعض المفاهيم التي استهدف الباحث دراستها، وقياسها، ويورد تعريفاتها الإجرائية علي النحو التالي :

وسائل الاعلام الجديدة : يقصد بها في هذا البحث شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر واليوتيوب والمدونات والمنديات الشباب المصري : يقصد به في هذا البحث الشباب الحاصلون علي الشهادات المتوسطة وفوق المتوسطة وخريجوا الجامعات المصرية ولديهم مهارات التعامل مع شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعية .

التغيير : يعرف الباحث التغيير إجرائياً : بأنه انتقال المجتمع قسرياً أو أراذياً من وضع الاستبداد والديكتاتورية الي وضع الحرية والديموقراطية لكي يكون المجتمع أكثر تطوراً ونمواً واستقراراً وتقدماً .

القيم : تتعدد المفاهيم والمداخل والرؤي والاتجاهات نحو القيم ولا يستطيع الباحث رصد ذلك وسيورد بعض التعريفات ذات العلاقة المباشرة أو الغير مباشرة بموضوع الدراسة كي يضع تعريفاً إجرائياً مبنياً علي أسس علمية وفكرية ومنهجية وذلك علي النحو التالي :

القيم هي كل الأحكام والعادات المكتسبة من خلال التنشئة الاجتماعية، التي تتم داخل مؤسسات المجتمع، من الأسرة والمدرسة وغيرها. كما أنها؛ هي التي تحدد وتوجه سلوك الفرد وتفكيره وبناء توجهاته السياسية والفكرية (٦٤) ، وهي لفظ يطلق علي كل ما هو جدير باهتمام المرء وعنايته لاعتبارات سيكولوجية واقتصادية وأخلاقية وجمالية (٦٥) ، ويعرف الباحث القيم في هذه الدراسة إجرائياً بأنها " : مجموعة المعتقدات وأشكال السلوك والقواعد والمعايير الاجتماعية المرغوبة التي يكتسبها الفرد، فتعمل على توجه مشاعرهم وتفكيرهم ومواقفهم وتصرفاتهم واختياراتهم وتنمي شخصياتهم، وتوجه سلوكياتهم، وتنظم حياتهم وتضمن تفاعلهم الإيجابي مع الآخرين، بحيث تشكل هذه المعايير إطاراً مرجعياً تحكم وتحدد تصرفاتهم

وميولهم ورغباتهم واهتماماتهم وتقودهم لأداء دورهم بطريقة فعالة وحيوية في المجتمع."

القيم السياسية : يقصد بها اهتمام الفرد بالنشاط السياسي والعمل السياسي وحل مشكلات الجماهير، ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بالقيادة في نواحي الحياة المختلفة ويتصفون بقدرتهم على توجيه غيرهم، ويسعون إلى السيطرة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص (٦٩) .

الديموقراطية : الديمقراطية أنها " حكم الشعب"، أو حكم الشعب نفسه بنفسه، فالسلطة التنفيذية والتشريعية والقضائية منبثقة من الشعب وتحكم أيضا باسم الشعب، والشعب باختياره يقوم بتنصيب حكامه (٧٤) ، ويعرفها البعض أنها حكم الشعب بواسطة الشعب، وهو نفس المعنى الذي قدمه أحد رؤساء الولايات المتحدة الأمريكية في نهاية القرن الـ ١٨ وهو الرئيس إبراهيم لنكولن بقوله:"الديمقراطية هي حكم الشعب بواسطة الشعب ولأجل الشعب" (٧٥) .

ويعرف الباحث الديمقراطية في هذه الدراسة إجرائيا بأنها : " قدرة الفرد علي المشاركة بحرية في تكوين حزب سياسي أو الانضمام له والإدلاء بصوته في أية انتخابات والاحتجاج علي أية قرارات حكومية التي لا تراعي المصلحة العامة لغالبية الشعب " .

الحرية : ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالديمقراطية وهي أهم القيم السياسية التي قامت ونهضت عليها الحضارة الغربية، فهناك العديد من المصطلحات والمفاهيم للحرية حيث تختلف تبعاً للأنظمة والفترات المختلفة (٧٩) وذلك علي النحو التالي :

* حرية الإنسان سمة من سمات المجتمع الديمقراطي الذي يعبر عن استقلاليته وتقدمه، وركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية والحكم الديمقراطي السليم وهي قوة تحرك الإنسان للقيام بحقوقه وأداء واجباته وبذلك تتيح الحرية فرصة أمام الأفراد للمشاركة في إدارة الشؤون العامة لبلدانهم.

العدالة : قيمة أساسية تحتل موقع القيادة في النظام القيمي للفرد والمجتمع الذي يتطلع للعيش بكرامة، هذه القيمة تكمن في نشر الخير والسعادة للفرد والمجتمع على السواء، وقيمة العدالة تتوفر في نظام قيمي يشمل التعاون، والتسامح، والمشاركة ، بالإضافة إلى الحوار القائم على الاحترام المتبادل أثناء حل النزاعات أو الخلافات، وفي مناقشة القضايا الجدلية، وهي سبب ونتيجة في تشكيل ثقافة قادرة على إسعاد الفرد ومساعدته في مواجهة الاختلافات مع الآخرين (٨٢) ، والعدالة يقصد بها في هذه الدراسة قدرة القوانين التي تضعها الدولة في تحقيق المساواة بين المواطنين وعدم تعرضهم لأي ظلم سياسي أو اجتماعي أو اقتصادي بما يحفظ كرامتهم الإنسانية .

المساواة : من المبادئ التي نادى الإنسان بها منذ القدم، ودعت إليها جميع الشرائع السماوية والفلسفات، واستخدمتها الدساتير الحديثة للتعبير عن مفهوم مؤداه أن الأفراد أمام القانون سواء، دون تمييز بينهم بسبب الأصل أو الجنس أو الدين أو اللغة، أو المركز الاجتماعي في اكتساب الحقوق وممارستها، والتحمل بالالتزامات وأدائها (٨٤).

قيمة الرموز الوطنية تتمثل في : (علم الدولة الذي يُعد رمزا وطنيا- والنشيد الوطني - ورئيس الدولة) .

الإجراءات المنهجية للدراسة : نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة التي تستهدف بحث الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة ، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة دون الدخول في أسبابها كما تهتم برصد وتوصيف الظاهرة محل الدراسة (٨٧) وهي دور وسائل الاعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو وتقوم الدراسة بتحليل البيانات التي تم جمعها من المبحوثين واستخلاص النتائج منها والمقارنة بين متغيراتها وبين نتائج الدراسات الأخرى ذات العلاقة .

مناهج الدراسة :

تعتمد الدراسة علي المنهج الوصفي ومنهج المسح الاعلامي الذي يعد جهدا علميا منظما للحصول علي معلومات أو أوصاف عن الظاهرة محل الدراسة (٨٨) ، كما يعد أفضل منهج بحثي متاح للدراسات الاجتماعية للحصول علي معلومات وبيانات أصلية لوصف مجتمع الدراسة حيث وظف الباحث منهج المسح الاعلامي لدراسة دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري في مدينة بنها قليوبية وقرية سواده شرقية ، كما استعان الباحث بالمنهج المقارن ، وهو منهج نظري وصفي يقوم على الملاحظة والمقارنة والاستشهاد والاستنتاج ، ويربط بين الحقائق والنتائج ويقارن بينها للخروج باستنتاجات جديدة تصلح لتطبيقات جديدة في مجالات أخرى (٨٩) ، ولاستبيان طبيعة الفروق بين استخدامات الشباب في بنها ونظرائهم في قرية سواده لوسائل الاعلام الجديدة ، واستفاد من المنهج الاحصائي في تحليل نتائج اجابات عينة الدراسة والتعرف علي دلالاتها الاحصائية .

مجتمع الدراسة :

تم تطبيق الدراسة في مدينة بنها بمحافظة القليوبية ، وقرية سواده بمحافظة الشرقية للاعتبارات الآتية:

١ - تعد قرية سواده الشهيرة باسم أبو شلبي إحدى القرى التابعة لمركز فاقوس بمحافظة الشرقية مكان سكن الباحث وإقامته وذكرها علي مبارك في

كتابه الخطط التوفيقية باسم "السويدة"، حيث ذكر أنها قرية في مديرية الشرقية بقسم العلاقة.

٢ - يوجد في محافظة الشرقية ١٩ نادياً و ٢ بيت لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إطار الخطة القومية للدولة في التنمية البشرية وتنمية المناطق المهمشة (٩١) .

٣ - مدينة بنها بمحافظة القليوبية مكان عمل الباحث حيث هي مقر الجامعة التي تعد أحد العوامل الرئيسية في ارتفاع المستوى التعليمي بالمدينة.

٤ - ساعد محل سكن الباحث ومكان عمله علي توفير عنصر الملاحظة العلمية الدقيقة ومعايشة المبحوثين .

عينة الدراسة :

في إطار العينات غير الاحتمالية اختار الباحث عينة عمدية بما يخدم البحث وأهدافه حيث يقوم الأسلوب العمدى علي التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث ، دون الأخذ بعين الاعتبار عامل الانتظام أو الصدفة في ذلك بل فقط عامل التأكد الشخصي من فائدة الاختيار المحقق للنتائج النهائية للبحث .

ولذلك تم اختيار عينة عمدية تطوعية من الشباب المصري بمدينة بنها بمحافظة القليوبية وقرية سواده التابعة لمركز فاقوس بمحافظة الشرقية الذين يستخدمون شبكة الإنترنت بمهارة ويتعاملون بحرفية شديدة مع مواقع اليوتيوب والتويتر والفيس بوك ولهم حسابات علي هذه المواقع ، وقد بلغ حجم العينة ٢٠٠ مفردة ، وتم تقسيمها بالتساوي بين شباب القرية وشباب المدينة ، حيث تم اختيار ١٠٠ مفردة من الشباب في مدينة بنها، واختيار ١٠٠ مفردة من الشباب في قرية سواده ، والجدول رقم (١) في ملاحق الدراسة يوضح خصائص عينة الدراسة وتشير بياناته الي النتائج التالية :

١ - جاءت نسبة الذكور (٦١,٥ %) في عينة الدراسة أكبر من نسبة الإناث (٣٨,٥ %) ، وأن نسبة الذكور في قرية سواده (٧٤ %) جاءت أكبر من نسبة الذكور في مدينة بنها (٤٩ %) كما ارتفعت نسبة الإناث (٥١ %) في المدينة عن نسبة الإناث (٢٦ %) في القرية عينة الدراسة

٢ - الشباب عينة الدراسة الذين تتراوح اعمارهم بين (١٩ - ٢٣ سنة) بلغت نسبتهم ٦١ % وتمثل هذه الفئة العمرية مرحلة التعليم في الجامعة والتخرج فيها ، يليهم الشباب ذات الفئة العمرية بين (٢٤ - ٢٩ سنة) حيث بلغت نسبتهم ٢١ % وتمثل هذه الفئة مرحلة العمل أو البطالة ، ثم فئة (أقل من ١٨ عاماً) بلغت نسبتهم ١٤ % أما فئة (٣٠ عاماً فأكثر) بلغت نسبتهم ٤ % .

٣ - متغير الحالة الاجتماعية في الدراسة جاء معبراً عن مشكلتي الزواج والعنوسة في المجتمع حيث بلغت فئة أعزب نسبة (٨٨,٥ %) وهي أكبر بكثير من فئة متزوج التي بلغت (١١,٥ %) في حين اختفت فئتا أرمل ومطلق من العينة .

٤ - وصلت نسبة الشباب الحاصلين علي مؤهل جامعي في العينة الي ٨٠,٥ % تليهم نسبة الشباب الحاصلين علي مؤهل فوق المتوسط ١١,٥ % أما الحاصلين علي مؤهل متوسط فقد بلغت نسبتهم ٨ % .

أدوات جمع البيانات :

١ - الملاحظة :

اعتمد الباحث علي الملاحظة في هذه الدراسة من خلال متابعته ومعايشته لتصرفات وتفاعلات شباب القرية التي يعيش فيها مع وسائل الاعلام الجديدة حيث يتبادل شباب القرية الذين يعيشون فيها أو المهاجرين منها والمسافرين الي الدول الأوروبية خاصة المانيا وايطاليا او الدول العربية كالسعودية والكويت وليبيا والامارات يتبادلون الآراء والأحداث والتعليقات والفيديوهات علي مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك واليوتيوب .

٢ - صحيفة الاستبيان :

يعتبر الاستبيان أداة مهمة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ، ويعتبر أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير المجتمعين في مكان واحد ، ولذلك اعتمد الباحث على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة عن طريق المقابلة الشخصية مع المبحوثين ، وفقاً للأسلوب المقنن، تحتوي على عدة مقاييس لقياس متغيرات الدراسة وذلك علي النحو التالي :

مقاييس الدراسة :

١ - مقياس كثافة استخدام الإنترنت بشكل فعال.

٢ - مقياس كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة .

٢ - مقياس القيم .

٣ - مقياس القيم السياسية

اختبار الصدق والثبات:

(أ) اختبار الصدق :

تم عرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من المحكمين والخبراء في مجالات الإعلام وعلم الاجتماع، ومناهج البحث، بالبريد الالكتروني (٩٢)

وبناء على ما أبداه المحكمون من آراء تم إجراء التعديلات المطلوبة، فيما يتعلق بحذف الأسئلة ، وإضافة بعض البدائل أو دمج بعضها البعض وإضافة بعض الفقرات أو حذف بعضها أو تغيير صياغتها ، لإعداد صحيفة الاستبيان في شكلها النهائي لتكون أداة صالحة لجمع بيانات الدراسة.

(ب) اختبار الثبات :

وقد أجري الباحث اختبار قبلي للاستمارة مع بعض الشباب عينة الدراسة للتأكد من وضوح صياغة الأسئلة ووضوح فقرات المقياس وأنها تقيس فعلاً ما تسعى اليه الدراسة ، وبناء علي ذلك تم اعادة صياغة بعض فقرات

المقياس والأسئلة واختصار البعض الآخر بناءً على رؤيتهم ، كما استخدم الباحث أسلوب Test-Retest حيث أعاد تطبيق أداة البحث على نفس المبحوثين بعد فترة زمنية من إجراء التطبيق الأول، وقد أعيد الاختبار على مجموعة مكونة من ١٥ مبحوثاً بنسبة ٧.٥ % من حجم العينة الأصلية ، وقد بلغ معامل الثبات ٨٩.٨ % ، مما اعتبره الباحث مستوى مناسب من الثبات.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS وتم استخدام الاختبارات والتحليلات الإحصائية.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً : النتائج العامة للدراسة:

١ - كثافة استخدام الشباب المصري للإنترنت بشكل منتظم بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو:

لتوضيح كثافة استخدام عينة الدراسة للإنترنت تشير بيانات الجدول رقم (٢) بملحق الدراسة الي عدة نتائج أهمها :

١ - ارتفاع نسبة الذين يستخدمون الانترنت بشكل منتظم في مدينة بنها قليوبية وقرية سواده شرقية حيث ارتفعت نسبة من يستخدمونه بصفة دائمة الي ٥٦ % واحياناً ٢٢.٥ % وحسب الظروف ١٩ % أما الذين لا يستخدمون الانترنت إلا نادراً فقد بلغت نسبتهم ٢.٥ % .

٢ - لا فرق في كثافة استخدام الانترنت في القرية أو المدينة حيث تقاربت نسبة الذين يستخدمون الانترنت بصفة دائمة في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة الي ٥٧ % في بنها و ٥٥ % في سواده .

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات منها دراسة منال منصور (٢٠١١) (٩٣) ودراسة فوزية آل علي (٢٠٠٩) (٩٤) ، ودراسة عزة الكحكي (٢٠٠٩) (٩٥) ، ودراسة عبد الجواد ربيع (٢٠٠٩) (٩٦) ، ودراسة سامي طايح (٢٠٠٠) (٩٧) .

٢ - عدد ساعات استخدام الإنترنت اليومي لدي الشباب المصري عينة الدراسة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو:

تعكس بيانات الجدول رقم (٣) عدد ساعات استخدام الشباب المصري عينة الدراسة للإنترنت بشكل يومي علي النحو التالي :

- أن الغالبية من أفراد العينة في مدينة بنها وقرية سواده يستخدمون الانترنت ثلاث ساعات فاكثر يومياً بنسبة ٥٣.٥% والذين يستخدمونه من ساعة الي ساعتين بلغت نسبتهم ٣٧% والذين يستخدمونه اقل من ساعة بلغت نسبتهم ٩.٥% .

٣ - كثافة استخدام الشباب المصري لوسائل الإعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو :

بقراءة بيانات الجدول رقم (٤) تتضح كثافة استخدام الشباب المصري لوسائل الإعلام الجديدة كما يلي :

- ارتفعت نسبة الشباب عينة الدراسة الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة أحياناً الي ٤٨% ودائماً الي ٣٣.٥% اما الذين يستخدمون هذه الوسائل نادراً فقد بلغت نسبتهم ٩.٥% .

- الإناث في القرية المصرية أكثر استخداماً لوسائل الاعلام الجديدة من الذكور حيث توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة الإناث في قرية سواده شرقية اللائي يستخدمن وسائل الإعلام الجديدة أحياناً ٥٣.٨% ودائماً ٣٤.٦% مقابل ٤٤.٦% احياناً و ٣٣.٨% دائماً للذكور .

- الذكور في المدن المصرية أكثر استخداماً لوسائل الاعلام الجديدة من الإناث ومن بيانات الجدول السابق اتضح ارتفعت نسبة الذكور في مدينة بنها عينة الدراسة الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة بصفة دائمة الي ٣٦.٧% مقابل ٢٩.٤% للإناث .

٤ - وسائل الإعلام الجديدة المفضلة لدي الشباب المصري بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو :

بيانات الجدول رقم (٥) تشير الي عدة نتائج عن وسائل الإعلام الجديدة المفضلة لدي عينة الدراسة أهمها ما يلي :

- جاء موقع الفيس بوك في مقدمة وسائل الاعلام الجديدة الأكثر استخداماً وانتشاراً بين الشباب في المدن والقرى المصرية حيث بلغت نسبة الشباب في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة الذين يستخدمون هذه الوسيلة ٣٤,٣% عند متوسط حسابي (٠,٩٣٠٠) يليها اليوتيوب بنسبة ٢٢,٨% عند متوسط حسابي (٠,٦٢٠٠) والواتس أب بنسبة ١٦,٦% عند متوسط حسابي (٠,٤٥٠٠) والفيبر بنسبة ١٠,٩% عند متوسط حسابي (٠,٢٩٥٠) ثم التويتر بنسبة ٨,٤% عند متوسط حسابي (٠,٢٣٠٠) أما وسيلتي المنتديات والمدونات فقد جاءت بنسب ضعيفة فالذين لهم منتديات في مدينة بنها وقرية سواده فقد بلغت نسبتهم ١,٣% عند متوسط حسابي (٠,٠٣٥٠) والذين لهم مدونات بلغت نسبتهم ٠,٧% عند متوسط حسابي (٠,٠٢٠٠) .

– الشباب في القرية المصرية أكثر استخداماً لوسيلتي الفيس بوك واليوتيوب من الشباب في المدن المصرية حيث تؤكد بيانات الجدول السابق أن الشباب في قرية سواده عينة الدراسة الذين يستخدمون الفيس بوك بلغت نسبتهم ٣٥,٩ % والذين يستخدمون اليوتيوب بلغت نسبتهم ٢٣,٧ % أما الشباب في مدينة بنها فليوبية الذين يستخدمون الفيس بوك بلغت نسبتهم ٣٢,٦ % والذين يستخدمون اليوتيوب بلغت نسبتهم ٢٢ % .

٥ - أسباب تفضيل الشباب المصري لوسائل الإعلام الجديدة :

بيانات الجدول رقم (٦) تعكس أسباب هذا التفضيل كالتالي :

١ – أسباب تفضيل الشباب المصري عينة الدراسة لوسائل الاعلام الجديدة جاء سبب أن هذه الوسائل تسمح بالتفاعل مع الاصدقاء وتبادل الآراء في مقدمة الأسباب حيث بلغت نسبة الشباب الذين قالوا بذلك ٢٩,٧ % عند متوسط حسابي ٨,١٥ ، يليه سبب متابعة كل جديد من الاخبار المهمة بنسبة ١٩,٣ % عند متوسط حسابي ٥,٣٠ ، وجاء سبب التواصل مع العالم الخارجي في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٧ % عند متوسط حسابي ٤,٣٠ يليه سبب معرفة ثقافات الشعوب بنسبة ١٠,٤ % عند متوسط حسابي ٢,٨٥ ، ثم سبب التمكن من الحصول علي المعلومات من مصادر مباشرة بنسبة ٨,٢ % عند متوسط حسابي ٢,٢٥ ، ثم سبب متابعة الشخصيات المشهورة بنسبة ٨,٢ % عند متوسط حسابي ٢,٢٠ .

٦ - القيم السياسية التي تهتم بها وسائل الإعلام الجديدة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو :

أسفرت بيانات الجدول رقم (٧) عن هذه القيم علي النحو التالي :

١ – جاءت قيمة الحرية في مقدمة القيم السياسية التي تهتم بها وسائل الإعلام الجديدة حيث أكدت علي ذلك نسبة ٣٢,٤ % من الشباب في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة ، وقد بلغ المتوسط الحسابي (٤,٦٥) ويمكن تفسير درجة المتوسط الحسابي بدرجة كبيرة عن عبارات قيمة الحرية ككل إلى إيمان الشباب بالحرية كقيمة إنسانية تسعى إلى تحقيقها شعوب الأرض كافة، ولإيمانهم أيضاً بأن حياة الإنسان لا قيمة لها في ظل الاستبداد والديكتاتورية ، لهذا جاء المتوسط العام لعبارات محور قيمة الحرية كبيراً مما يؤكد أن ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو كان لهما تأثيراً واضحاً في توجهات الشباب نحو قيمة الحرية بوصفها قيمة سياسية تم انتهاكها من قبل النظام السياسي المصري لعقود طويلة..

٢ – جاءت قيم الديمقراطية في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦,٥ % عند متوسط حسابي ٣,٨٠ يليها قيمة العدالة والمساواة بنسبة ١٥,٣ عند متوسط حسابي

٢,٢٠ ثم قيمة الرموز الوطنية بنسبة ١٣,٦ % عند متوسط حسابي ١,٩٥ فقيم اخري بنسبة ١٢,٢ % عند متوسط حسابي ١,٧٥ والمتمثلة في التسلط والديكتاتورية والاستبداد .

٣ - جاءت قيمتا الحرية والديموقراطية في مقدمة القيم السياسية التي يهتم بها الشباب في مدينة بنها قلوبية وقرية سواده شرقية عينة الدراسة حيث بلغت نسبة الشباب الذين يهتمون بقيمة الحرية في مدينة بنها ٣٥.٥ % كما بلغت نسبة الشباب الذين يهتمون بهذه القيمة في قرية سواده ٣٠.١ % أما قيمة الديموقراطية فقد بلغت نسبة الشباب في مدينة بنها الذين يهتمون بهذه القيمة ٢٨,١ % وفي قرية سواده بلغت النسبة ٢٥,٣ %

٧ - دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير القيم السياسية :

أ - دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير قيمة الحرية لدى الشباب بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو:

تظهر بيانات الجدول رقم (٨) دور وسائل الاعلام الجديدة في تغيير قيمة الحرية لدى الشباب كما يلي :

١ - غيرت وسائل الإعلام الجديدة من قيمة الحرية لدى الشباب المصري بطريقة إيجابية حيث بلغت نسبة الشباب في مدينة بنها عينة الدراسة الذين وافقوا علي أن وسائل الاعلام الجديدة غيرت من قيمة الحرية لديهم ٤٠,٤ % وبلغت نسبة من وافقوا بشدة ٢٨,٨ % كما بلغت نسبة الشباب في قرية سواده شرقية الذين وافقوا علي دور وسائل الاعلام الجديدة في تغيير قيمة الحرية لديهم ٣٣,٤ % وبلغت نسبة من وافقوا بشدة علي ذلك ٢٤,٢ % .

٢ - بلغت نسبة الشباب في مدينة بنها الغير موافقين علي أن وسائل الاعلام الجديدة لم تغير من قيمة الحرية لديهم ١٢,٢ % كما بلغت نسبة الغير موافقين بشدة ٤,٨ % وفي قرية سواده بلغت نسبة الغير موافقين ١٢,٦ % والغير موافقين بشدة ٩,٤ % .

ب - دور وسائل الاعلام الجديدة في تغيير قيم العدالة والمساواة لدى الشباب بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو : تشير بيانات الجدول رقم (٩) الي هذا الدور في عدة نتائج اهمها :

١ - وافقت نسبة ٣٩ % كما وافقت بشدة نسبة ٢٢,٣ % من الشباب في مدينة بنها عينة الدراسة علي أن وسائل الاعلام الجديدة قد جعلتهم ينظرون بطريقة سلبية الي قيم العدالة والمساواة في المجتمع كما وافقت نسبة ٣٤,٥ % ووافقت بشدة نسبة ٢٦ % من الشباب في قرية سواده عينة الدراسة علي

أن وسائل الاعلام الجديدة قد غيرت نظرتهم بطريقة سلبية الي قيم العدالة والمساواة .

٢ - الشباب في مدينة بنها عينة الدراسة الذين لم يوافقوا علي أن وسائل الاعلام الجديدة لم تغير نظرتهم الي قيم العدالة والمساواة قد بلغت ١٦,٨ % وبلغت نسبة غير الموافقين بشدة ٣,٤ % ، وفي قرية سواده شرقية بلغت نسبة غير الموافقين ١٦,٢ % وغير الموافقين بشدة ٦ % .

ج - دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير قيمة الديمقراطية لدي الشباب بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو: تشير بيانات الجدول رقم (١٠) الي هذا الدور في عدة نتائج يمكن بلورتها علي النحو التالي :

١ - نسبة الشباب في مدينة بنها عينة الدراسة الذين وافقوا بشدة علي أن وسائل الاعلام الجديدة قد غيرت نظرتهم بطريقة سلبية الي قيمة الديمقراطية قد بلغت ٣٦,٨ % ومن وافقوا بلغت نسبتهم ١٠,١ % كما بلغت نسبة الشباب في قرية سواده شرقية الذين وافقوا بشدة علي أن وسائل الاعلام الجديدة قد غيرت نظرتهم بطريقة سلبية الي قيمة الديمقراطية ٣٦,٤ % ومن وافقوا بلغت نسبتهم ٩,٦ % .

٢ - العبارات الدالة علي نظرة الشباب السلبية لقيمة الديمقراطية جاء ترتيبها كالتالي :

أ - عبارة اظهرت وسائل الاعلام الجديدة ان المشاركة السياسية لا تدل علي ديمقراطية النظام في مقدمة العبارات السلبية وبلغت قيمة المتوسط الحسابي ٣,٥٠ .

ب - تليها عبارة أفقدت وسائل الاعلام الجديدة ثقتي بدور الدولة في تشكيل الوعي السياسي لدي الشباب لممارسة دوره بفاعلية عند متوسط حسابي ٣,٤٧ .

د- دور وسائل الاعلام الجديدة في تغيير قيمة الرموز الوطنية لدي الشباب بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو : فبقراءة بيانات الجدول رقم (١١) يتضح هذا الدور في عدة نتائج أهمها :

جاءت عبارة هز الاعلام الجديد ثقتي برئيس الدولة ورمزيته ومكانته بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو في مقدمة العبارات السلبية الدالة علي قيمة الرموز الوطنية وبلغت قيمة المتوسط الحسابي ٣,٥٢ وتفسير ذلك يعود إلى أن الشباب قد تبين لهم أثناء ثورة ٢٥ يناير التي قامت ضد (الرئيس المخلوع حسني مبارك) وثورة ٣٠ يونيو التي قامت ضد (الرئيس المعزول محمد مرسي) أن الرئيسين لم يكونان وفيان لشعبهما، وعدم

قدرتهما على التغيير والإصلاح الحقيقي في تحقيق الحرية والعدالة الاجتماعية وحياة كريمة لكل مواطن .

٢ - جاءت عبارة لم تعد كلمات النشيد الوطني بعد الثورتين تلامس مشاعري وتقوي ولائي للوطن في المرتبة الثانية وعند متوسط حسابي ٢,٥١ فالنشيد الوطني الذي يتغنى بالحرية والكرامة، هو الآخر لم يعد له قيمة عند بعض الشباب عينة الدراسة بعد أن تبين لهم أن من يُرددونه هم الذين انتهكوا الحريات وكرامة المواطن في السجون .

٨ - سلبيات وسائل الإعلام الجديدة كما يراها الشباب المصري: من بيانات الجدول رقم (١٢) تتبين هذه السلبيات في عدة نتائج أهمها :

١ - جاءت سلبية كثرة الاشاعات التي تروجها وسائل الاعلام الجديدة والمبالغة في نقل الاحداث في مقدمة السلبيات التي يراها الشباب في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة وبلغت قيمة المتوسط الحسابي ٧,٢٠ .

٢ - جاءت سلبية غياب الرقابة علي وسائل الاعلام الجديدة وعدم شعور مستخدميها بالمسؤولية في المرتبة الثانية عند متوسط حسابي بلغت قيمته ٥,٥٠ .

ثانياً : نتائج اختبار فروض الدراسة :

الفرض الأول : توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديدة وتغيير بعض القيم السياسية (الحرية – المساواة والعدالة – الديمقراطية – الرموز الوطنية) لدي شباب المدينة وشباب القرية عينة الدراسة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو .

ولإثبات صحة أو عدم صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار واختبار مان – ويتني Mann – Whitney عند مستوي معنوي ٥ % ، والجدول رقم (١٣) يوضح ذلك .

وأسفرت نتائج هذا الاختبار عن ما يلي :

١ - أن قيمة (Sig (p.value بالنسبة لقيمة الحرية تساوي ٠.٣٢٢ أي ٣٢ % وهي أكبر من مستوي المعنوية ٥ % ، وقيمة (Sig (p.value بالنسبة لقيمة الديمقراطية تساوي ٠.٢٤٥ أي ٢٤ % وهي أكبر من مستوي المعنوية ٥ % مما يؤكد أن وسائل الاعلام الجديدة قد غيرت من قيمتي الحرية والديموقراطية لدي الشباب في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة.

الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكر – أنثي) وكثافة استخدام وسائل الاعلام الجديدة وللتحقق من صحة هذا الفرض

تم استخدام اختبار كا^٢ عند مستوي معنوية ٥ % ، ويوضح الجدول رقم (١٤) الآتي :

١ - بلغت نسبة الذكور والإناث في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة بصفة دائمة وأحياناً ٨١,٥ % . كما يتضح من البيانات أن الذكور في مدينة بنها أكثر استخداماً لهذه الوسائل من الإناث حيث بلغت نسبة الذين يستخدمون هذه الوسائل بصفة دائمة وأحياناً ٨٥,٧ % مقابل ٧٨,٤ % للإناث .

٢ - الإناث اللاتي يستخدمن وسائل الاعلام الجديدة بصفة دائمة وأحياناً في قرية سواده أكثر استخداماً من الذكور حيث بلغت نسبتهن ٨٨,٤ % مقابل ٧٨,٤ % للذكور .

الفرض الثالث : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاجتماعية وكثافة استخدام وسائل الاعلام الجديدة وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار كا^٢ عند مستوي معنوية ٥ % ، ويوضح الجدول رقم (١٥) الآتي :

١ - ارتفاع نسبة الشباب المتزوجين أو غير المتزوجين في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة الذين يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة بصفة دائمة وأحياناً إلي ٨١,٥ % مقابل نسبة ١٨,٥ % لا يستخدمون هذه الوسائل .

٢ - تدل بيانات الجدول علي أن المتزوجين في قرية سواده أكثر استخداماً لوسائل الإعلام الجديدة من العزاب حيث بلغت نسبتهم ٩٤,٤ % وأن العزاب في مدينة بنها أكثر استخداماً لهذه الوسائل من المتزوجين حيث بلغت نسبتهم ٨٢,١ % .

الفرض الرابع : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة التعليمية وكثافة استخدام وسائل الاعلام الجديدة ولاختبار صحة هذا الفرض جري استخدام اختبار كا^٢ عند مستوي معنوية ٥ % ، ويوضح الجدول رقم (١٦) نتائج هذا الفرض علي النحو التالي :

١ - وجود علاقة بين الحالة التعليمية واستخدام وسائل الإعلام الجديدة حيث بلغت نسبة الشباب في مدينة بنها وقرية سواده الذين يستخدمون هذه الوسائل بصفة دائمة وأحياناً ٨٢,٥ % .

٢ - يتضح من بيانات الجدول السابق أن الشباب الجامعي في مدينة بنها وقرية سواده أكثر استخداماً لوسائل الاعلام الجديدة من الحاصلين علي مؤهلات متوسطة وفوق المتوسطة حيث بلغت نسبتهم في بنها ٨٢,٢ % وفي سواده ٨٧,٣ % كما تدل هذه النسبة أن الشباب الجامعي في القرية أكثر استخداماً لهذه الوسائل من الشباب الجامعي في المدينة مما يدل على الفجوة بين المستوى التعليمي الأعلى والأقل في معدل استخدام وسائل الاعلام الجديدة .

٣ - الشباب الحاصلين علي مؤهلات فوق المتوسطة في مدينة بنها أكثر استخداماً لوسائل الإعلام الجديدة من نظرائهم في قرية سواده حيث بلغت

نسبة هؤلاء الشباب في بنها ٧٧,٧ % في حين بلغت نسبتهم في سواده ٥٧,٢ % .

ولاختبار صحة الفرض الخامس الذي ينص علي : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع العمل وكثافة استخدام وسائل الاعلام الجديدة جري استخدام اختبار كا ٢ عند مستوي معنوية ٥ % ، وبيانات الجدول رقم (١٧) توضح النتائج التالية :

١ - الشباب في مدينة بنها عينة الدراسة الذي يعمل بالحكومة (١٠٠ %) والقطاع الخاص (١٠٠ %) أكثر استخداماً لوسائل الاعلام الجديدة من الشباب بدون عمل (٨٠ %) أو يمارس أعمالاً حرة (٨٠ %).

٢ - الشباب في قرية سواده الذي يعمل بالحكومة (١٠٠ %) والقطاع الخاص (٨٣,٣ %) أكثر استخداماً لوسائل الإعلام الجديدة من الشباب الذي يمارس أعمالاً حرة (٨١,٢ %) أو بدون عمل (٧٦ %) كما أن الشباب الذي يمارس أعمالاً حرة أكثر استخداماً لهذه الوسائل من الشباب بدون عمل .

وللتحقق من صحة الفرض السادس الذي ينص علي : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحالة الاقتصادية وكثافة استخدام وسائل الاعلام الجديدة تم استخدام اختبار كا ٢ عند مستوي معنوية ٥ % والجدول رقم (١٨) يبين أن :

١ - أصحاب الدخل العالية (٨٧,٥ %) والمتوسطة (٨٥,٢ %) في مدينة بنها أكثر استخداماً لوسائل الإعلام الجديدة من أصحاب الدخل الغير محددة (٧١,٤ %).

٢ - أصحاب الدخل العالية (٨٠ %) والمتوسطة (٨٤,٦ %) في قرية سواده عينة الدراسة أكثر استخداماً لوسائل الاعلام الجديدة من أصحاب الدخل المنخفضة (٧١,٤ %) والدخل غير محددة (٧٧,٥ %) ، وأصحاب الدخل المتوسطة أكثر استخداماً لهذه الوسائل من أصحاب الدخل العالية .

خاتمة الدراسة وأهم النتائج :

أجريت هذه الدراسة الميدانية على عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من الشباب المصري (ذكور - إناث) من مدينة بنها قليوبية وقرية سواده شرقية ، واختبرت العينة بطريقة عمدية ممن يستخدمون الانترنت بطريقة فعالة ولديهم مهارات ومواقع أو صفحات علي هذه الشبكة .

واعتمدت الدراسة في إطارها الفكري والنظري على مدخل الاستخدامات والإشباع، وتم استخدام الاستبيان كأداة للدراسة لقياس مجموعة من المتغيرات وتم تصميم مقياس للقيم السياسية ، واختبرت الدراسة ستة فروض وأسفرت عن مجموعة من النتائج أهمها:

١ - ارتفاع نسبة الاستخدام الدائم للإنترنت في المدن والقرى المصرية بين الشباب بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو حيث ارتفعت نسبة من يستخدمونه

بصفة دائمة الي ٥٦ % واحياناً ٢٢.٥ % وحسب الظروف ١٩ % أما الذين لا يستخدمون الانترنت إلا نادراً فقد بلغت نسبتهم ٢.٥ % .

٢ - لا فرق في كثافة استخدام الانترنت في القرية أو المدينة حيث تقاربت نسبة الذين يستخدمون الانترنت بصفة دائمة في مدينة بنها وقرية سواده عينة الدراسة الي ٥٧ % في بنها و ٥٥ % في سواده .

٣ - الغالبية العظمي من أفراد العينة في مدينة بنها وقرية سواده يستخدمون الانترنت ثلاث ساعات فاكثر يومياً بنسبة ٥٣.٥ % والذين يستخدمونه من ساعة الي ساعتين بلغت نسبتهم ٣٧ % .

٤ - ارتفاع نسبة الشباب الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة أحياناً الي ٤٨ % ودائماً الي ٣٣.٥ % في المدن والقرى المصرية عينة الدراسة .

٥ - الإناث في القرية المصرية أكثر استخداماً لوسائل الاعلام الجديدة من الذكور حيث ارتفعت نسبة الإناث في قرية سواده شرقية اللائي يستخدمن وسائل الإعلام الجديدة أحياناً ٥٣.٨ % ودائماً ٣٤.٦ % مقابل ٤٤.٦ % احياناً و ٣٣.٨ % دائماً للذكور .

٦ - الذكور في المدن المصرية أكثر استخداماً لوسائل الاعلام الجديدة من الإناث فتوضح الدراسة أن نسبة الذكور في مدينة بنها عينة الدراسة الذين يستخدمون وسائل الاعلام الجديدة بصفة دائمة ارتفعت الي ٣٦.٧ % مقابل ٢٩.٤ % للإناث .

٧ - أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط قوية بين النوع (ذكر - أنثي) وكثافة استخدام وسائل الاعلام الجديدة سواء في المدينة او في القرية حيث بلغت قيمة (P.value) لعينة مدينة بنها (٠,٧١٤) أي ٧١ % وهي أكبر من مستوي معنوية ٥ % ، كما بلغت قيمة

(P.value) لعينة قرية سواده (٠,٦٦٤) أي ٦٤ % وهي أكبر من مستوى معنوية ٥ %.

٨ - ثبت وجود فروق دالة احصائيا بين المستوى التعليمي في القرية والمدينة واستخدام وسائل الاعلام الجديدة حيث اتضح وجود علاقة ارتباط قوية بين المستوى التعليمي في مدينة بنها واستخدام وسائل الاعلام الجديدة حيث بلغت قيمة (P.value) ٩٧ % عند درجة حرية (٦) وهي اكبر من مستوى معنوية ٥ % ، وعدم وجود علاقة ارتباط بين المستوى التعليمي وهذه الوسائل في قرية سواده عينة الدراسة حيث بلغت قيمة (P.value) ٠ % عند درجة حرية (٦) وهي أقل بكثير من مستوى معنوية ٥ % .

توصيات البحث :

- ١ - ضرورة التنسيق بين الجهات المعنية في مجال الإعلام الجديد لاستثماره في مختلف المجالات، لما يحمله من ثمار يانعة ومنافع جمة من أجل تحقيق التقدم والازدهار.
- ٢ - اهتمام الإعلام الجديد بالتوعية بأخطار الجرائم الإلكترونية.
- ٣ - لابد من توعية مستخدمي الإنترنت بالأمن والخصوصية عند التعامل مع مواقع الأنترنت عبر المنابر الإعلامية والندوات والمؤتمرات العلمية.
- ٤ - إدخال مادة الإعلام الجديد في مناهج كليات ومعاهد الإعلام.
- ٥ - لابد من استغلال الشبكات الاجتماعية نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي .