

استخدامات الشباب المصري لتطبيقات التفاعل بوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية

دراسة ميدانية

د. مايا أحمد البيضا*

مقدمة:

تؤثر الوسائل التكنولوجية الحديثة على حياة الأفراد بمختلف أعمارهم ومرحلة الشباب بشكل خاص سواء على الصعيد الحياة الأسرية الخاصة أو العملية للأفراد أو الدراسية وذلك على صعيد الجانب المعرفي والوجداني والسلوكي، كما تمكنهم من تحقيق التفاعل على الصعيد المحلي والدولي مع مختلف الثقافات، فلقد تميز الإعلام الإلكتروني بدور الفرد كفاعل في صياغته وتشكيله وانتشاره إلى جانب إعلام الفرد وتنقيفه وترفيهه وغيره من الوظائف المنوط قيام الإعلام بها، وظهرت الشبكات الاجتماعية كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد مع الحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم وسهولة البث وقلة التكلفة بل والتأثير في الرأي العام في أي قضية يثيرها بعض الأفراد، وبالتالي يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية أصبحت لها دور في التعبير عن كافة الاتجاهات والأفكار داخل المجتمع وتشكيل جماعات عامة أو خاصة لها أفكارها المشتركة، حيث أصبح جمهور الإعلام الإلكتروني قارئاً وكتاباً نشطاً وليس مستقبلاً للمضمون فقط.

وتعد الهواتف المحمولة التي تؤهل الويب، والهواتف الذكية والرقمية من أكثر هذه الوسائل تأثيراً في الشباب خاصة تلك التي توفر مزايا تصفح الإنترنت ومزامنة البريد الإلكتروني وفتح ملفات Microsoft، واستخدام تطبيقات الوسائط المتعددة مثل الموسيقى والتلفزيون والفيديو والألعاب الترفيهية.

ويمكن القول أن الهواتف الذكية أصبحت ضرورة من ضروريات الحياة العامة حيث يتم استخدامه لإقامة روابط اجتماعية مع الأقارب والأصدقاء في مختلف أنحاء العالم وفي أي فترة زمنية، وبدخول الكاميرا عالم الهواتف المحمولة، تم إتاحة إمكانية نشر ما يتم تصويره سواء كانت صور أو فيديو عبر التطبيقات المختلفة التي تحمل على هذه الهواتف وتفعيل عملها عبر شبكة الإنترنت مثل whatsapp، Viber وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي التي تحمل عليه أيضاً، فتتمكن الشباب خاصة والأفراد بشكل عام تبادل الصور والفيديوهات الشخصية والعامة إلى جانب

* مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

التعليقات الكلامية مع الأقارب والأصدقاء من هاتف لآخر وبدون تكلفة كبيرة، بل يمكن إضافة تأثيرات بصرية على الصور المتبادلة، وبالتالي فكلما تزايدت تقنيات الهاتف المحمول كلما تضاعف استخدامه من قبل الشباب خاصة.

ونجد أن التزاوج بين تقنيات الهواتف المحمولة والإنترنت وتحميل التطبيقات المتنوعة التي تدعم الحوار بين الأفراد عبر تبادل الكلمات المكتوبة والصور والفيديوهات، وهو ما ترتب عليه تدعيم التماسك الاجتماعي وخلق طرق متنوعة للتفاعل الإنساني، وذلك لما توفره من معلومات عن كافة أمور الحياة المختلفة، مما يحسن نوعية الحياة ويساهم في حل المشكلات الاجتماعية، لكن هناك بعض الآثار السلبية التي ظهرت نتيجة الإفراط في استخدام هذه الهواتف الذكية والرقمية، حيث الانهيار الاجتماعي والانفلات من الرقابة الأسرية وتوجيهاتها المباشرة، والعزلة والانطواء والشعور بالتوتر والانعزاج في حالة توقف استخدامات هذه الهواتف بتطبيقاتها المختلفة.

لذا يُعدّ أمراً هاماً التعرف على مدى تأثير هذه الهواتف الذكية والرقمية بالتطبيقات والوسائط المتنوعة التي تحمل عليهم في الشباب وتأدية أدوارهم المجتمعية وتفاعلهم مع المحيطين به من أفراد أسرته الصغيرة وأقاربه وأصدقائه، حيث تعتبر الأسرة واحدة من أهم الجماعات المرجعية للشباب، ولطالما تأثرت هذه العلاقات الأسرية بالمستجدات التكنولوجية سواء على صعيد وظائف الأسرة والبناء والقيم والأدوار والمكانة داخل الأسرة، وبالتالي يعتبر التفاعل الأسري أو العائلي من أبرز المجالات التي تؤثر فيها التكنولوجيا الحديثة نظراً لما تحدثه هذه التكنولوجيا من تأثير في سلوك الأفراد وعلاقاتهم الاجتماعية، علماً بأن هذا التفاعل يعتبر الأقوي والأعمق في حياة الشباب.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في توصيف وتحليل دوافع استخدام الشباب المصري للوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة الهواتف الذكية والرقمية، وتأثيراتها على علاقاتهم بالأسرة من حيث تعزيز الترابط الأسري أو تفككه، وكيفية توظيف إمكانات التكنولوجيا الحديثة وخاصة الهواتف المحمولة الذكية والرقمية في تحقيق التواصل والتفاعل الأسري مما يكشف عن الاتجاهات التي يتبناها الشباب المصري نحو هذه التكنولوجيا الحديثة.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تسعى الباحثة أن تكون دراستها إضافة للتراث العلمي السابق في مجال استخدامات الشباب المصري للوسائل التكنولوجية الحديثة والتأثيرات على العلاقات الأسرية، كما يلي:

- يعد هذا البحث إضافة للتراث العلمي الحديث الهادف لدراسة وسائل الإعلام الالكتروني المختلفة من حيث تركيزه على فحص تأثيرات استخدام وسائل الاتصال الحديثة والتي على رأسها الهواتف الذكية الرقمية وخاصة جمهور الشباب حيث أثبتت الدراسات المختلفة أنه أكثر استخداماً لها، فعند استعراض الدراسات السابقة سيتم ملاحظة أن كافة النتائج متعلقة بالاستخدامات والاشباع المتحققة من استخدام وسائل الاتصال الحديثة وتطبيقاتها، وليس التأثيرات، حيث تنوعت التطبيقات المتاحة عبر الهواتف الذكية والتي لا حصر لها ومنها ما هو مجاني ومنها ما هو بأجر من خلال مواقع التسوق على النت، بل أصبح البحث على الإنترنت من خلال الصوت، إلى آخره من الخدمات المتوفرة بالأجهزة والتي لا تتوقف بل هي في تطور مستمر.

- تبني البحث في بناء منهجية مقياس التأثيرات مفهوماً خاصاً يتمثل في مدى تأثير هذه التكنولوجيا الحديثة في تقوية الاتصال المباشر المدعم للروابط الأسرية، وليس الاعتماد على هذه التكنولوجيا في عملية التواصل الأسري، لأنه لا يعد الاعتماد عليه التكنولوجيا في الاتصال الأسري من وجهة نظر الباحثة تدعيماً للروابط بل يزيد من مساحة الفتور بين أفراد العائلة لعدم التواصل الحميمي المباشر بين أفراد الأسرة.

- يهتم هذا البحث بدراسة تأثيرات التطبيقات الحديثة المحملة على الهواتف الذكية كوسيلة اتصال تكنولوجية (الواتس أب، الفيس، وكذلك تبادل الرسائل الصوتية والنصية عبر الفيس بوك وغيره) وليس التركيز على استخدام وتأثير وسائل الإعلام الجديدة (المواقع الالكترونية العامة والمتخصصة التلفزيونية والصحفية وكذلك مواقع الشبكات الاجتماعية).

- أهمية فئة الشباب على مستقبل المجتمع، وبالتالي يُعد هاماً التعرف على اتجاهاته نحو هذه التكنولوجيا الحديثة بوسائلها المختلفة ومنها الهاتف الذكي والكشف عن تأثيراتها المختلفة وجدانياً وسلوكياً واتجاهياً ومعرفياً عليه، خاصة أنهم يعدوا

أكبر شريحة عمرية في المجتمع المصري بشكل خاص، حيث بلغ عددهم ٢٨,٠٦ مليون نسمة من بين إجمالي عدد سكان جمهورية مصر العربية البالغ ٨٤ مليون نسمة وفقاً للتعداد السكاني ٢٠١٣ وبإضافة عدد سكان مصر بالخارج والبالغ عددهم طبقاً لتقديرات وزارة الخارجية ٨ مليون مصري، يصبح إجمالي عدد سكان مصر ٩٢ مليون نسمة. (١)

- في ضوء معرفة كيفية توظيف الشباب المصري لإمكانيات هذه التكنولوجيا الحديثة وخاصة الهواتف الذكية في التفاعل بشكل عام مع المحيطين، يعين في الخلوص لأفكار جديدة توظف هذه الإمكانيات التكنولوجية الحديثة في تنمية الشباب مجتمعياً وعلمياً وثقافياً.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي من هذه الدراسة التعرف استخدامات الشباب المصري لوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية وهي على النحو التالي:

- التعرف على مدى استخدام الشباب المصري للإنترنت والوسائل التي يستخدمها الشباب المصري للدخول على شبكة الإنترنت.
- الكشف عن أسباب تفاعل الشباب المصري مع الهواتف الذكية، ودوافعهم لاستخدامها.
- تحديد طبيعة التأثيرات الاتصالية التي يتعرض لها الشباب نتيجة استخدامه لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة.
- التعرف على طبيعة الأنشطة التي تحفز وكذلك تعوق الشباب المصري في التفاعل مع وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة.
- الكشف عن اتجاهات الشباب المصري نحو التكنولوجيا الحديثة وأثرها على علاقتهم بأسرهم.

رابعاً: الإطار النظري: مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

يُعد هذا النموذج الذي قدمه كلاً من روبين وكيم للاستخدامات والتأثيرات من النماذج الجيدة التي استطاعت أن تمزج بين مدخل الاستخدامات والإشباع بصورته التقليدية ومدخل التأثيرات الإعلامية المباشرة، والذي يفترض ما يلي:

- أن بعض أنماط النشاط التي يمارسها الأفراد أثناء التعرض لوسائل الإعلام يمكن أن تدعم التأثيرات الاتصالية وأطلق عليها أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية Facilitative Activities، وهناك أنماط النشاط يمكن أن تعوق العملية الاتصالية وأطلق عليها أنماط النشاط المعوقة للتأثيرات الاتصالية Inhibitory Activities.

- أن نشاط الجمهور في العملية الاتصالية يمكن أن يدعم أو يعوق التأثيرات الاتصالية، حيث أن الجمهور النشط يختار وينتقى المضمون الإعلامي بطريقة واعية في وسيلة ما لتحقيق أهداف يسعى للوصول إليها من أجل إشباع حاجات معينة لديه (٢)، وبالتالي فهذا الجمهور يعد جزء رئيسياً وفعالاً في صنع القرارات واختيار الدوافع بين رسالات الاتصال المتعددة المتوفرة (٣).

- وعن أبرز نتائج التي توصلت لها مجموعة من الدراسات بخصوص نشاط الجمهور فس استخدام وسائل الاتصال الحديثة (الإعلام الجديد)، فتوصلت دراسة حديثة (٤) إلى أن الأفراد تسعى لاستخدام الشبكات الاجتماعية لإشباع مجموعة من الاحتياجات اليومية، والتي لها أثرها على استخدام كافة منابر الإعلام الأخرى "التقليدية"، وكان في مقدمة هذه الإشباعات اليومية هي المتابعة اليومية للأصدقاء عبر الإعلام الجديد، والإطلاع على المعلومات السياسية والتسويقية، كما توصلت دراسة (Islam, A. K. M، Mantymaki، ٢٠١٤) (٥) بأن المستخدم لموقع الفيس بوك خاصة من مواقع التواصل الاجتماعي يكون له دور مزدوج في إنتاج المحتوى وذلك لنفسه وللمستخدمين الآخرين، كما يستهلك المحتوى المنتج من قبل المستخدمين الآخرين، وهو ما دفع البعض لإطلاق مسمى القارئ النشط لمضمون وسائل الإعلام على الجمهور المستخدم للإعلام الإلكتروني (٦).

وعن نمطي نشاط الجمهور في وفقاً للمدخل فهما:

- النمط الأول: النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية: وهو النمط الذي يشمل (الانتقائية والانتباه والاستغراق) في الرسائل الاتصالية بما يؤدي لتأثيرها على أفراد الجمهور، وهي كما يلي:

أ- الانتقائية: Selectivity: تعد أولى العمليات الاتصالية التي يقوم بها الأفراد عند تعاملهم مع المضامين الإعلامية، حيث الاختيار والانتقاء من بين المضامين الإعلامية المقدمة وإدراكهم ما يتفق مع اهتماماتهم ورغباتهم بكل حرية، كما تؤثر توقعات الأفراد بشأن الفائدة التي ستعود عليهم من التعرض للمضمون

الاتصالي بهم. (٧)

ب- **الانتباه: Attention**: يقصد به العملية التي يقوم فيها الفرد بتوجيه العقل والذهن أثناء استقبال المضمون الاتصالي أو الإعلامي، وتؤثر دوافع الفرد أو الاشباعات المراد تحقيقها في عملية الانتباه لما يقدم في وسائل الإعلام والذي يتسق مع معتقداته واتجاهاته القائمة لديه بالفعل وتجنب أجزاء من الرسالة الإعلامية التي تمثل عائقاً أو مانعاً لتلك المعتقدات والاتجاهات.

ت- **الاستغراق: Involvement**: يمثل حالة داخلية لدى الفرد يشعر عبرها بأهمية وحيوية الرسالة الاتصالية، ويعكس الاستغراق الدوافع النفسية مثل دوافع الترفيه المثير، واكتساب المعلومات بغرض الترفيه والتسلية، كما يحدث الاستغراق على عدة مستويات منها إدراكية، شعورية، وسلوكية.

- **النمط الثاني: النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية**: يعتمد تغيير الأفراد لمعلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم على بعض المتغيرات التي قد تعوق التأثيرات الاتصالية عليهم مثل دور الجماعات المرجعية، المواقف المسبقة لهم من التعرض لذات المضمون، وكذلك درجة اهتمامهم بالمضمون الاتصالي، وتشمل أنماط نشاط المعوق ما يلي:

ث- **التجنب: Avoidance**: قد لا يرغب الفرد في متابعة بعض المضامين الاتصالية لذلك يتجنبها لأنها لا تشبع احتياجاته أو لا تحقق توقعاته أو لا يهتم بتلك المضامين أصلاً، علاوة على أن أفراد الجمهور عنيدون لا يريدون أن يتم السيطرة عليهم بواسطة أي شخص أو أي شيء حتى وسائل الإعلام لذا يتجنبون نماذج التأثير.

ج- **تحويل الانتباه: Distraction**: يقوم الأفراد ببعض الأعمال التي قد تصرف انتباههم عن متابعة المضمون الاتصالي من خلال الارتباط ببعض التصرفات التي لا تمت للرسالة الاتصالية بأى صلة مما يترتب عليه تحويل انتباههم عن متابعة الرسالة وفهمها، كما أن سمات الرسالة وخصائص القائم بالاتصال قد يحول الانتباه ويضعفه.

ح- **الشك: Media Skepticism**: يعبر الشك عن حالة ذهنية من عدم الثقة في المضمون المقدم مما يحفز الفرد على البحث عن المزيد من المعلومات والتفكير فيها لذا قد لا يتجنب الأفراد أو ينشغلون عن المضامين الاتصالية لكنهم يعيدون تفسيرها وفهمها بطريقة شكية، فهو مهارة مكتسبة يمكن تطويرها مع مرور الوقت وتكرار الخبرة بها.

التأثيرات الاتصالية Media Effects توجد أربعة مستويات لها كما يلي: (٨)

- **التأثيرات المعرفية: Cognitive Effect:** تتمثل في مجالات عديدة، منها: تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقصها أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة، كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الاتجاهات ونظم معتقدات الأفراد، وفي تحديد وترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام.
- **التأثيرات الوجدانية: Affective Effect:** هي تلك العمليات الوجدانية التي تشير للمشاعر والعواطف المختلفة، ويظهر التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة هذه التأثيرات الفطور العاطفي، والقلق والخوف والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتراب، كما أن المجتمعات التي تقوم فيها وسائل الإعلام بأدوار رئيسية فإنها تعمل على رفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة الشعور الجمعي والتوحد والاندماج وخاصة إذا كانت تعكس الفئة الاجتماعية التي ينتمي إليها.
- **التأثيرات الاتجاهية Attitudinal Effects:** تقوم وسائل الإعلام بتحديد اهتمامات الجمهور بالنسبة لموضوعات تنشرها وسائل الإعلام وقد تدعم الاتجاهات القائمة بالفعل وقد تعدها أو تلغيها، وبالتالي لا بد من ملاحظة أن وسائل الإعلام غير قادرة على تغيير الاتجاهات بسهولة، ذلك لأن الفرد عندما يتعرض لمعلومات لا تتفق مع البناء المعرفي له فإن العوامل الوسيطة تنشط وتشكل مقاومة لهذه المعلومات التي تستهدف تغيير الاتجاهات، بينما تكتسب وسائل الإعلام قدرتها على تدعيم الاتجاهات القائمة والتي تتفق مع البناء المعرفي للفرد، وتزداد احتمالية تأثيرها على سلوكه، إلا أن وسائل الإعلام التي تقدم تأييداً لكل الجوانب المعارضة يمكن أن تسهم في إحداث التحول في اتجاهات الفرد لأن عرض آراء الجانبين على المدى الطويل يكون أكثر فاعلية في إحداث التغيير.
- **التأثيرات السلوكية: Behavioral Effect:** تعد الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية، فالتغير في الاتجاهات أو المعتقدات أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الجميع، حيث تؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح والتي تم تطويرها من خلال التعرض للوسائل الإعلامية، وقد حصر ميلفن ديفلير

وركبتش الآثار السلوكية لاستخدام الفرد لوسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما: التنشيط Activation أى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية والخمول Deactivation ويعنى عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل.

مدى استفادة الدراسة الحالية من مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

يعتبر مدخل الاستخدامات والتأثيرات مناسباً لدراسة تأثير التفاعل عبر وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة على طبيعة العلاقات الأسرية لأن تأثير هذه النوعية من الوسائل الحديثة يظهر جلياً مع درجة استخدامها، وفي إطار هذا المدخل فإن من أهداف هذه الدراسة هو التعرف على نوعية النشاط (المدعم والمعوق) للتأثيرات الاتصالية المتحققة من استخدام التكنولوجيا الحديثة، بالإضافة إلى التعرف على الدوافع (النفعية والطقوسية) الناتجة من تعرض الشباب الجامعى لهذه الوسائل الحديثة، وأخيراً رصد لأنواع التأثيرات الناتجة من استخدام هذه الوسائل على العلاقات الأسرية والمتمثلة في التأثيرات (المعرفية، الاتجاهية، الوجدانية والسلوكية).

خامساً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات التي تناولت تأثيرات تطبيقات التكنولوجيا الحديثة على الشباب وخاصة علاقتهم بأسرهم، ومن أبرز هذه الدراسات كما يلي:

- جاء الهاتف المحمول وخاصة الذكي من الوسائل الأساسية التي يستخدمها الشباب المصري للدخول على شبكة الإنترنت، فمثلاً أشارت دراسة حديثة لعام ٢٠١٤ عن واقع استخدام الإنترنت^(٩) إلى أن نسبة ٦١% من العينة يتصلون بالإنترنت من خلال جهاز كمبيوتر محمول، و ٥٠% من خلال كمبيوتر مكتبي، ونسبة ٤٢% عبر الهواتف الذكية، ونسبة ٢٤% عبر أى بات، ونسبة ١٩% للدخول على الإنترنت عبر الهاتف المحمول، وأضافت دراسة (محمود محمد عبد الحميد محمد، ٢٠١٣)^(١٠) أن عدد مشتركى الإنترنت على المحمول وصل إلى ١٠,٥٠ مليون، وهو ما يؤكد ارتفاع نسبة النمو في سوق الهواتف الذكية، بل كشفت الدراسة عن أن رخص ثمن الهواتف المحمولة سمح بانتشاره بين فئة المراهقين مما يترتب عليه انزعاجهم في غرفهم وتصفح ما يريدون، حيث أوضحت دراسة (رباب حسين أحمد حمدي مصطفى، ٢٠١٥)^(١١) أن الفضائيات والإنترنت والهاتف المحمول يعدوا من أبرز آليات العولمة، وذلك لأنها تمارس تأثير واضحاً

وملموساً في توجهات الشباب، حيث أن هذه الفئة هي المستهدفة لأنها الأقدر على الاستجابة وتقبل كل ما هو جديد وسريع.

- مكن الهاتف المحمول وخاصة الذكي الفرد من تحقيق التفاعل السريع مع العالم المحيط به سواء مع الأسرة أو في العمل أو مع الأصدقاء أو مع الأحداث الجارية فمثلاً أشارت دراسة دراسة (Carlson and Ben-Porath، ٢٠١٢) ^(١٢) إلى أن التكنولوجيا الحديثة تتيح للمواطن العادي أن يشارك بأفكاره ووجهات نظره في القضايا المختلفة ليس فقط بالكتابة ولكن أيضاً بالصورة، وتبادلها ومشاركتها مع الأصدقاء، وهو ما خلق نوع جديد من النشر يُطلق عليه النشر القائم على المشاركة **participatory publishing** ^(١٣)، كما أكدت دراسة (هناء السيد، ٢٠١١) ^(١٤) على أهمية الهاتف المحمول في توفير الوقت والسفر والجهد وقضاء المصالح والتواصل مع الأهل والأصدقاء، كما أثبتت دراسة (أشرف جلال، ٢٠٠٩) ^(١٥) أنه توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين زيادة معدل الاستخدام واتجاه الشباب نحو تكوين علاقات اجتماعية ثابتة ومستقرة وليست عابرة، في حين لم يظهر تأثير يذكر للنوع في هذا الإطار.

وإلى جانب تحقق التواصل السريع مع الأحداث، فإن هذه الهواتف التي يمكن تحميل تطبيقات الإنترنت عليها واستخدامها لتبادل المعلومات يكون أيضاً في أي مكان طالما توفر خدمة الإنترنت على الهاتف، وأشارت دراسة (نيل وآخرون، ٢٠٠٥) ^(١٦) إلى تنوع أماكن استخدام الإنترنت من قبل عينة الدراسة سواء في المنازل، أو منازل أقاربهم أو أصدقائهم أو في الأماكن العامة، طالما توافر الحساب الآلى أو عبر الهاتف المحمول وغيره.

- كما أشارت دراسات أخرى إلى أن تفاعل الشباب المصري مع الهواتف الذكية يرجع للتسلية والترفيه، مثل دراسة (دينا فاروق أبو زيد، ٢٠١٣) ^(١٧) التي أشارت إلى أن تنفيذ الأفلام يتم بسبب حب الاستطلاع والاكتشاف والتجربة والترفيه والتسلية، ويتم تنزيل الهاتف المحمول على موقع اليوتيوب وذلك لنشر ومشاركة الأفلام مع الآخرين وللتعرف على رد فعل الجمهور.

تنوعت دوافع استخدام الشباب المصري لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة، فقد أشارت بعض الدراسات السابقة إلى أنها تمثلت في الحصول على المعرفة واكتساب المعلومات بسهولة وفي وقت قصير، وفي العملية التعليمية، ^(١٨) حيث ساعد استخدام الإنترنت وبالأخص مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب المعرفة السياسية، ^(١٩)

والتعليم عن بعد، حيث التفاعل السريع بين الطالب وكتيته، والطالب وزملائه، (٢٠) وأضافت دراسة (لمياء محسن محمد حسن، ٢٠١٥) (٢١) دوافع معرفة أفكار الآخرين من الناس، وللتفاعل مع الأصدقاء والمعارف، ولمعرفة ما يجري من أحداث مجتمعية، والتعبير عن الرأي دون قيود، وأبرزت دراسة (نوره حمدي، ٢٠١٤) (٢٢) دوافع توفير الوقت والجهد والحصول على المعلومات بسهولة، وأكدت دراسة (الحسن على محمد الذاري، ٢٠١١) (٢٣) على أن الوصول للمعلومات من أكثر الدوافع الفعّية لاستخدام شبكة الإنترنت حيث تنوع مصادر المعلومات بها سواء التثقيفية أو التعليمية، في حين أشارت دراسة (نرمين زكريا خضر، ٢٠٠٩) (24) إلى أن نسبة ٥٥,١% من عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ٦ شهور فأكثر، وجاء دافع التسلية والترفيه من أولى الدوافع التي ذكرتها العينة لاستخدام الفيس بوك.

- وأشارت دراسة (بندر عبد العزيز قليل الحارثي، ٢٠١٤) (٢٥) إلى أن التطور التكنولوجي الحديث وظهور التطبيقات الحديثة الخاصة بمواقع الفيس بوك وتويتر ويوتيوب على الهواتف الذكية إلى ارتفاع نسبة الدخول إلى هذه المواقع من خلال تلك التطبيقات، وأكدته دراسة (Nathan Jurgenson، ٢٠١٢) (٢٦) بأن ارتفاع استخدام الهواتف النقالة يرجع لتصفح المواقع الاجتماعية وهو ما يؤكد على الدور الرئيسي للتكنولوجيا في نشر المعلومات، وهو ما أكدته دراسة (David Westerman & others، 2٠١٤) (٢٧) أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً هاماً للمعلومات، وترتفع مستوى مصداقية المعلومات المقدمة عبرها، وفي هذا الشأن أثبتت دراسة (David Ingentio، ٢٠١٠) (28) ارتفاع نسبة المشاركة بالمواقع الاجتماعية الإلكترونية حيث وجد تأثير لما ينشر من موضوعات وروابط إلكترونية ومقاطع الفيديو وصور في مجموعات النقاش الموجودة على موقع الفيس بوك.

- تنوعت التطبيقات التي يستخدمها الشباب المصري عبر الهاتف المحمول تحديداً وكذلك الوسائل التكنولوجية الحديثة، فأشارت دراسة (نوره حمدي، ٢٠١٤) (٢٩) إلى أن أسباب استخدامات الهواتف المحمولة تتركز في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت دراسة (سمر عبد الرؤف، ٢٠١٢) (٣٠) إلى أن ٣١,٩% من المبحوثين يستخدمون (البلوتوث)، وأن الملفات الفنية هي أولى الملفات التي يتم تبادلها بين بعضهم البعض عبر البلوتوث.

- **وظهرت جودة الهاتف النقال في العملية التعليمية،** حيث أشارت دراسة (ضحى أحمد عبد المنعم سلامة، ٢٠١٥) ^(٣١) إلى فعالية إدارة ودراسة المقرر الإلكتروني على الهاتف النقال على تطوير جوانب المعرفة والمهارات لطلاب تكنولوجيا التعليم، وأكدت دراسة (فريد محمد السيد عبد الرحمن، ٢٠١٥) ^(٣٢) على وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية (القائمة على تكنولوجيا التعليم النقال) في التطبيقين القبلي والبعدي لاختبار التحصيل المعرفي لمهارات البرمجة لصالح التطبيق البعدي.

- **وكان التسويق والشراء عن بعد أو عبر الإنترنت، أحد الوظائف الأساسية التي يقوم بها الهاتف المحمول إلى جانب الإتاحة المعلوماتية والمعرفية للأخبار العامة والخاصة بالنسبة للفرد،** فمثلاً أشارت دراسة (Seungwon Lee & Chung Hun Lee "Shawn"، ٢٠١٤) ^(٣٣) إلى أن لأجهزة المحمولة تطورت كأدوات هامة للاتصال والتسويق عن بعد، مثل عقد الاجتماعات وأخذ قرارات من على بعد وأيضاً متابعة كل ما هو جديد في أي مكان في العالم، وأوضحت دراسة (مها عبد الشافي عبد الشافي الشربيني، ٢٠٠٩) ^(٣٤) أن تصميم الإعلان والتسويق المباشر عبر الهاتف النقال يساهم في نجاح الإعلان ويرجع ذلك للاستخدام الجيد لعناصر وأسس التصميم الخاصة بالإعلان عبر الهاتف النقال مما يساهم في نجاح هذا الإعلان وظهوره بالشكل المراد على شاشة العرض الصغيرة، وأن إلمام المصمم بأساسيات وعناصر التصميم وكذلك الأشكال القياسية له يؤدي إلى ظهور الإعلان على شاشة الهاتف النقال وهو يحمل مواصفات قياسية تجعله في أحسن صورته.

- **وكان للهواتف الذكية دور في متابعة الأخبار واستهلاكها،** حيث أشارت كل من دراسة (Jiao Xu & others، ٢٠١٤) ^(٣٥) ودراسة (Sylvia Chan-Olmsted & others، ٢٠١٣) ^(٣٦) إلى أن استهلاك الأخبار عبر الهاتف المحمول يؤدي لمزيد من التقدير للمحتوى الإخباري لسرعة تداول الأخبار، وهو ما يبرر اعتماد الشباب بشكل كبير على الأخبار من الهاتف المحمول، كما أضافت دراسة (هدى محمد السيد صلاح الدين، ٢٠١٤) ^(٣٧) استخدام آخر للهواتف الذكية وهو تناول تطبيقات الويب المتاح عبر الهواتف النقالة في مواقع المكتبات بتصفح الفهارس المتنقلة على الخط المباشر، وقواعد البيانات المتنقلة، والشبكات الاجتماعية المتنقلة، والرسائل النصية القصيرة وغيره.

- وكان لاستخدام الهاتف المحمول دوراً في تحقيق ما يسمى بإعلام المواطن، حيث أشارت دراسة (Mawindi Mabwea Zara, 2011) ^(٣٨) لدور الهاتف المحمول في تحقيق سرعة ودقة التغطية الإخبارية للأحداث سواء التي كانت تبث على المواقع الالكترونية الإخبارية أو التي يشارك المواطن في صنعها، كما أشارت دراسة (Kristen Purcell & others, 2011) ⁽³⁹⁾ أن الأخبار المحلية أصبحت تنتقل عبر الهاتف المحمول، وقد أكدت الدراسة على أن ٣٥٪ من مستهلكين الأخبار المحلية من خلال الهاتف المحمول يشعرون بأنهم سيكونون من المؤثرين في مجتمعهم، كما أكد ٦٥٪ أن مواكبة المعلومات حول مجتمعهم أصبحت أسهل مما كانت عليه منذ خمس سنوات مضت، بينما ٥١٪ يلجأون إلى ستة مصادر مختلفة للحصول على الأخبار والمعلومات المحلية، كما أوضحت دراسة (Antony and Thomas, 2010) ^(٤٠) أن الهاتف المحمول يتم استخدامه بكثافة في تصوير الفيديو لتغطية الأحداث والأخبار من قبل المواطن العادي ثم تنزيل هذه المواد المصورة على موقع اليوتيوب ومشاركتها مع الآخرين.

- تنوعت آثار استخدام الإنترنت عامة سواء عبر الكمبيوتر العادي أو الهاتف المحمول ما بين الإيجابي والسلبي، حيث أكدت دراسة (مصطفى إبراهيم أحمد حسين، ٢٠١٤) ^(٤١) على وجود تأثير لإدمان الإنترنت على السلوك الأخلاقي، وكذلك تأثير على العلاقات الاجتماعية الأسرية، ^(٤٢) والنسق القيمي، ^(٤٣) وذلك على النحو التالي:

وعن الأثر السلبي، فقد أوضحت دراسة (رانيا رمزي حليم الياس، ٢٠٠٨) ^(٤٤) أن استخدام الهاتف المحمول على الرغم من تدعيمه عملية التواصل الاجتماعي بين الأهل والأصدقاء إلا أنه فيما بعد مع كثافة الاستخدام والاعتماد على الهاتف المحمول فقط يحول العلاقات الاجتماعية إلى مجرد رنات ورسائل مما يؤدي بعد ذلك إلى فقدان الاتصال وجهاً لوجه، وافتقاد التفاعلات المباشرة، كما أن تقنية البلوتوث اعتبرها البعض وسيلة للتواصل والتعارف والبعض الآخر يعتبرها وسيلة للفساد فهي تقنية لا تحكمها أي قيود أو قوانين، وأضافت دراسة (فوزية العلي، ٢٠٠٩) ^(٤٥) أن أهم تأثيرات الإنترنت على العلاقة بالأسرة هي: تؤدي إلى العزلة عن الأسرة بنسبة ٣٦,٨%، والإدمان على الإنترنت بنسبة ٣١,٢%، والسعي المستمر للسرية بنسبة ١٩,٢%، والشعور بالقلق من متابعة الأسرة بنسبة ١٣%، وهو ما أكدت عليه دراسة (نهى عاطف العبد، ٢٠١٥) ^(٤٦) بأن التواصل عبر الإنترنت من خلال مواقع

التواصل الاجتماعي يعمل على تقليص التواصل الإنساني بين أفراد الأسرة، كما أشارت دراسة (حسناء محرم لطفي يسن، ٢٠١٥)^(٤٧) إلى أن للإنترنت والهاتف المحمول تأثيراته على البنية الأسرية، منها إصابة أفراد الأسرة بالاعترا ب وتنامي النزعات الفردية والعزلة داخل الأسرة وانحسار علاقاتها الاجتماعية واقتقاد الأسرة للغة الحوار وغيرها.

- أما عن الأثر الإيجابي، فقد أشارت دراسة (رانيا رمزي حليم الياس، ٢٠٠٨)^(٤٨) إلى مساعدة الهواتف الذكية في إنجاز الأعمال، وأضافت دراسة (منى محمد جعفر الدولتي، ٢٠١٥)^(٤٩) مساعدته في سرعة التعبير عن الرأي عبر مختلف التطبيقات المتاحة على الهاتف المحمول في أي وقت ومن أي مكان، أي يكون المواطن متابع فوري وأني للأحداث ومعبر برأيه في وقتها، والاتصال.

- وأشارت إحصاءات الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي إلى ارتفاع معدلات استخدام مواقع الإجتماعية الالكترونية على مستوى مصر، ويأتي الفيس بوك في المرتبة الأولى كأكثر المواقع ارتياداً من قبل المصريين، بينما احتل محرك البحث جوجل المرتبة الثانية، وقد جاء اليوتيوب في المركز الثالث، بينما جاء التويتر في المرتبة رقم ٢٦ وفقاً لتفضيلات المصريين علي شبكة الإنترنت،⁽⁵⁰⁾ وتتفق مع النتيجة السابقة ما توصلت له دراسة (عماد الدين علي أحمد جابر، ٢٠١٥)^(٥١) وتأتي مصر على قمة الدول العربية من حيث استخدام الفيس بوك حيث ينتشر استخدام الفيس بوك في مصر بين النشء والشباب بصفة خاصة، كما ينتشر استخدام الفيس بوك بين الخريجين أكثر من طلبة الجامعات والمدارس.^(٥٢)

- وعن آثار تصفح مواقع التواصل الاجتماعي كأحد التطبيقات التي يتابعها الجمهور عبر الهاتف الذكي، فجاء في دراسة (Catalina Laura Toma)^(٥٣) إلى أن التعرض للصفحات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجابياً في المستخدمين، حيث يدفعهم للشعور بالحميمية والتواصل، إلا أن الاستخدام المستمر لموقع الفيس بوك ولفترات طويلة يؤثر علي أداء المستخدمين للمهام اليومية في الحياة، كما أشارت دراسة (نرمين زكريا خضر، ٢٠٠٩)^(٥٤) إلى أن أهم آثار استخدام هذه الصفحات هي الشعور بالذات والقدرة على المشاركة في اتخاذ القرار.

- وأكدت دراسة (Lee and Paris، ٢٠١٠)⁽⁵⁵⁾ على ثقة المستخدمين في موقع الفيس بوك تؤثر إيجاباً في قبولهم للموقع وسلوكياتهم تجاه حضور الحدث، الذي

تتم الإشارة له، كما أن قبول المستخدمين لصفحات الأحداث الاجتماعية في موقع الفيس بوك قد يؤثر بشكل إيجابي في نواياهم لحضور الحدث، الذي يتم الترويج له.

تعليق الباحثة على الدراسات السابقة:

- ندرة الدراسات التي تهتم بدراسة تأثيرات التكنولوجيا الاتصالية على الشباب بشكل عام العربي والمصري بشكل خاص فيما يتعلق بعلاقاتهم الأسرية وتشكيلهم للصدقات المختلفة مع الآخري، لذا اهتمت الباحثة أن تستخدم في دراستها الحالية مدخل الاستخدامات والتأثيرات الذي هو تطور لمدخل الاستخدامات والإشباع، والتركيز على جانب التأثيرات التي تحدثها هذه التكنولوجيا على الشباب معرفياً ووجدانياً وسلوكياً واتجاهياً، وكذلك تأثيراتها على تفاعلهم وتواصلهم مع العالم المحيط بهم وخاصة أسرهم.
- تبين للباحثة من خلال نتائج الدراسات السابقة ارتفاع استخدام الشباب للوسائل الاتصالية الحديثة خاصة كلما ارتفع مستواها التكنولوجي والذي بالتبعية يتيح تنوع التطبيقات المختلفة أمامهم للتواصل والتفاعل مع العالم الخارجي، بل أثبتت بعض الدراسات أن هذه الوسائل الاتصالية التكنولوجية تم الاعتماد عليها مؤخراً في التبادل المعرفي وإنجاز المهام وتحقيقها على صعيد العمل وليس فقط على صعيد العلاقات الأسرية والاجتماعية وتكوين الصداقات، ويرجع ذلك لتوفير هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة الهواتف المحمولة الذكية توفير الوقت والجهد اللازمين للوصول للمعلومة ومتابعة تطوراتها ومستجداتها.
- اتضح أن لهذه الوسائل التكنولوجية الحديثة القدرة على إحداث تأثيرات معرفية والاتجاهية والوجدانية والسلوكية عند الشباب، ويرجع ذلك لارتفاع معدلات التفاعل معها وذلك لما تقدمه هذه الوسائل التكنولوجية للشباب من مميزات إضافية لتحقيق التفاعلية مع الأحداث والمناسبات العامة والخاصة بشكل سريع، كقدرته على التصوير والتعليق بالكتابة معاً وبت هذه المواد المصورة والمكتوبة عبر المواقع المختلفة التي يدخلها عبر هاتفه الذكي لتبادلها مع الأصدقاء والأسرة.
- ابتكرت تطبيقات الهواتف المحمول المتطورة ما يسمى بمفهوم إعلام المواطن، فالمواطن لم يعد متلقياً للمعلومة بل أصبح مشاركاً ومبتكراً لصناعة المعلومة على اختلاف الأشكال ما بين كونها نصية أو مصورة أو فيديو، كما أدى ارتفاع تقنيات الهواتف الذكية إلى توظيفها في أعمال التسويق الإلكتروني والشراء عن بعد.

سادساً: تساؤلات الدراسة:

- ما الوسائل التي يستخدمها الشباب المصري للدخول على شبكة الإنترنت؟
- ما أسباب تفاعل الشباب المصري مع تطبيقات الهواتف الذكية؟
- ما دوافع استخدام الشباب المصري للتكنولوجيا الحديثة؟
- ما التأثيرات الاتصالية لاستخدام الشباب المصري لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة؟
- ما أنماط النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية التي تحدث للشباب المصري نتيجة التفاعل مع وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة؟
- ما اتجاهات الشباب المصري نحو التكنولوجيا الحديثة وأثرها على علاقتهم بأسرهم؟

سابعاً: فروض الدراسة:

- **الفرض الرئيسي الأول:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام لوسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب من حيث (النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، المؤهل التعليمي، نمط التعليم، جهة العمل، طبيعة مسكن الإقامة، المستوى الاقتصادي).
- **الفرض الرئيسي الثاني:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام وسائل الاتصال الحديثة (النفعية، والطقوسية) وخصائص الشباب من حيث (النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، المؤهل التعليمي، نمط التعليم، جهة العمل، طبيعة مسكن الإقامة).
- **الفرض الرئيسي الثالث:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للشباب المصري على دوافع عينة الدراسة (النفعية، والطقوسية) لاستخدام تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة.
- **الفرض الرئيسي الرابع:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين كل من الدوافع (النفعية-الطقوسية) وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين اكتساب الشباب الجامعي للقيم، والسلوكيات السلبية الناتجة من استخدام لوسائل التكنولوجيا الحديثة.

- **الفرض الرئيسي الخامس:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الشباب الجامعي لوسائل التكنولوجيا الحديثة وبين نوعية التأثيرات الاتصالية (المعرفية- الاتجاهية- الوجدانية- السلوكية) لهذه التكنولوجيا وعلاقتهم بأسرتهم.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة وصفية والتي تستهدف وصف وتحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة للظاهرة محل الدراسة، حيث تهدف الباحثة إلى دراسة استخدامات الشباب المصري لوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة للدراسة الميدانية لصعوبة حصر مجتمع الدراسة الميدانية كاملاً.

٢- مجتمع وعينة الدراسة وأداة جمع البيانات:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور الشباب المصري، وتعتمد الدراسة على اختيار عينة عشوائية بسيطة منه بلغ عددهم ٤٠٠ مفردة، وتم استهداف بعض الجامعات الحكومية (القاهرة) والخاصة (الجامعة الحديثة)، والنوادي (نادي وادي دجلة، نادي الأهلي، مركز شباب الجزيرة)، والمولات التجارية (سيتي سنارز، جنية محمول، سيتي مول) لأجل سحب عينة من الشباب من مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والعمرية، خلال أربع شهور (سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر ٢٠١٤).

وقامت الباحثة بتصميم صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات منهم وتشمل مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، علاوة على صياغة مجموعة من العبارات التي تمثل في تكاملها سبيلاً في التعرف على تأثيرات استخدام التكنولوجيا الحديثة على العلاقات الأسرية.

أما عن خصائص عينة الدراسة الميدانية فهي على النحو التالي:

أولاً: خصائص عينة الدراسة من حيث النوع والحالة الاجتماعية والفئة العمرية والإقامة:

١- ارتفعت نسبة الإناث المشاركات في الدراسة بـ ٥٦% مقابل نسبة ٤٤% لمشاركة الذكور، وكان نسبة ٧١,٢% من العينة عزباء غير متزوجين في مقابل نسبة ٢٨,٨% من العينة متزوجين.

٢- تبين أن نسبة ٦٠,٧% من العينة تقع في الفئة العمرية ما بين ١٨ إلى أقل من ٢٦ عاماً، تلاه نسبة ٣٩,٣% من العينة في الفئة العمرية ما بين ٢٦ إلى ٣٥ عاماً، وكان نسبة ٦٥% من العينة لا يعملوا في مقابل نسبة ٣٥% من العينة يزاولاً أعمالاً متنوعة، وجاء في مقدمتهم عاملين في بنوك مصرية وأجنبية بنسبة ٣٥% منهم، تلاه إعلاميين في مبني الإذاعة والتلفزيون بنسبة ٢٢,٩%، ثم نسبة ٢٠,٧% يعملوا كإداريين ورياضيين في الأندية الرياضية المصرية، ثم نسبة ١٢,٩% يعملوا في مراكز ثقافية، وأخيراً نسبة ٨,٦% يعملوا في مؤسسات تنفيذية للدولة.

٣- إن غالبية عينة الدراسة بنسبة ٨٤% من العينة يقمن مع الأسرة، في حين أن نسبة ٧% من العينة يقمن بمفردهن، ونسبة ٥% يقمن في سكن جامعي أو دار للمغتربين، وأخيراً نسبة ٤% يقمن مع الأصدقاء.

ثانياً: خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى التعليمي:

١- تبين أن نسبة ٦١,٣% من العينة حاصلين على شهادة الثانوية العامة، وهم طلبة في مرحلة التعليم الجامعي، تلاه نسبة ٣٦,٣% من العينة حاصلين على شهادة البكالوريوس، ثم نسبة ٢,٥% من العينة الحاصلين على شهادة الماجستير.

٢- إن نسبة ٧٧% من العينة ملتحقين بالجامعات الخاصة، تلاه نسبة ١٤,٥% من العينة ملتحقين بالجامعات الحكومية، وأخيراً نسبة ٨,٥% من العينة الملتحقين في الجامعات الأجنبية.

ثالثاً: خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى الاقتصادي:

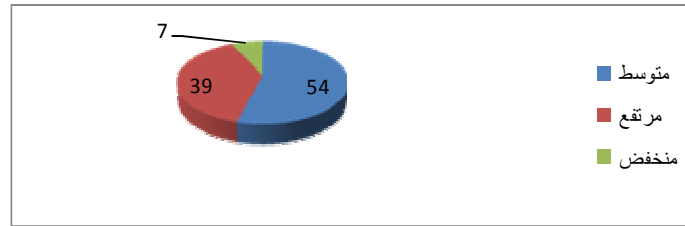
١- كان غالبية عينة الدراسة مالكي وحداتهم السكنية أياً كانت طبيعتها وذلك بنسبة ٨٣% مقابل نسبة ٨,٥% من العينة مستأجرة لها وفقاً لنظام التأجير القديم ونسبة ٨,٥% من العينة مستأجرين لوحداتهم السكنية وفقاً لنظام التأجير الجديد، أما عن طبيعة هذه الوحدات السكنية التي تقطنها العينة، فتبين أن نسبة ٧٦,٥% منها تقطن وحدة سكنية، تلاه نسبة ٢٢% من العينة تقطن فيلا، ثم نسبة ١,٥% من العينة تقطن حجرة واحدة.

٢- ارتفعت نسبة عينة الدراسة التي لها عضوية في النادي وذلك بـ ٤٩,٣% في مقابل نسبة ٥٠,٨% من العينة ليس لها عضوية، وارتفعت نسبة اشتراك العينة التي لها عضوية في أندية مصرية في نادي وادي دجلة بنسبة ٣٩,١%، تلاه نسبة ٢٢,٨% منهم في نادي الأهلي، ثم بنسبة ٨,٦% في نادي الصيد، تلاه نسبة ٦,٦% في نادي أبيدوس طلائع الجيش، ثم نسبة ٥,١% من العينة مشتركة في نادي الرحاب، ثم نسبة ٤,١% من العينة مشتركة في نادي الشمس، ثم نسبة ٤% مشتركين في نادي النصر، تلاه نسبة ٣,٦% من العينة مشتركة في نادي الزهور، وأخيراً نسبة ٣% من العينة مشتركين في كل من نادي القاهرة ونادي دار القوات الجوية.

٣- تبين أن نسبة ٧٤,٨% من العينة يفضلوا أسلوب الشراء النقدي، تلاه نسبة ١٨,٣% من العينة يشترون عن طريق بطاقة الائتمان، ثم نسبة ٥,٥% من العينة يشترون بالتقسيط، وأخيراً نسبة ١,٥% يشترون عن طريق الإنترنت.

٤- أشار نسبة ٤٥,٣% من العينة إلى امتلاكهم لاب توب، تلاه نسبة ٢٠,٧% يمتلكوا سيارة، ثم نسبة ١٥,٩% من العينة يمتلكوا أي فون، ثم نسبة ٨,٥% يمتلكوا تابلت، ثم نسبة ٦,٣% يمتلكوا نسبة أي باد، وأخيراً نسبة ٣,٤% يمتلكوا شالية.

وتستخلص الباحثة مقياساً عاماً للمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة،^(٥٦) فجاء كما يلي:



رسم بياني رقم (١)

يوضح نتائج مستويات عينة الدراسة الاقتصادية

يتضح من الرسم البياني السابق أن نسبة ٥٤% من عينة الدراسة يتسم مستواها الاقتصادي بالتوسط بواقع ٢١٦ مفردة، في حين أن نسبة ٣٩% من العينة يتسم

مستواها بالارتفاع، ويليه نسبة ٧% من العينة التي يتسم مستواها الاقتصادي بالانخفاض، وهي قليلة جداً، أي أن المستوى العام لعينة الدراسة يعد مرتفعاً نوعاً ما، وذلك حسب قيمة المقياس العام للمستوى الاقتصادي والتي جاءت (٦١) درجة.

٣- اختبارات الصدق والثبات:

أولاً: اختبار الثبات: (Reliability) يقصد قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها أي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات والعينة الزمنية والحصول على نفس النتائج.^(٥٧)

ثانياً: اختبار الصدق: (Validity) يعني صدق المقياس المستخدم في قياس المفهوم الذي ترغب الباحثة في قياسه،^(٥٨) وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة قامت الباحثة بعرض أداة صحيفة الاستقصاء على مجموعة من الخبراء والمتخصصين^(٥٩) في مناهج البحث والإعلام.

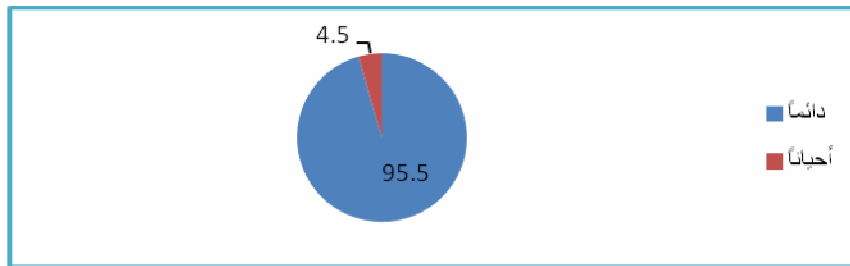
تاسعاً: إدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً:

بعد أن قامت الباحثة بتوزيع استمارات الاستقصاء على عينة الدراسة الميدانية من الشباب الجامعي، تم المراجعة والتدقيق على البيانات التي تم جمعها وتكويد الأسئلة المفتوحة بالاستمارة، لتصبح جاهزة لإدخالها كبيانات في الحاسب عبر برنامج Spss، وإجراء المعاملات الإحصائية.

عاشراً: نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

١: طبيعة الوسائل التي يستخدمها الشباب المصري للدخول على شبكة الإنترنت:



رسم بياني رقم (٢) يوضح مدى استخدام الشباب المصري للإنترنت

تبين أن ٣٨٢ مفردة من العينة وبنسبة ٩٥,٥% تستخدم الإنترنت بشكل دائم في مقابل نسبة ٤,٥% وبواقع ١٨ شاب وشابة يستخدموا الإنترنت أحياناً أي بشكل غير منتظم، وتنوعت الوسائل التي تستخدم عينة الدراسة عبرها الإنترنت، وهي النتائج التي يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (١)

يوضح أي الوسائل يتم استخدام الشباب المصري للإنترنت عبرها

الوسائل	التكرار	النسبة
الهاتف المحمول	٣١٨	٦٩,٦
اللاب توب	١٢٥	٢٧,٤
تايلت	٨	١,٨
النوت بوك	٦	١,٢
الإجمالي	٤٥٧	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الهاتف المحمول كان في مقدمة الوسائل التكنولوجية التي يستخدمها الشباب المصري للدخول على شبكة الإنترنت وذلك بنسبة ٦٩,٦% منهم، تلاه نسبة ٢٧,٤% من العينة التي تستخدم الكمبيوتر المحمول للدخول على الإنترنت، ثم نسبة ١,٨% من العينة التي تستخدم التابلت للدخول على هذه الشبكة، وأخيراً نسبة ١,٢% من العينة التي تستخدم النوت بوك للدخول على هذه الشبكة المعلوماتية، وهي النتيجة التي تختلف مع ما أشارت له دراسة في عام ٢٠١٤^(٦٠) عن اختلاف ترتيبها لوسائل الدخول على الإنترنت ويكون في المقدمة عبر اللاب توب تلاه الكمبيوتر المكتبي، تلاه الهواتف الذكية، ثم عبر أي بات، وهذا ما يعتبر أمراً طبيعياً نظراً لتطور أجهزة المحمول واحتوائها على التطبيقات المختلفة المرتبطة باستخدام الإنترنت.

٢: أسباب تفاعل الشباب المصري مع تطبيقات الهواتف الذكية:

٢/١: مدى امتلاك عينة الدراسة لأنواع الهواتف الذكية:

تمتلك جميع أفراد عينة الدراسة هواتف ذكية وإن اختلفت في مستوياتها، أما عن التطبيقات التي يستخدمها الشباب المصري من خلال الهاتف المحمول الذكي:

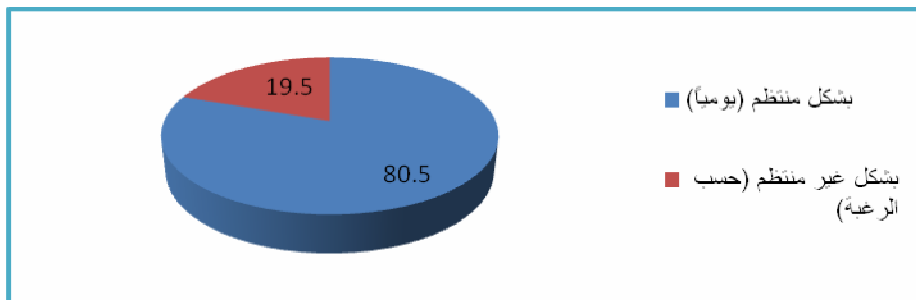
جدول رقم (٢)

أي التطبيقات التي يستخدمها الشباب المصري من خلال الهاتف المحمول الذكي

النسبة	التكرار	التطبيقات
٣٣,٣	٢٤٧	WhatsApp
٢٩,١	٢١٦	Facebook
١٤,٨	١١٠	Instagram
٦,٩	٥١	Twitter
٦,٩	٥١	Viber
٥,٧	٤٢	Messenger
٣,٣	٢٤	Soundcloud
١٠٠	٧٤١	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن تطبيق WhatsApp كان في مقدمة التطبيقات التي يستخدمها الشباب المصري من خلال الهاتف المحمول الذكي وذلك بنسبة ٣٣,٣% من العينة، تلاه نسبة ٢٩,١% من العينة التي تستخدم تطبيق Facebook من خلال الهاتف المحمول الذكي، ثم نسبة ١٤,٨% من العينة التي تستخدم تطبيق Instagram، وجاء تطبيقي Twitter و Viber مستخدمين من قبل نسبة ٦,٩% من العينة ولكل منهما، ثم نسبة ٥,٧% من العينة التي تستخدم تطبيق Messenger، وأخيراً نسبة ٣,٣% التي تستخدم تطبيق Soundcloud عبر الهاتف المحمول الذكي، وتتقارب النتيجة السابقة مع ما أشارت له دراسة (نوره حمدي، ٢٠١٤)^(٦١) إلى أن أسباب استخدامات الهواتف المحمولة تتركز في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

٢/٢: مدى انتظام الشباب المصري في استخدام التطبيقات عبر الهاتف الذكي:



رسم بياني رقم (٣)

يوضح مدى انتظام الشباب المصري في استخدام التطبيقات عبر الهاتف الذكي

يتضح من الرسم البياني السابق أن نسبة ٨٠,٥% وبواقع ٣٢٢ مفردة من عينة الدراسة تستخدم التطبيقات المختلفة عبر الهاتف المحمول الذكي بانتظام ويومياً في حين أن نسبة ١٩,٥% وبواقع ٧٨ مفردة من العينة تستخدم هذه التطبيقات بشكل غير منتظم وحسب الرغبة، وتدل هذه النتيجة على كثافة استخدام تطبيقات الهاتف المحمول، وهو ما يتفق مع دراسة (Antony and Thomas، ٢٠١٠).^(٦٢)

٢/٣: عدد ساعات استخدام الشباب المصري لتطبيقات الهاتف الذكي يومياً:

جدول رقم (٣)

عدد ساعات استخدام الشباب المصري لتطبيقات الهاتف الذكي يومياً

النسبة	التكرار	عدد ساعات
٣٠	١٢٠	أكثر من سبع ساعات يومياً
٢٤,٨	٩٩	من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات
١٩,٥	٧٨	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات
١٥,٣	٦١	من خمس ساعات إلى أقل من سبع ساعات
١٠,٥	٤٢	أقل من ساعة
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق عن أن نسبة ٣٠% من عينة الدراسة تستخدم هذه التطبيقات عبر الهاتف المحمول الذكي لأكثر من سبع ساعات يومياً، تلاه نسبة ٢٤,٨% من العينة التي تستخدم هذه التطبيقات من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، ثم نسبة ١٩,٥% من العينة التي تستخدم هذه التطبيقات من ثلاث إلى أقل من خمس ساعات، تلاه نسبة ١٥,٣% من العينة التي تستخدم هذه التطبيقات من خمس إلى أقل من سبع ساعات، وأخيراً نسبة ١٠,٥% من العينة التي تستخدم هذه التطبيقات لأقل من ساعة.

٢/٤: أسباب استخدام الشباب المصري لتلك التطبيقات:

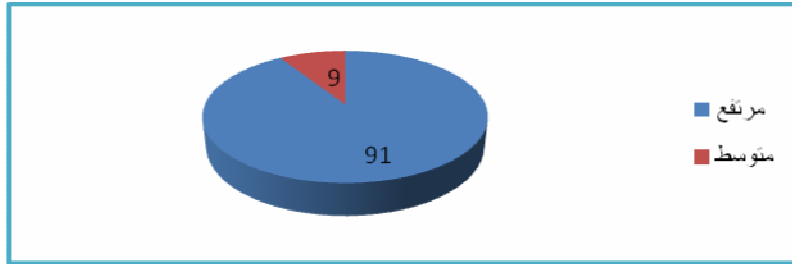
جدول رقم (٤)

أسباب استخدام الشباب المصري للتطبيقات عبر الهاتف الذكي

النسبة	التكرار	الأسباب
٣٠,٣	٢٥٨	التسلية والترفيه
٢٩,٣	٢٥٠	المحادثة مع الغير
١٨,٥	١٥٨	متابعة ما يستجد على الساحة من أخبار وقضايا تمس المواطنين في مختلف المجالات
٩,٣	٧٩	المشاركة في مجموعات على المواقع وتبادل المعلومات والآراء
٩	٧٧	نشر صور أو فيديو حول حدث معين
٢,١	١٨	إبداء رأي في موضوعات متنوعة
١,٤	١٢	التسوق الإلكتروني
١٠٠	٨٥٢	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة ٣٠,٣% من العينة تستخدم التطبيقات عبر الهاتف الذكي لتحقيق التسلية والترفيه وذلك في مقدمة أسباب الاستخدام، تلاه نسبة ٢٩,٣% من العينة التي تستخدم هذه التطبيقات للمحادثة مع الغير في المرتبة الثانية، تلاه نسبة ١٨,٥% من العينة التي تستخدم هذه التطبيقات لمتابعة ما يستجد على الساحة من أخبار وقضايا تمس المواطنين في مختلف المجالات في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة جاء المشاركة في مجموعات على المواقع وتبادل المعلومات والآراء بنسبة ٩,٣% من العينة، تلاه حرص نسبة ٩% من العينة على نشر صور أو فيديو حول حدث معين عبر هذه التطبيقات، ثم استخدام نسبة ٢,١% من العينة لهذه التطبيقات لإبداء رأي في موضوعات متنوعة، وأخيراً نسبة ١,٤% من العينة التي تستخدم هذه التطبيقات لتحقيق التسوق الإلكتروني.

- وتتفق النتيجة السابقة مع ما أشارت له دراسة (نوره حمدي، ٢٠١٤)،^(٦٣) ودراسة (نرمين زكريا خضر، ٢٠٠٩)^(٦٤) إلى أن دافع التسلية والترفيه من أولى الدوافع التي ذكرتها العينة لاستخدام الفيس بوك، وإتاحة فرصة للتعبير عن رأيهم دون رقابة أو قيود، والحصول على المعلومات بسهولة.
- ٢/٥: معدل استخدام الشباب المصري لتطبيقات الهواتف الذكية:^(٦٥)



رسم بياني رقم (٤)

يوضح نتائج مستويات عينة الدراسة من استخدام تطبيقات الهواتف الذكية

يتضح من الرسم البياني السابق أن نسبة ٩١% من عينة الدراسة تستخدم تطبيقات الهواتف الذكية كتصفح مواقع التواصل الاجتماعي أو WhatsApp عبر هذه الهواتف بكثافة بواقع ٣٦٤ مفردة، في حين أن نسبة ٩% من العينة تستخدم بكثافة متوسطة لهذه التطبيقات بواقع ٣٦ مفردة، وهي قليلة جداً، أي أن الاستخدام العام لعينة الدراسة يعد مرتفعاً، وذلك حسب قيمة المقياس العام للاستخدام والتي جاءت (٨٦,٣) درجة، وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت له دراسة (David Westerman & others (2014)^(٦٦)، ودراسة (Nathan Jurgenson،

٢٠١٢)^(٦٧) بارتفاع استخدام الهواتف النقالة لتصفح المواقع الاجتماعية وهو ما يؤكد على الدور الرئيسي للتكنولوجيا في نشر المعلومات.

٣: دوافع استخدام الشباب المصري لتطبيقات الهواتف الذكية:

تبين من التحليل الكمي أن متوسط مقياس الدوافع العام للمبجوثين لاستخدام التكنولوجيا الحديثة عبر التطبيقات المختلفة كان بدرجة (٨٠,٤)، وهو الأمر الذي يدل على ارتفاع مستوى الدوافع المتوافرة لدى عينة الدراسة لاستخدام هذه التطبيقات، وكانت مستويات عينة الدراسة من حيث دوافع استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة بتطبيقاتها المختلفة كما يلي:

جدول رقم (٥)

نتائج مقياس دوافع استخدام تطبيقات الهواتف الذكية لعينة الدراسة الميدانية

النسبة	التكرار	مستوي الدوافع
٧٣,٥	٢٩٤	مستوى مرتفع
٢٦,٥	١٠٦	مستوى متوسط
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العينة لديها دوافع مرتفعة لاستخدام تطبيقات الهواتف الذكية بنسبة ٧٣,٥%، تلاه نسبة ٢٦,٥% من العينة التي لديها دوافع متوسطة لاستخدام هذه التطبيقات، والجدير بالذكر أن الدوافع لدى عينة الدراسة تنقسم إلى دوافع طقوسية ودوافع نفعية، ويلاحظ عدم وجود مستوى منخفض في مستوى الدوافع العام رغم ظهوره بنسبة بسيطة جدا مع كل من الدوافع النفعية والطقوسية.^(٦٩) وعلى صعيد النتائج التفصيلية للمقاييس الفرعية التي تكون المقياس العام للدوافع كما يلي:

أولاً: الدوافع النفعية: وتعني تحقيق استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بتطبيقاتها المختلفة التعلم، والمعرفة، والإمداد بالمعلومات وغيرها من الإشباعات التي تحقق منفعة معرفية أو ثقافية، وكان نتيجة مقياس دوافع التعرض النفعية لوسائل التكنولوجيا الحديثة هي ارتفاع مستوى تواجدها لدى العينة، بمتوسط درجته (٧٩,٦)، حيث تدل النتيجة على أن العينة تحرص على الاستفادة المعلوماتية من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بتطبيقاتها المختلفة على الصعيد الشخصي أو العمل أو التواصل مع الآخرين وتبادل المعلومات معهم، ويوضح الجدول التالي مستويات دوافع العينة النفعية كما يلي:

جدول رقم (٦)

نتائج مقياس دوافع عينة الدراسة النفسية

النسبة	التكرار	مستوي الدوافع النفسية
٦٢,٣	٢٤٩	مستوى مرتفع
٣١,٢	١٢٥	مستوى متوسط
٦,٥	٢٦	مستوى منخفض
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العينة يرتفع لديها السعي نحو تحقيق منفعة علمية أو معلوماتية بنسبة ٦٢,٣%، تلاه المستوى المتوسط من الدوافع بنسبة ٣١,٢%، وأخيراً المستوى المنخفض من الدوافع النفسية بنسبة ٦,٥%، والعبارات التي عبرت عن الدوافع النفسية كما يلي- مرتبة من أعلى عبارة حظيت على موافقة فالأقل:

جدول رقم (٧)

الدوافع النفسية من استخدام الشباب المصري للتكنولوجيا الحديثة

معارض		إلى حد ما		موافق		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	
١,٥	٦	١٧,٥	٧٠	٨١	٣٢٤	التعرف على أهم الأحداث التي تدور في المجتمع
١	٤	٢٩,٣	١١٧	٦٩,٨	٢٧٩	لزيادة معلوماتي حول قضايا وموضوعات مختلفة.
١٧,٥	٧٠	٣٥,٥	١٤٢	٤٧	١٨٨	للحوار وتبادل الآراء مع شخصيات جديدة وغريبة عنى واكتساب خبرات جديدة

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- ١- وافق نسبة ٨١% من العينة على استخدامها لتطبيقات الهواتف الذكية لتمكينها لهم التعرف على أهم الأحداث التي تدور في المجتمع سريعاً، تلاه نسبة ١٧,٥% من العينة ترى تحقق هذه المنفعة أحياناً، في حين عارض تحقق هذه المنفعة نسبة قليلة من العينة بلغت ١,٥%.
- ٢- أكد نسبة ٦٩,٨% من العينة على استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية لزيادة معلوماتهم حول القضايا والموضوعات المختلفة، تلاه نسبة ٢٩,٣% من العينة ترى تحقق هذه المنفعة أحياناً، في حين عارض تحقق هذه المنفعة نسبة قليلة من العينة بلغت ١%.

٣- أشار نسبة ٤٧% من العينة لاستخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية للحوار وتبادل الآراء مع شخصيات جديدة وغريبة عنهم لاكتساب خبرات متنوعة وجديدة بشكل دائم، تلاه نسبة ٣٥,٥% من العينة ترى تحقق هذه المنفعة أحياناً، في حين عارض تحقق هذه المنفعة نسبة ١٧,٥% من العينة.

٤- وتتفق النتائج السابقة مع نتائج كل من دراسة (الحسن على محمد الذاري، ٢٠١١) ^(٧٠) التي أكدت على الوصول للمعلومات من أكثر الدوافع النفعية لاستخدام شبكة الإنترنت حيث تنوع مصادر المعلومات بها سواء التثقيفية أو التعليمية، وكل من دراسة (Jiao Xu & others, ٢٠١٤) ^(٧١) ودراسة (Sylvia Chan-Olmsted & others, ٢٠١٣) ^(٧٢) اللتان أكدا على أن استهلاك الأخبار عبر الهاتف المحمول يؤدي لمزيد من التقدير للمحتوى الإخباري لسرعة تداول الأخبار، وهو ما يبرر اعتماد الشباب بشكل كبير على الأخبار من الهاتف المحمول.

ثانياً: الدوافع الطقوسية: وتعني اعتياد عينة الدراسة على تلبية الاحتياجات بشكل غير متعمد وغير مقصود كالتخلص من الملل، وتمضية الوقت، ونسيان المشكلات اليومية، وكان نتيجة مقياس الدوافع الطقوسية هي بمتوسط درجته (٨١,١)، حيث تدل النتيجة على ارتفاع تحقق الدوافع الطقوسية بشكل كبير حيث الاعتياد على استخدام هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة لتلبية الاحتياجات الترفيهية والتسلية، ويوضح الجدول التالي مستويات دوافع العينة الطقوسية كما يلي:

جدول رقم (٨)

نتائج مقياس دوافع عينة الدراسة الطقوسية

النسبة	التكرار	مستوي الدوافع الطقوسية
٦٩	٢٧٦	مستوى مرتفع
٢٧	١٠٨	مستوى متوسط
٤	١٦	مستوى منخفض
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العينة يرتفع لديها السعي نحو تحقيق المنفعة الترفيهية والتسلية عبر التطبيقات المختلفة بالهواتف الذكية بنسبة ٦٩%، تلاه المستوى المتوسط من الدوافع بنسبة ٢٧%، وأخيراً المستوى المنخفض من الدوافع الطقوسية بنسبة ٤%، والعبارات التي عبرت عن الدوافع الطقوسية كما يلي- مرتبة من أعلى عبارة حظيت على موافقة فالأقل:-

جدول رقم (٩)

الدوافع الطقوسية من استخدام الشباب المصري للتكنولوجيا الحديثة

معارض		إلى حد ما		موافق		العبارة
%	ك	%	ك	%	ك	
٥	٢٠	١٢,٥	٥٠	٨٢,٥	٣٣٠	تعودت على استخدام الهاتف الذكي يومياً
٤,٥	١٨	٢٦,٣	١٠٥	٦٩,٣	٢٧٧	للتحدث مع أصدقائي حول الموضوعات التي يتم تقديمها.
١١	٤٤	٣٣,٨	١٣٥	٥٥,٣	٢٢١	لمجرد التسلية والتخلص من حالة الملل

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

١- وافق نسبة ٨٢,٥% من العينة بشكل كبير على اعتيادهم استخدام الهاتف الذكي يومياً، تلاه نسبة ١٢,٥% التي لم تجزم موقفها بالنسبة لتحقيق هذا الاعتياد، في حين عارض نسبة ٥% من العينة تحقق هذا الاعتياد، حيث استخدامه لا بد أن يكون مقصوداً ولتحقيق هدف معين.

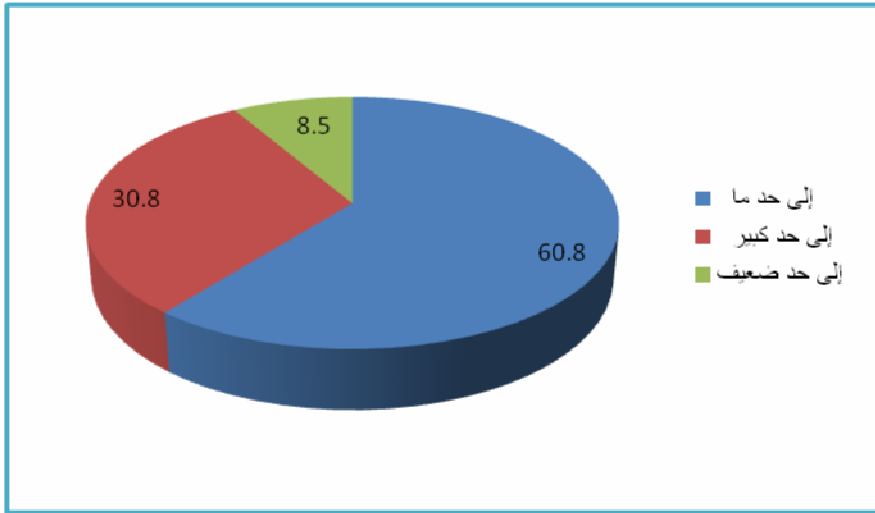
٢- أكد نسبة ٦٩,٣% من العينة على تحديثهم مع أصدقائهم حول الموضوعات التي يتم تقديمها عبر تطبيقات الهواتف الذكية بشكل كبير، تلاه نسبة ٢٦,٣% من العينة التي تتحدث تارة وتارة أخرى لا تتحدث عن الموضوعات التي تتطالعها في تطبيقات الهواتف الذكية، وأخيراً عارض نسبة ٤,٥% تحقق هذا الأمر، حيث تكون مواد الحديث مع الأصدقاء أشمل مما يقدم عبر هذه التطبيقات.

٣- وتتفق النتيجة السابقة مع ما جاء في دراسة (Catalina Laura Toma) (٢٠١٠) ^(٣) بأن التعرض للصفحات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجابياً في المستخدمين، حيث يدفعهم للشعور بالحميمية والتواصل، حيث الاعتياد على ذلك يومياً.

٤- أشار نسبة ٥٥,٣% من العينة على أن استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية كان لمجرد تحقيق التسلية والتخلص من حالة الملل، تلاه نسبة ٣٣,٨% من العينة التي ترى بشكل غير دائم أن هذه التطبيقات تساعد على تحقيق التسلية أحياناً، في حين عارض نسبة ١١% من العينة تحقق هذه المنفعة من الاستخدام.

٤ : التأثيرات الاتصالية لاستخدام الشباب المصري لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

١/٤ : مدى تأثير وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة كأدوات فاعلة على قرارات الشباب المصري يومياً:

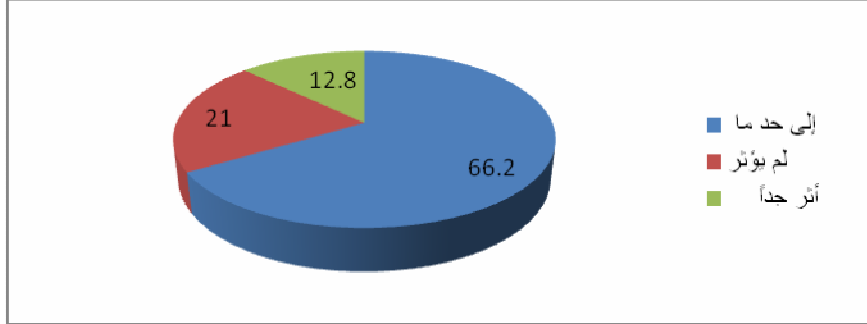


رسم بياني رقم (٥)

يوضح مدى تأثير وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة كأدوات فاعلة على قرارات الشباب المصري يومياً

أكدت نسبة ٦٠,٨% من العينة بواقع ٢٤٣ مبحوث على أن وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة لها تأثير كأدوات فاعلة على قراراتهم اليومية وذلك إلى حد ما، تلاه نسبة ٣٠,٨% من العينة بواقع ١٢٣ مبحوث والتي أشارت إلى تأثير هذه الوسائل الاتصالية التكنولوجية على قراراتهم اليومية بشكل كبير، في حين جاء نسبة ٨,٥% من العينة بواقع ٣٤ مبحوث والتي أوضحت ضعف تأثير هذه الوسائل على قراراتهم اليومية.

٢/٤: تأثير استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة على علاقة الشباب المصري بأسرهم:



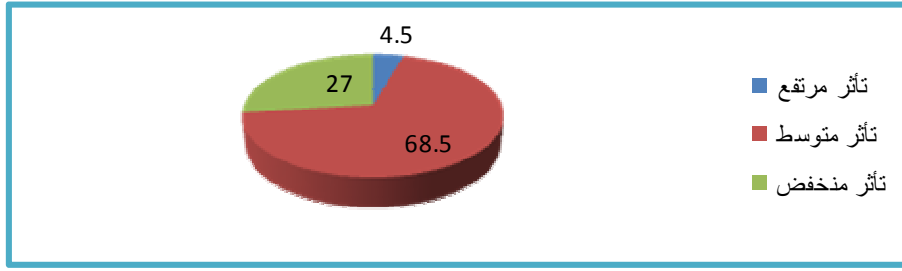
رسم بياني رقم (٦)

تأثير استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة على علاقة الشباب المصري بأسرهم

أشار نسبة ٦٦,٢% من العينة بواقع ٢٦٥ مبحوث إلى أن استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة يؤثر على حد ما على علاقة الشباب المصري بأسرهم، ونسبة ١٢,٨% من الشباب المصري بواقع ٥١ مبحوث يؤثر استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة على علاقتهم بأسرهم، في حين أن نسبة ٢١% من الشباب المصري بواقع ٨٤ مبحوث لا يؤثر استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة على علاقتهم بأسرهم.

٣/٤: أنواع التأثيرات الاتصالية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة على الشباب المصري:

تبين من التحليل الكمي أن عينة الدراسة من الشباب الجامعي يرتفع لديها التأثير السلبي نتيجة استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة، وذلك بـ (٤١) درجة، حيث تبين أن عينة الدراسة توسط لدى نسبة ٦٨,٥% منهم التأثير باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بتطبيقاتها المتنوعة على علاقتهم الأسرية، تلاه نسبة ٢٧% من العينة التي انخفض لديها مستوى التأثير بالتكنولوجيا وترتب على ذلك إيجابية العلاقات الأسرية نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، وأخيراً جاء نسبة قليلة بلغت ٤,٥% التي ارتفع لديها التأثير بهذه التكنولوجيا وبالتالي تحقق سلبية علاقتهم بأفراد الأسرة، وهي النتائج التي يوضحها الرسم البياني التالي:



رسم بياني رقم (٧)

يوضح مستويات تأثير عينة الدراسة نتيجة استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال

وتتنوع أنماط تأثير عينة الدراسة من الشباب الجامعي نتيجة استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة وذلك على النحو التالي: (74)

أولاً: التأثيرات المعرفية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

جدول رقم (١٠)

التأثيرات المعرفية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا

معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		العبارات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦	٢٤	١١	٤٤	٣٢	١٢٨	٢٩	١١٦	٢٢	٨٨	استطيع من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديدة التعرف على أسس التعامل مع أسرتي وزوجتي
١٤	٥٦	١٠,٣	٤١	١٦,٥	٦٦	٢٤,٥	٩٨	٣٤,٨	١٣٩	أتعرف على الأحداث اليومية لأسرتي من خلال الـ stats الخاصة بهم على facebook , whatsapp
١٠,٥	٤٢	٦	٢٤	٩,٥	٣٨	٣٧	١٤٨	٣٧	١٤٨	تساعدني على تذكر أعياد ميلاد أسرتي

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١٠) أن عينة الدراسة الميدانية ينخفض

لديها مستوى التأثير المعرفي بأخبار الأسرة نتيجة التواصل المباشر فيما بين أفراد

الأسرة، حيث يرتفع استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة في عملية التواصل فيما بينهم، وهو ما يؤدي إلى عدم الترابط الأسري أي العزلة للفرد داخل أسرته، فبلغ قيمة مقياس التأثير المعرفي بـ (٢٣,٩) درجة، حيث ارتفعت موافقة عينة الدراسة على أن التكنولوجيا الحديثة بتطبيقاتها المتنوعة تساعدهم على تذكر أعياد ميلاد أسرتهم وذلك بنسبة ٣٧% من العينة لكل من الموافقة التامة والموافقة فقط، تلاه في المرتبة الثانية موافقة جزء كبير من العينة على تمكنهم من معرفة الأحداث اليومية لعائلتهم من خلال الـ stats الخاصة بهم على whatsapp , facebook وذلك بنسبة ٣٤,٨% للموافقة التامة وبنسبة ٢٤,٥% للموافقة فقط، وفي المرتبة الثالثة جاء موافقة نسبة ٢٩% من العينة ونسبة ٢٢% موافقين بشكل تام على استطاعتهم من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديدة التعرف على أسس التعامل مع أسرهم وزوجاتهم.

ويستخلص مما سبق توسط مستوى التأثير المعرفي سواء على صعيد متابعة أخبار أفراد العائلة أو على صعيد جمع معلومات تمكنهم من تحسين علاقاتهم بأسرهم أو حياتهم الزوجية نتيجة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وذلك بنسبة ٤٦,٨%، تلاه مستوى التأثير السلبي لعينة الدراسة بنسبة ٤٠,٨% من الشباب المصري نتيجة استخدامهم لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة في متابعة أخبار أسرهم، كما يلي:

جدول رقم (١١)

مستويات التأثير المعرفي بأخبار الأسرة نتيجة استخدام وسائل الاتصال

والتكنولوجيا

المستوى	ك	%
متوازن	١٨٧	٤٦,٨
سلبي	١٦٣	٤٠,٨
إيجابي	٥٠	١٢,٤
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

ثانياً: التأثيرات الاتجاهية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

جدول رقم (١٢)

التأثيرات الاتجاهية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا

معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		العبارات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨	٣٢	١٣	٥٢	٢٤,٣	٩٧	٢٢,٨	٩١	٣٢	١٢٨	أفضل أن أتحدث مع أصدقائي من خلال الدردشة على التطبيقات المتخصصة أكثر من التحدث المباشر مع أسرتي
٩,٥	٣٨	٢٠	٨٠	٣٤	١٣٦	٢٠,٣	٨١	١٦,٣	٦٥	تلك الوسائل لديها القدرة على تحسين توجهاتي نحو أفراد أسرتي
١٥	٦٠	١١	٤٤	٢٦,٨	١٠٧	٢٣,٣	٩٣	٢٤	٩٦	لم يعد لدي رغبة في التحدث وإنما أصبحت أميل إلى نقل مشاعري عبر الكتابة من وراء الشاشة

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١٢) أن عينة الدراسة الميدانية ينخفض لديها إلى حد ما مستوى التأثير الاتجاهي الإيجابي نحو أسرة نتيجة الانغماس والكثافة في استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة فبلغ قيمة مقياس التأثير المعرفي بـ (٤٣,٩) درجة، حيث يتضح أن مستوى التأثير يميل لدرجة التوازن التي هي (٥٠)، ويرجع ذلك لارتفاع إجابات عينة الدراسة على فئة "محايد" عند تقييمهم لاتجاهاتهم نحو استخدام التكنولوجيا وتأثيراتها على علاقتهم بالأسرة في العبارات الثلاثة واحتلالها المرتبة الثانية بعد إجابات عينة الدراسة بالموافقة على العبارات السلبية والإيجابية.

جاء في المقدمة موافقة نسبة ٥٤,٨% عينة الدراسة على تفضيلهم للتواصل مع أصدقائهم من خلال الدردشة على التطبيقات المتخصصة أكثر من التحدث المباشر مع أحوالهم، يليه حيادية نسبة ٢٤,٣% من العينة نحو تحقيق هذا التأثير، وأخيراً عارض نسبة ٢١% من العينة تأثير هذه الوسائل على علاقتهم بأسرهم.

وفي المرتبة الثانية جاء موافقة نسبة ٤٧,٣% من العينة على أنهم لم يعد لديهم رغبة في التحدث وإنما أصبحوا أميل إلى نقل مشاعرهم عبر الكتابة من وراء الشاشة حيث التأثير المرتفع نحو التكنولوجيا، يليه حيادية نسبة ٢٦,٨% من العينة نحو تحقيق هذا

التأثر، وأخيراً عارض نسبة ٢٦% من العينة تأثير هذه الوسائل على علاقاتهم بأسرهم.

وفي المرتبة الثالثة جاء موافقة نسبة ٣٦,٥% من عينة الدراسة على أن تلك الوسائل لديها القدرة على التأثير في توجهاتهم نحو أفراد أسرهم، يليه حيادية نسبة ٣٤% من العينة نحو تحقيق هذا التأثير، وأخيراً عارض نسبة ٢٩,٥% من العينة تأثير هذه الوسائل على علاقاتهم بأسرهم.

ويستخلص مما سبق أن العينة تتسم بتوسط تأثير استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة اتجاهياً على علاقاتهم بأفراد أسرهم حيث تفضيل هذه الوسائل في التواصل بدلاً من الاتصال المباشر معهم، في حين أن النصف الآخر من العينة اختلفت لديهم مستويات التأثير الاتجاهي لعينة الدراسة من الشباب المصري نتيجة استخدامهم لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة مع أسرهم كما يلي:

جدول رقم (١٣)

مستويات التأثير الاتجاهي نحو الأسرة نتيجة استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا

المستوى	ك	%
متوسط	١٨٤	٤٦
سلبى	١٤٩	٣٧,٣
إيجابى	٦٧	١٦,٨
الإجمالى	٤٠٠	١٠٠

ثالثاً: التأثيرات الوجدانية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

جدول رقم (١٤)

التأثيرات الوجدانية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا

العبارات	موافق جداً		موافق		محايد		معارض		معارض جداً	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
وسائل التكنولوجيا الحديثة أفقدتني لغة الحوار مع الأسرة	٦٠	١٥	٥٨	١٤,٥	٦٩	١٧,٢	١٦٢	٤٠,٥	٥١	١٢,٨
بعد متابعتي للصفحات والجروبات التي تتناول العلاقات الأسرية أصب أكثر اهتماماً بأفراد أسرتي	٧٥	١٨,٨	١٢٠	٣٠	١٣٦	٣٤	٥٩	١٤,٨	١٠	٢,٤
أحب هذا العالم الافتراضي الذي أعيش فيه من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة أكثر من عالمي الواقعي	٩٠	٢٢,٥	١٠٦	٢٦,٥	٧٤	١٨,٥	٧٨	١٩,٥	٥٢	١٣

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١٤) أن عينة الدراسة الميدانية يرتفع إلى حد ما مستوى التأثير الوجداني الإيجابي في علاقة الشباب نحو الأسرة نتيجة استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة حيث بلغ قيمة مقياس التأثير الوجداني بـ

(٥٣,٦) درجة، ويرجع ذلك لوجود تقارب كبير في إجابات عينة الدراسة على مستوى التقييم الإيجابي مع التقييم السلبي، لذا يمكن القول أنه بصفة عامة تتسم العينة بالتوازن الوجداني في تقييم تأثيرها باستخدام التكنولوجيا الحديثة على علاقتهم بأسرهم.

جاء في المقدمة موافقة نسبة ٤٩% من العينة على حبهم لهذا العالم الافتراضي الذي تعيش فيه من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة أكثر من عالمهم الواقعي، وجاء نسبة ١٨,٥% من العينة تتسم بالحيادية نحو تحقق هذا الأثر، في حين عارض تحققه عليهم نسبة ٣٢,٥% من العينة.

وفي المرتبة الثانية جاء موافقة نسبة ٤٨,٨% من العينة على أنه بعد متابعتهم للصفحات والروبوت التي تتناول العلاقات الأسرية أصبحوا إيجابيين نحو أسرهم، تلاه نسبة ٣٤% من العينة التي اتسمت بالحيادية في حسمها لتحقيق هذا الأثر عليهم، والذي عارضه نسبة ١٧,٢% من العينة.

وفي المرتبة الثالثة جاء موافقة نسبة ٢٩,٥% من العينة على أن وسائل التكنولوجيا الحديثة أفقدتهم لغة الحوار مع الآخرين، وجاء نسبة ١٧,٢% من العينة تتسم بالحيادية نحو تحقق هذا الأثر، في حين عارض تحققه عليهم نسبة ٥٣,٣% من العينة.

ويستخلص مما سبق أن العينة بشكل عام تتسم بالاتزان بمعنى أن ما يقرب من نصف العينة يتأثروا نتيجة استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة وجدانياً نحو أفراد أسرهم حيث أصبحوا أكثر تفاعلاً وإيجابيين نحوهم وتارة أخرى العكس وذلك بنسبة ٥١%، في حين أن النصف الآخر من العينة لا يحدث لديهم نفس التأثير، وهي النتيجة التي توضحها مستويات التأثير الوجداني لعينة الدراسة من الشباب المصري نتيجة استخدامهم لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة مع أسرهم كما يلي:

جدول رقم (١٥)

مستويات التأثير الوجداني نحو الأسرة نتيجة استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا

المستوى	ك	%
متوسط	٢٠٤	٥١
إيجابي	١١٧	٢٩,٣
سلبي	٧٩	١٩,٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

رابعاً: التأثيرات السلوكية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

جدول رقم (١٦)

التأثيرات السلوكية لوسائل الاتصال والتكنولوجيا

العبارات	موافق جداً		موافق		محايد		معارض		معارض جداً	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الهاتف المحمول أصبح من الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها في حياتي اليومية	٢٦٦	٦٦,٥	٨٦	٢١,٥	٣٦	٩	٨	٢	٤	١
أثناء الجلوس مع العائلة يكون الهاتف في يدي للاطلاع على كل المستجدات أو الدردشة مع أحد الأصدقاء	١٤٣	٣٥,٨	١٢٣	٣٠,٨	٦٤	١٦	٣٨	٩,٤	٣٢	٨
أ تبادل الصور وأطراف الحديث مع أفراد أسرتي بالمنزل عبر الهاتف الذكي.	١٥٥	٣٨,٨	١٢٣	٣٠,٧	٥٠	١٢,٥	٥٦	١٤	١٦	٤

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١٦) أن عينة الدراسة الميدانية ينخفض لديها مستوى التأثير السلوكي نحو استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة حيث بلغ قيمة مقياس التأثير السلوكي بوسائل الاتصال والتكنولوجيا بـ (٤٢,٥) درجة، وذلك لارتفاع الاتجاهات الموافقة على العبارات الثلاثة السلبية التأثير والتي تقييم الأثر السلوكي على العينة نتيجة استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة من حيث علاقة الشباب بأسرهم.

جاء في المقدمة ارتفاع موافقة نسبة ٨٨% من عينة الدراسة على أن الهاتف المحمول أصبح من الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها في حياتهم اليومية، تلاه نسبة ٩% من العينة تنسم بالحيادية نحو تحقق هذا الأثر، في حين عارض تحققه عليهم نسبة ٣% من العينة.

وفي المرتبة الثانية جاء موافقة نسبة ٦٩,٥% من العينة على تبادل الصور وأطراف الحديث مع أفراد أسرهم بالمنزل عبر الهاتف الذكي، ثم جاء نسبة ١٢,٥% من العينة تتسم بالحيادية نحو تحقق هذا الأثر، في حين عارض تحققه عليهم نسبة ١٨% من العينة.

وفي المرتبة الثالثة جاء موافقة نسبة ٦٦,٦% من العينة على أن الهاتف يكون في أيديهم للإطلاع على كل المستجدات أو الدردشة مع أحد الأصدقاء أثناء الجلوس مع العائلة، ثم جاء نسبة ١٦% من العينة تتسم بالحيادية نحو تحقق هذا الأثر، في حين عارض تحققه عليهم نسبة ١٧,٤% من العينة.

ويستخلص مما سبق أن العينة بشكل عام يرتفع لديهم التأثير السلوكي السلبي في علاقتهم بأسرهم نتيجة استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة فأصبحوا أقل تفاعلاً وإيجابية معهم حيث التفاعل عبر هذه الوسائل الاتصالية وليس عبر الاتصال المباشر معهم وذلك داخل المنزل وبين أفراد الأسرة الواحدة التي تقطن هذا المنزل، وهي النتيجة التي توضحها مستويات التأثير السلوكي لعينة الدراسة من الشباب المصري كما يلي:

جدول رقم (١٧)

مستويات التأثير السلوكي نحو الأسرة نتيجة استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا

المستوى	ك	%
سلبي	٣٢٠	٨٠
متوازن	٦٢	١٥,٥
إيجابي	١٨	٤,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

٥: أنماط النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية التي تحدث للشباب المصري نتيجة التفاعل مع وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

١/٥: أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية من استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

جدول رقم (١٨)

أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية من استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا

نادراً		أحياناً		دائماً		عند استخدام التكنولوجيا الحديثة
%	ك	%	ك	%	ك	
-	-	٥٤,٥	٢١٨	٤٥,٥	١٨٢	اقرأ بعمق المعلومات المعروضة على المواقع وأقاربها بالواقع
١٤,٥	٥٨	٥٩,٥	٢٣٨	٢٦	١٠٤	أتذكر آراء بعض الأصدقاء أثناء تعاملتي مع الأسرة
٥	٢٠	٤٤,٣	١٧٧	٥٠,٨	٢٠٣	أفكر في المعلومات التي تقدمها تلك الوسائل
١٢,٥	٥٠	٤٦,٣	١٨٥	٤١,٣	١٦٥	أعرض للمجموعات والصفحات التي تتفق مع آرائتي وتوجهاتي
٤٥,٨	١٨٣	٢٩,٨	١١٩	٢٤,٥	٩٨	تجذب انتباهي الجروبات أو الصفحات التي تقدم الجديد عن العلاقات الزوجية والأسرية
١٢,٨	٥١	٥١,٥	٢٠٦	٣٥,٨	١٤٣	انتبه جيداً لتعليقات الأصدقاء التي تتناول مشكلاتهم الشخصية ومع أسرهم
٤,٥	١٨	٤١,٨	١٦٧	٥٣,٨	٢١٥	أشعر بالإطمئنان عندما يتفق تعليقات المشاركين في تلك الصفحات مع رأبي الشخصي
١٠	٤٠	٥٢,٣	٢٠٩	٣٧,٨	١٥١	يلفت انتباهي المعالجات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وأرائها حتى لو كانت عكس آرائتي
١٠,٨	٤٣	٣٧	١٤٨	٥٢,٣	٢٠٩	أفضل التحدث مع الشخصيات التي تطرح وجهات نظر تتقارب مع وجهة نظري

ويتضمن هذا النشاط عمليات الانتقائية والاستغراق والانتباه للرسائل التي تبثها تطبيقات الوسائل التكنولوجية الحديثة، حيث أن هذه الرسائل تؤثر على الجمهور المستقبل لها، خاصة لو كان هذا المضمون يعتمد الجمهور مشاهدته، وعن مستوى الأبعاد التي تكون هذا النشاط فهم كما يلي:

أ. **بعد الاستغراق:** ويعني الجهد العقلي الذي يبذله الفرد لتفسير مضمون التطبيقات المختلفة للهواتف الذكية، وفهمها والتجاوب معها، وهو يتوسط البحث عن المعرفة وفهمها ومشاركتها مع باقي الأفراد، ويأتي في المقدمة تأكيد العينة على تفكيرهم في المعلومات التي تقدمها تلك الوسائل والتي لها تأثيرها على الأسرة بنسبة ٥٠,٨%، تلاه موافقة نسبة ٤٥,٥% على قرائتهم بعمق للمعلومات المعروضة على المواقع الالكترونية ومقارنتها بالواقع الفعلي، وأخيراً جاء نسبة ٢٦% من العينة التي تتذكر آراء بعض الأصدقاء على المواقع الالكترونية أثناء تعاملهم مع الأسرة.

ب. **بعد الانتباه:** ويقصد بها قيام الفرد بتوجيه جهده العقلي والذهني أثناء استقبال الرسالة، وهذا الانتباه يدل على رغبة الفرد في توجيه اهتمامه وانتباهه لتلقي ما يتسق مع معتقداته واتجاهاته، حيث أكد نسبة ٥٢,٣% من عينة الدراسة على على انتباههم بشكل غير دائم أي أحياناً للمعالجات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وآرائها حتى لو كانت عكس آرائهم، تلاه نسبة ٥١,٥% من العينة التي تجذب انتباههم أحياناً الجروبات أو الصفحات التي تقدم الجديد عن العلاقات الزوجية والأسرية، في حين عارض نسبة ٤٥,٨% من العينة انتباههم الجيد لتعليقات الأصدقاء التي تتناول مشكلاتهم الشخصية ومع أسرهم.

ت. **بعد الإدراك الانتقائي:** وهو ما يشير إلى الانتباه النفسي الذي ينظم الأفراد من خلاله التفسيرات ذات المغزى للمؤثرات أو المنبهات الحسية التي يستقبلونها من بيئتهم، وهذا التعرض والإدراك الانتقائي يؤثر بالتبعية على معرفة المشاهد، حيث جاء في المقدمة نسبة ٥٣,٨% من العينة التي تشعر بالاطمئنان عندما يتفق تعليقات المشاركين معهم، تلاه نسبة ٥٢,٣% من العينة الموافقة على تفضيل التحدث مع الشخصيات التي تطرح وجهات نظر تتقارب مع وجهة نظرهم، وأخيراً نسبة ٤١,٣% من العينة التي توافق على تعرضهم للمجموعات والصفحات التي تتفق مع آرائهم وتوجهاتهم.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة، مقياساً عاماً لأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية من استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٩)

مستويات أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية من استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا

المستوى	ك	%
متوازن	٢٢٩	٥٧,٣
إيجابي	١٥٣	٣٨,٣
سلبى	١٨	٤,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن عينة الدراسة تتسم بالنشاط المتوسط المدعم للتأثيرات الاتصالية من استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا في تدعيم علاقتهم بأسرتهم، تلاه نسبة ٣٨,٣% من العينة التي تتسم بمستوى النشاط المدعم الإيجابي لاستخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا لتدعيم علاقتهم بأسرتهم، وأخيراً

جاء نسبة ٤,٥% من العينة التي تتسم بمستوى نشاط مدعم ومنخفض لاستخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا في تدعيم علاقتهم بأسرتهم.

٢/٥: أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية من استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة:

جدول رقم (٢٠)

أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية من استخدام وسائل الاتصال والتكنولوجيا

نادراً		أحياناً		دائماً		عند استخدام التكنولوجيا الحديثة
ك	%	ك	%	ك	%	
٩٣	٢٣,٢	٢١٦	٥٤	٢٢,٨	٩١	ابتكارات التكنولوجيا لا تتوقف على مدار الساعة وتحبطني أثناء متابعتها
١٤١	٣٥,٢	١٥٩	٣٩,٨	٢٥	١٠٠	أشعر بالملل من جهازي المحمول وأريد شراء الأحدث
٨٢	٢٠,٥	٢٥٩	٦٤,٨	١٤,٧	٥٩	بعد التعرض للمعلومات أشعر أنها بعيدة عن الحياة الواقعية
١٥٠	٣٧,٥	١٨١	٤٥,٣	١٧,٢	٦٩	الانهماك في عالم التكنولوجيا حولني لإنسان افتراضي
١٤٢	٣٥,٥	١٩٠	٤٧,٥	١٧	٦٨	تعرض جميع مواقع الإنترنت ومواقع التواصل لنفس الآراء والتحليلات مما جعلتني أتجنب التعرض لها
١٦٥	٤١,٣	١٥٣	٣٨,٢	٢٠,٥	٨٢	عاداتي اليومية تغيرت ولذلك بدأت أتجنب استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بعض الوقت
٦٤	١٦	١٩٧	٤٩,٢	٣٤,٨	١٣٩	أتعرف على بعض الشخصيات وعندما أقابلهم في الواقع أجدهم عكس ما رسمه لي العالم الافتراضي
٣٤	٨,٥	٢١٢	٥٣	٣٨,٥	١٥٤	لا أثق في كل المعلومات التي قدمتها مواقع التواصل لأنها عادة تكون آراء شخصية
٣٢	٨	٢٠٨	٥٢	٤٠	١٦٠	هناك بعض الآراء الشخصية التي عرضت على مواقع التواصل على أنها آراء الجماهير والمواطنين

وهو ما يعني صعوبة تأثر الجمهور بوسائل الاتصال الحديثة والتكنولوجيا ويرجع ذلك إلى الخبرات السابقة لعينة الدراسة وكذلك لوجود مجالات أخرى للاهتمام، ويتضمن هذا النشاط (تحويل الانتباه- الشك- التجنب)، وذلك على النحو التالي:

أ **تحويل الانتباه:** وهو ما يعني قيام الفرد بمجموعة من الأنشطة التي تصرف انتباههم عن مضمون تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة، حيث وافق إلى حد ما نسبة ٥٤% من العينة على أن ابتكارات التكنولوجيا لا تتوقف على مدار الساعة وتحببهم أثناء متابعتها وكان هذا سبباً في تحويلهم الانتباه عنها، تلاه نسبة ٣٩,٨% من العينة التي أعربت عن شعورها بالملل أحياناً من جهازها المحمول وتريد شراء الأحدث، وأخيراً جاء نسبة ٦٤,٨% من العينة التي أعربت إلى أنها بعد تعرضها للمعلومات على هذه الوسائل الحديثة تشعر أحياناً بأنها بعيدة عن الحياة الواقعية.

ب **الشك:** وهو ما يعني حالة عقلية من عدم المصادقية التي تشجع على المزيد من عمليات التفكير والبحث عن المعلومات بديلة عن تطبيقات الوسائل التكنولوجية الحديثة، حيث أكد نسبة ٥٣% من العينة إلى حد ما على أنها لا تثق في كل المعلومات التي تقدمتها مواقع التواصل لأنها عادة تكون آراء شخصية، تلاه نسبة ٤٩,٣% من العينة التي تتعرف على بعض الشخصيات من المواقع وعندما تقابلهم في الواقع تجدهم عكس ما رسمه لهم العالم الافتراضي ويحدث ذلك في بعض الأحيان، وأخيراً جاء نسبة ٤٩,٢% من العينة التي تنهمك في عالم التكنولوجيا وتحولها في بعض الأحيان لإنسان افتراضي، أي أن تأثير هذه المواقع عليهم ليس بشكل تام نتيجة عدم الثقة المطلقة في محتواها.

ت **التجنب:** تعني تجنب أفراد عينة الدراسة لمضامين اتصالية معينة بناء على توقعاتهم ومستويات اهتمامهم بها وذلك لأنها لا تشبع احتياجاته أو تلبى التوقعات، حيث أعرب نسبة ٤٧,٥% من العينة على أن تعرضهم لجميع مواقع الإنترنت ومواقع التواصل لنفس الآراء والتحليلات جعلهم يتجنبوا التعرض لها في بعض الأحيان، وأن نسبة ٥٢% من العينة تجنب مواقع التواصل الاجتماعي لكن بشكل غير منتظم وذلك لأن بعض الآراء الشخصية التي عرضت على مواقع التواصل على أنها آراء الجماهير والمواطنين، وأخيراً أكد نسبة ٤١,٣% من العينة على أن عاداتهم اليومية تغيرت ولذلك بدأت تجنب استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بعض الوقت.

جدول رقم (٢١)

نتائج أنماط الاتصال المعوق من استخدام عينة الدراسة لوسائل الاتصال الحديثة

النسبة	التكرار	مستوي الاتصال المعوق
٧٠,٨	٢٨٣	مستوى متوسط
١٦,٤	٦٦	مستوى مرتفع
١٢,٨	٥١	مستوى منخفض
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن العينة تتسم بمستوى متوسط من الاتصال المعوق من متابعة وسائل الاتصال الحديثة بنسبة ٧٠,٨%، تلاه المستوى المرتفع بنسبة ١٦,٤%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة ١٢,٨%.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

- **الفرض الرئيسي الأول:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب من حيث (النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، المؤهل التعليمي، نمط التعليم، جهة العمل، طبيعة مسكن الإقامة، المستوى الاقتصادي).
- و لاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط كاي^٢ بيرسون الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٢)

معامل ارتباط بيرسون لدلالة العلاقة الارتباطية بين مستويات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب

مستويات الاستخدام			خصائص الشباب
مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة بيرسون	
٠,٠٨٩	٧	١٢,٣٥٦	النوع
٠,٠٠٠	١٤	١٤٠,٦٢٣	الفئة العمرية
٠,٠٠٠	٧	٤٥,١٧٨	الحالة الاجتماعية
٠,٠٠٠	١٤	٧٦,٣٢٥	طبيعة المؤهل التعليمي
٠,٠٠٠	١٤	١١٨,٨٣٨	نمط التعليم
٠,٠٠٠	٤	٣٢,٠٠٠	جهة العمل
٠,٠٠٠	٢١	١٦٦,٥٦٤	طبيعة مسكن الإقامة
٠,٠٠٠	٤٥	٣١٤,٥٥٥	المستوى الاقتصادي

- يكشف الجدول السابق عما يلي:
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب كافة فيما عدا النوع وذلك عند نفس مستوى المعنوية (٠,٠٠٠) مع كافة خصائص العينة فيما عدا النوع وكانت قيم معامل الارتباط بيرسون كما هي موضحة في الجدول السابق، في حين لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات استخدام لوسائل الاتصال الحديثة والنوع وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٨٩) وتكون قيمة معامل الارتباط بيرسون (١٢,٣٥٦).

- ويتضح من نتائج الجدول السابق أن كافة خصائص الشباب المصري لها تأثيراتها المختلفة على مستويات استخدام لوسائل الاتصال الحديثة، فمثلا المستوى التعليمي كلما ارتفع ساعد في إمكانية تعرف الشباب على التطبيقات المختلفة للهواتف المحمولة في التواصل وينطبق نفس التفسير على باقي الخصائص، فيما عدا متغير النوع الذي لم يكن له تأثيره على مستويات الاستخدام، فكلاهما متساوي في الاستخدام لهذه التطبيقات، وهو ما اتفق مع دراسة (أشرف جلال، ٢٠٠٩) ^(٧٥) بخصوص عدم تأثير النوع على معدل استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية التفاعلية عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية والأسرية في مصر.

- **الفرض الرئيسي الثاني:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام وسائل الاتصال الحديثة (النفعية، والطقوسية) وخصائص الشباب من حيث (النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، المؤهل التعليمي، نمط التعليم، جهة العمل، طبيعة مسكن الإقامة).

ينبثق من الفرض الرئيسي السابق فرضين فرعيين كما يلي:

- **الفرض الفرعي الأول المتفرع من الفرض الرئيسي الثاني:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام الطقوسية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب.

- ولاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط إيتا الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٣)

معامل ارتباط إيتا لدلالة العلاقة الارتباطية بين مستويات الدوافع الطقوسية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب

مستويات الدوافع الطقوسية			خصائص الشباب
مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة معامل إيتا	
٠,٠٠٠	٤	٠,٢٥٦	النوع
٠,٠٠٠	٨	١,٧٦	الفئة العمرية
٠,٠٤٤	٤	٠,١٥٧	الحالة الاجتماعية
٠,٠٠٠	٨	٠,٢٢٥	طبيعة المؤهل التعليمي
٠,٠٠٠	٨	٠,١٣٠	نمط التعليم
٠,٠٠٠	٤	١	جهة العمل
٠,٠٠٠	١٢	٠,٢٠١	طبيعة مسكن الإقامة
٠,٠٠٠	١٢	٠,٢٨١	نمط الشراء

- يكشف الجدول السابق عما يلي:
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات الدوافع الطقوسية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة وكافة خصائص الشباب كما هي موضحة بالجدول أعلاه، وهو ما يدل على أن هذه الخصائص لها تأثيرات على مستويات الدوافع الطقوسية المتحققة من استخدام وسائل الاتصال الحديثة والعلاقة طردية بين مستويات دوافع استخدام تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة وخصائص عينة الدراسة.
- وتتفق النتيجة السابقة من تحقق الدوافع الطقوسية مع كافة مفردات العينة، ما أشارت له دراسة (نرمين زكريا خضر، ٢٠٠٩) ⁽⁷⁶⁾ بأن نسبة ٥٥,١% من عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ٦ شهور فأكثر، وجاء دافع التسلية والترفيه من أولى الدوافع التي ذكرتها العينة لاستخدام الفيس بوك، وهو التطبيق الأعلى استخدام من بين التطبيقات المحملة على الوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة الهواتف الذكية.
- **الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي الثاني:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام النفعية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب.
- ولاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط إيتا الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٤)

معامل ارتباط إيتا لدلالة العلاقة الارتباطية بين مستويات الدوافع النفعية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب

مستويات الدوافع النفعية			خصائص الشباب
مستوى المعنوية	درجات الحرية	قيمة معامل إيتا	
٠,٠٠١	٤	٠,٢٢٣	النوع
٠,٠٠٠	٨	٠,١٦٢	الفئة العمرية
٠,٠٠١	٤	٠,٢١٥	الحالة الاجتماعية
٠,٠٠٠	٨	٠,١٢٤	طبيعة المؤهل التعليمي
٠,٠٠٠	٨	٠,١٩٨	نمط التعليم
٠,٠٠٠	٢	٠,٨٦٨	جهة العمل
٠,٠٠٠	١٢	٠,٢٨٥	طبيعة مسكن الإقامة
٠,٠٠٠	١٢	٠,٢٧٨	نمط الشراء

- يكشف الجدول السابق عما يلي:
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستويات الدوافع النفعية لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة وكافة خصائص الشباب كما هي موضحة بالجدول أعلاه، وهو ما يدل على أن هذه الخصائص لها تأثيرات على مستويات الدوافع النفعية المتحققة من استخدام وسائل الاتصال الحديثة وإن كان في الغالب التأثير ضعيفاً لانخفاض قيمة معامل الارتباط فيما عدا متغير جهة العمل التي تنتم العلاقة بالقوة، وإن كانت العلاقة طردية بين مستويات دوافع استخدام تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة النفعية وخصائص عينة الدراسة.
- وترى الباحثة مما سبق أنه مع ارتفاع المستوى التعليمي مثلاً فإنه يساعد في التعرف على مميزات هذه التطبيقات بشكل أسرع وأعمق خاصة مع ارتباط هذه التطبيقات يتطلب إجادة اللغة الأجنبية في بعض خطوات التحميل والتحديث المستمر للجديد منه، وبالتالي زيادة حجم الانتفاع من هذه التطبيقات في التواصل المعرفي والاجتماعي.
- **الفرض الرئيسي الثالث:** هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي للشباب المصري على دوافع عينة الدراسة (النفعية، والطقوسية) لاستخدام تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة.
- ولاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط سبيرمان الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٥)

معامل ارتباط سبيرمان لدلالة العلاقة الارتباطية بين مستويات الدوافع النفعية والطقوسية لاستخدام تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة وخصائص الشباب

مستويات الدوافع الطقوسية		مستويات الدوافع النفعية		المستوى الاقتصادي
مستوى المعنوية	قيمة معامل سبيرمان	مستوى المعنوية	قيمة معامل سبيرمان	
٠,٨٢٣	٠,٠١١	٠,٠٩٨	٠,٠٨٣	

- يكشف الجدول السابق عما يلي:
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة على دوافع عينة الدراسة (النفعية، والطقوسية) لاستخدام تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة، وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٩٨) وكانت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (٠,٠٨٣) للدوافع النفعية، وكذلك عند مستوى معنوية (٠,٨٢٣) وكانت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (٠,٠١١) للدوافع الطقوسية، وتدل النتيجة السابقة على عدم وجود أي تأثير للمستوى الاقتصادي في مستوى الدوافع النفعية والطقوسية لاستخدام تطبيقات وسائل الاتصال الحديثة، حيث غالبية أفراد عينة الدراسة تستخدم التطبيقات بشكل متقارب ولا يوجد اختلافات فيما بينهم.
- وتعزو النتيجة السابقة من وجهة نظر الباحثة لارتفاع معدلات استخدام هذه التطبيقات في المجتمع العربي والمصري عامة والشباب خاصة، والدخول على الإنترنت عبر الوسائل التكنولوجية المختلفة، وهو ما اتفق مع دراسة حديثة لعام ٢٠١٤ عن واقع استخدام الإنترنت^(٧٧) إلى أن نسبة ٦١% من العينة يتصلون بالإنترنت من خلال جهاز كمبيوتر محمول، و ٥٠% من خلال كمبيوتر مكتبي، ونسبة ٤٢% عبر الهواتف الذكية، ونسبة ٢٤% عبر أي بات، ونسبة ١٩% للدخول على الإنترنت عبر الهاتف المحمول، وهو ما يدل على تنوع الوسائل التكنولوجية التي تقبل المجتمعات العربية ومنها مصر عللا شراءها واستخدامها.
- **الفرض الرئيسي الرابع:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين كل من الدوافع (النفعية-الطقوسية) وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- كشفت نتائج التحليل الإحصائي عن وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين كل من (النفعية-الطقوسية) وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- وترى الباحثة أن النتيجة السابقة تعد منطقية حيث أن الشباب المصري حالياً ينتبه للتحديث المستمر في إمكانات تطبيقات وسائل الاتصال التكنولوجية والتي يترتب

عليها شعوره النفسي نحوها بأنها إيجابية وبالتالي ترفع روحه المعنوية لتحقيقه التواصل مع الآخرين بشكل أيسر وأسرع، مع الترفية والتسلية في تمضية الوقت على هذه التطبيقات التي تتيح له مشاهدة الفيديوهات المختلفة في أي وقت وزمان، وهو ما أكدت دراسة (هناء السيد، ٢٠١١) ^(٧٨) عليه بأهمية الهاتف المحمول في توفير الوقت والسفر والجهد وقضاء المصالح والتواصل مع الأهل والأصدقاء.

- وينقسم من الفرض الرئيسي السابق الفروض الفرعية الآتية:
- الفرض الفرعي الأول من الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع (النفعية) وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- و لاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط سبيرمان، والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٦)

توضيح وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع النفعية وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

دوافع المشاهدة النفعية		أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية
مستوى معنوية	قيمة معامل سبيرمان	
٠,٠٠٠	٠,٤١٤	

- يتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وبين الدوافع النفعية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة وذلك باستخدام معامل ارتباط سبيرمان وعند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) عندما كانت قيمة المعامل (٠,٤١٤)، وترى الباحثة أن النتيجة السابقة تعد منطقية حيث أن الشباب المصري حالياً مستغرق في استخدام هذه التطبيقات وينتبه للتحديث المستمر في إمكاناتها مما دعم زيادة منفعتها لدى الشباب فإقباله عليها، حيث ساهمت هذه التطبيقات في زيادة معرفة الشباب بأخبار الأسرة والأقارب وبالتالي تدعيم الترابط الأسري فيما بينهم.

- الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع (الطقوسية) وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- ولاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط سبيرمان، والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٧)

توضيح وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع الطقوسية وأنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

دوافع المشاهدة الطقوسية		أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية
مستوي معنوية	قيمة معامل ارتباط سبيرمان	
٠,٠٢٣	٠,١١٤	

- يتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط النشاط المدعم للتأثيرات الاتصالية وبين الدوافع الطقوسية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة وذلك باستخدام معامل الارتباط سبيرمان وعند مستوى معنوية (٠,٠٢٣) عندما كانت قيمة المعامل (٠,١١٤).
- الفرض الفرعي الثالث من الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع (النفعية) وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- ولاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط سبيرمان، والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٨)

توضيح وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع النفسية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

دوافع المشاهدة النفسية		أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية
مستوى معنوية	قيمة كا ^٢	
٠,٠٠٠	٠,٢٠٧	

- يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين الدوافع النفسية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة وذلك باستخدام معامل ارتباط سبيرمان وعند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) عندما كانت قيمة معامل الارتباط (٠,٢٠٧)
- الفرض الفرعي الرابع من الفرض الرئيسي الرابع: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع (الطقوسية) وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- ولاختبار مدى صحة الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط سبيرمان، والذي يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (٢٩)

توضيح وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الدوافع الطقوسية وأنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

دوافع المشاهدة الطقوسية		أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية
مستوى معنوية	قيمة كا ^٢	
٠,٠١٨	٠,١١٨	

- يتضح من الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائياً بين أنماط النشاط المعوق للتأثيرات الاتصالية وبين الدوافع الطقوسية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة وذلك باستخدام معامل ارتباط سبيرمان وعند مستوى معنوية (٠,٠١٨) عندما كانت قيمة المعامل (٠,١١٨).

- الفرض الرئيسي الخامس: توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة تعرض عينة الدراسة من الشباب الجامعي لوسائل التكنولوجيا الحديثة وبين نوعية التأثيرات الاتصالية (المعرفية- الاتجاهية- الوجدانية- السلوكية) لهذه التكنولوجيا وعلاقتهم بأسرتهم.
- لاختبار صحة هذا الفرض اعتمدت الباحثة على معامل الارتباط كا ٢١ أو بيرسون لأجل التحقق منه وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٣٠)

توضيح وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة التعرض والتأثيرات الاتصالية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

أنواع التأثيرات	تقييم	معامل الارتباط بيرسون	مستوى المعنوية
التأثيرات المعرفية	٣,٤٤	٠,١٧٩	
التأثيرات الاتجاهية	٨,١٥٧	٠,٠١٧	
التأثيرات السلوكية	٣٣,٧٦٧	٠,٠٠٠	
التأثيرات الوجدانية	١١,٠٩٧	٠,٠٠٤	

- يتضح من الجدول السابق أن هناك اختلافات في مدى قبول الفرض من عدمه على مستوى كل نوع من التأثيرات الاتصالية الناتجة من التعرض لهذه التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على علاقتهم بأسرتهم، وذلك على النحو التالي:
- أثبت التحليل الإحصائي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الاتصال الحديثة والتأثيرات المعرفية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة بأسرهم وذلك عند مستوى معنوية (٠,١٧٩) عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (٣,٤٤).
- أثبت التحليل الإحصائي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الاتصال الحديثة والتأثيرات الاتجاهية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة بأسرهم وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠١٧) عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (٨,١٥٧).
- أثبت التحليل الإحصائي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الاتصال الحديثة والتأثيرات السلوكية في التأثير على علاقة أفراد عينة

الدراسة بأسرهم وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (٣٣,٧٦٧).

- أثبت التحليل الإحصائي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الاتصال الحديثة والتأثيرات الوجدانية في التأثير على علاقة أفراد عينة الدراسة بأسرهم وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٠٤) عندما كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون (١١,٠٩٧).

- وبالتالي تستخلص الباحثة أن كثافة استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة تؤثر وجدانياً واتجاهياً وسلوكياً على أفراد عينة الدراسة في علاقتهم بأسرهم لكن لا تؤثر عليهم معرفياً، وهو الأمر الذي يعد منطقياً حيث قد تسبب هذه التطبيقات في حالة الإغراق في استخدامها لعدم الانتباه للاحتياجات العائلية والأسرية عبر الاتصال المباشر، وبالتالي عدم القدرة على التعرف على احتياج الأسرة النفسي، الذي يتضح عبر الاتصال المباشر المستمر لكن استخدام هذه التكنولوجيا يجعل الاتصال افتراضياً عبر التطبيق وعبر الكلمات والصور المنشورة على التطبيق فقط، وهو الأمر الذي ترى الباحثة أنه يعد كارثة مجتمعية خطيرة إصابة الأسر بالفتور في العلاقات نتيجة استخدام هذه التطبيقات.

الخلاصة والتوصيات:

تستخلص الباحثة من نتائج دراستها الحالية ارتفاع تأثير التكنولوجيا الحديثة بتطوراتها المتلاحقة بشكل سريع على الشباب في علاقاتهم مع الآخرين وخاصة أسرهم، حيث عدم قوة الروابط الأسرية، وعدم حميمية الحوار بين أفراد الأسرة، فالتواصل يكون عبر الهواتف الذكية في بعض الأحيان مما يؤدي لفتور العلاقات، الأمر الذي فتح الباب أمام أنماط من التواصل الافتراضي الذي حل محل الحوار الفعلي وعدم المحادثة بين أفراد الأسرة الواحدة مما ساهم في توسيع الفجوة وتكريس الصراع بين جيلي الآباء والأبناء، بالإضافة لاستخدام مفردات حديثة لها علاقة باستخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة في حوارهم مع أسرهم.

أفرزت التحولات التكنولوجية تفاعلات جديدة للعلاقات على صعيد الأسرة أدت إلى تعزيز العزلة والتنافر بين أفرادها، الأمر الذي يجعلنا نتساءل عن أثر الوسائط الجديدة للاتصال على تلاشي قيم التواصل الأسري وخصائص المجتمع التراجعي؟ وما هي السبل الكفيلة بتسهيل استعادة الأسرة لدورها الرئيسي في التربية والتوجيه؟ وكيف يمكن الاستفادة من الجوانب الإيجابية لوسائل الاتصال الجديدة؟ وما هي

الآليات التي يمكن من خلالها القضاء على الأمية التكنو اتصالية للآباء والأمهات لتسهيل عملية التوجيه على مستوى الأسرة؟.

وتوصى الباحثة بإجراء المزيد من البحوث والدراسات حول تأثير وسائل الإعلام الحديثة على العلاقات الأسرية، وعلى كيفية استعادة الأسرة لدورها الحقيقي في المجتمع، وتقديم مقترحات بحثية تساعد في تفعيل استخدام الإيجابيات الخاصة بالإعلام الجديد، كما لا بد أن لا يتم توجيه الجهد البحثي نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على الأطفال والشباب، بل لا بد من تقديم مقترحات توضح كيفية خلق لغة حوار فعالة بين جيل الآباء والأبناء، وسد الفجوة المعرفية "التكنولوجية" بين الجيلين لإعادة الروح لعملية التواصل الأسري.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية:

١. أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلى إنتاج البديل، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.
٢. أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، في: مؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر ١٥-١٧ فبراير. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩).
٣. أمانج عمر عبد الله. تأثير وسائل الاتصال الحديثة على النسق القيمي للشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الاجتماع. ٢٠١٤)
٤. أماني عمر الحسيني. العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية. في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٥٠. يناير/ مارس ٢٠١٥.
٥. بندر عبد العزيز قليل الحارثي. اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. ٢٠١٤).
٦. الحسن على محمد الذاري، استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسبوط، ٢٠١١.
٧. حسن مكوى، ليلي السيد. **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. ط٤. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣). ص ٤٠٨.
٨. حسناء محرم لطفي بسن. تأثير تكنولوجيا الاتصال على البنية الأسرية: دراسة مقارنة بين قرية متحضرة وقرية تقليدية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع. ٢٠١٥).
٩. دينا فاروق أبو زيد، أفلام التلفزيون المحمول: دراسة للمضمون والشكل وصانعي الأفلام، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٥، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٣.
١٠. رانيا رمزي حليم الياس. الآثار الاجتماعية لاستخدام الهاتف المحمول على الشباب: دراسة ميدانية في مدينة القاهرة. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم الاجتماع. ٢٠٠٨).
١١. رباب حسين أحمد حمدي مصطفى. التغيرات الاجتماعية المصاحبة للعولمة. رسالة دكتوراة غير منشورة. (جامعة أسبوط: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع، ٢٠١٥).
١٢. سمر عبد الرؤف النادي محمد، استخدامات عينة من المراهقين للبلوتوث في الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة والأمومة، ٢٠١٢)

١٣. ضحى أحمد عبد المنعم سلامة. نظام مقترح لتطوير الأداء التكيفي لبرامج إدارة التعلم الإلكتروني مفتوحة المصدر لدعم إدارة مقررات الهاتف النقال. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة بنها: كلية التربية النوعية. قسم تكنولوجيا التعليم. ٢٠١٥)
١٤. عاطف عدلي العبد عبيد، الرأي العام وطرق قياسه: الأسس النظرية، والمنهجية، والنماذج التطبيقية، والتدريبات العملية، ط ٣ (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٠)
١٥. العالم العربي على الإنترنت ٢٠١٤، توجّهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية سلسلة، تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، برنامج الحوكمة والابتكار، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، متاح على: www.ArabSocialMediaReport.comK
١٦. عماد الدين على أحمد جابر. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية. في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٥٠. يناير/ مارس ٢٠١٥.
١٧. عمرو محمد أسعد، "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة علي موقعي اليوتيوب والفيس بوك"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١١).
١٨. فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها، ط ١ (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١)
١٩. فريد محمد السيد عبد الرحمن. تصميم فصل إلكتروني قائم على التعلم النقال لتنمية مهارات البرمجة لتلاميذ المرحلة الإعدادية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية التربية. قسم تكنولوجيا التعليم، ٢٠١٥).
٢٠. فوزية العلي. الآثار النفسية والاجتماعية للإنترنت على الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشارقة. في: المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ٢٠٠٩.
٢١. لمياء محسن محمد حسن. استخدامات النخبة الأكاديمية والإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي. في: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد الثاني. إبريل/ يونيو ٢٠١٥.
٢٢. محمد عبد الحميد. نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. ط ٣. (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤). ص ٣٠٠-٣٠٥
٢٣. محمود محمد عبد الحميد محمد عامر. المشكلات الناتجة عن الاستخدام الخاطيء للإنترنت ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معها. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الفيوم: كلية الخدمة الاجتماعية. قسم مجالات الخدمة الاجتماعية. ٢٠١٣).
٢٤. مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٩). ص ١٣٦-١٤٢.
٢٥. مصطفى إبراهيم احمد حسين. إدمان الإنترنت كمنبئ للسلوك الأخلاقي لدى عينة من طلاب جامعة المنيا. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنيا: كلية التربية. قسم الصحة النفسية. ٢٠١٤).

٢٦. منى محمد جعفر الدولتلي. دور وسائل الإعلام الجديدة في حرية التعبير: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الهاتف النقال. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب. قسم الاجتماع. ٢٠١٥).
٢٧. مها عبد الشافي عبد الشافي الشربيني. دراسة تصميم الإعلان والتسويق المباشر عبر الهاتف النقال. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الفنون التطبيقية. قسم الإعلان. ٢٠٠٩).
٢٨. نرمين زكريا خضر، الأثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية "دراسة على مستخدمي موقع facebook، في: المؤتمر العلمي الأول تحت عنوان الأسرة وتحديات العصر، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، فبراير ٢٠٠٩).
٢٩. نهي عاطف العبد. اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استقصاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو. في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٥١. إبريل/يونيو ٢٠١٥.
٣٠. نوره حمدي أبو سنة. "استخدامات الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة"، في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٧، إبريل – يونيو ٢٠١٤.
٣١. هدى محمد السيد صلاح الدين محمد. استخدام الويب المتاح عبر الهواتف النقالة ومدى إمكانية تطبيقه في مواقع المكتبات الرقمية العربية: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات. ٢٠١٤).
٣٢. هناء السيد محمد علي. جامعة الملك سعود: مجلة الآداب، العدد ٢. المجلد ٢٣، ٢٠١١.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Antony, Mary Grace, & Thomas, Ryan J. **New Media and Society**. Vol 12, No 8.2010.
2. Carlson, Matt & Ben- Potath, Eram . "The People's Debate" the CNN/ YouTube Debates and the Demotic Voice in Political Journalism, **Journalism Practice**, Vol 6, No 3, 2012.
3. Caroline Lego Muoz and Terri Towner. Back to the "wall": How to use Facebook in the college classroom. **First Monday**, Volume 16, Number 12-5 December 2011 available at: <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/3513/3116>
4. Catalina Laura Toma, "Affirming the self online: Motives, benefits and costs of Facebook use", Unpublished PHD. (New York: Cornell University, 2010).
5. Cody Morris Paris, Woojin Lee, Paul Seery. "The Role of social Media in Promoting Special Events: Acceptance of Facebook Events" **paper**

presented at the Proceedings of the international Conference in Lugano. Switzerland, February 10-12 2010.

6. Daniel Raisch, Web- Based Teaching & Learning, **Encyclopedia of Educational Leadership and Administration**, (London & New Delhi, Sage Publication, 2006).
7. David Ingentio. "Democracy in the 21 century: Social media and politics- global village or cyber-balkans?", **Unpublished M.A.** (Los Angeles, CA: University of Southern California, 2010)
8. David Westerman, Patric R. Spence, Brandon Van Der Heide. Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information, **Journal of Computer-Mediated Communication**. Vol 19 .2014.
9. Jiao Xu, Chris Forman, Jun B. Kim, and Koert Van Ittersum, News Media Channels: Complements or Substitutes? Evidence from Mobile Phone Usage. **Journal of Marketing**, Vol. 78, No. 4, 2014.
10. Kelly Leigh Harkey, B.S, Examination Of The Desktop Computer And Mobile Device Use Of The Texas Alliance For Water Conservation Website Using Google Analytics™, **M.A**, Faculty Of Texas Tech University, 2014.
11. Kristen Purcell, Lee Rainie, Tom Rosenstiel & Amy Mitchell. How mobile devices are changing community information environment, 2011. available at: <http://pewinternet.org/Reports/2011/Local-mobile-news.aspx>
12. Lin, A. Garoly, On Line Service Adoption Like El Hood ,**Journal of Advertising Research**, Vol. 39, No. 2, March-April, 1999.
13. Mäntymäki, Matti, Islam, A.K.M. Najmul, Voyeurism And Exhibitionism As Gratifications From Prosuming Facebook, **Twenty Second European Conference on Information Systems**, Tel Aviv, 2014
14. Mawindi Mabwea Zara, Hayes. Between the Newsroom and the Pub: the Mobile Phone in the Dynamics of Everyday Mainstream Journalism Practice in Zimbabwe. **Journalism**, Vol 12, No 6. 2011.
15. Mia Fischer. "Birds of feather flock together Reloaded :Homophile in the context of web2.0 in online social networking sites such as face book". **Unpublished M.A.** (Charleston: The Gradate School of the College of Charleston, 2010).

16. Michael Wynblatt, Dan Benson and Arding Hsu, **Multimedia Meets the Internet : present & future**, (USA : Springer Netherlands, 1997).
17. Nathan Jurgenson, When Atoms Meet Bits: Social Media, the Mobile Web and Augmented Revolution, **Future Internet**. Vol 4. 2012.
18. Neil Selvyn, Stephen Gorard & John Furlong, Whose Internet Is it Any Way? Exploring adults, (Non) Use OF the Internet in Everyday Life, **European Journal of Communication**, Vol 20, No 1, 2005.
19. Philip J. Auter & Nagham Elkarhili, Uses and Gratifications of Arab and Muslim-Oriented Facebook Pages in the U.S.: A Survey of Current users, **Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: C Sociology & Culture**, Volume 14, Issue 1 ,2014.
20. Sanjit Kumar Roy, Determining Uses and Gratifications for Indian Internet Users, **CS-BIGS**, No 2, Vol (2), 2008, Available oat: <http://www.bentley.edu/csbig/vol2-1/roy.pdf>
21. Seungwon “Shawn” Lee & Chung Hun Lee ,An Exploratory Study of Convention Specific Social Media Usage by Attendees: Motivations and Effect of Generations on Choice of Convention Information Source and Intention to Use Mobile Application, **Journal of Convention & Event Tourism**, Volume 15, Issue 2, 2014.
22. Shirley Biagi, “**Media Impact, 7th edition ; An introduction to Mass Media**“, (Wadsworth, USA.2005).
23. Sylvia Chan-Olmsted, Hyejoon Rim, and Amy Zerba, Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage, **Journalism & Mass Communication Quarterly** March. vol. 90 no. 1. 2013.

ثالثاً: مواقع الإنترنت:

1. [http:// www.alex.com](http://www.alex.com)
2. [http:// www.face book. com](http://www.face book. com)

- (1) وفقاً لتقديرات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء في الكتاب الإحصائي السنوي الصادر عنها في سبتمبر ٢٠١٣، يبلغ عدد الشباب في الفئة العمرية (٢٠-٢٤) حوالي ٨,٢٨٥ مليون، وعددهم في الفئة العمرية (٢٥-٢٩) حوالي ٨,٠٣٢ مليون، وفي الفئة العمرية من (٣٠-٣٤) حوالي ٦,٦١٥ مليون، وأخيراً الفئة العمرية (٣٥-٣٩) حوالي ٥,١٢٨ مليون.
- (2) KELLY LEIGH HARKEY, B.S, EXAMINATION OF THE DESKTOP COMPUTER AND MOBILE DEVICE USE OF THE TEXAS ALLIANCE FOR WATER CONSERVATION WEBSITE USING GOOGLE ANALYTICS™, M.A, Faculty Of Texas Tech University, 2014.
- (2) Lin, A. Garoly, On Line Service Adoption Like El Hood ,**Journal of Advertising Research**, Vol. 39, No. 2, March-April, 1999.
- (4) Philip J. Auter & Nagham Elkarhili, Uses and Gratifications of Arab and Muslim-Oriented Facebook Pages in the U.S.: A Survey of Current users, **Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: C Sociology & Culture**, Volume 14, Issue 1 ,2014.
- (5) Mäntymäki, Matti, Islam, A.K.M. Najmul, VOYEURISM AND EXHIBITIONISM AS GRATIFICATIONS FROM PROSUMING FACEBOOK, **Twenty Second European Conference on Information Systems**, Tel Aviv, 2014
- (6) أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلى إنتاج البديل، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.
- (7) Shirley Biagi, "Media Impact, 7th edition ; An introduction to Mass Media", (Wadsworth, USA.2005.
- (8) راجعت الباحثة في ذلك المراجع التالية:
- مرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٩). ص ص ١٣٦-١٤٢.
 - محمد عبد الحميد. نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. ط٣. (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤). ص ص ٣٠٠-٣٠٥
 - حسن مكاوى، ليلى السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة . ط٤. (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣). ص ٤٠٨.
 - Sanjit Kumar Roy, Determining Uses and Gratifications for Indian Internet Users, **CS-BIGS**, No 2, Vol(2),2008,

Available at: <http://www.bentley.edu/csbig/vol2-1/roy.pdf>

- (9) العالم العربي على الإنترنت ٢٠١٤ ، توجّهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية سلسلة" تقرير الإعلام الاجتماعي العربي"، برنامج الحوكمة والابتكار، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، متاح على: www.ArabSocialMediaReport.comK
- (10) محمود محمد عبد الحميد محمد عامر. المشكلات الناتجة عن الاستخدام الخاطيء للإنترنت ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معها. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الفيوم: كلية الخدمة الاجتماعية. قسم مجالات الخدمة الاجتماعية. ٢٠١٣).
- (11) رباب حسين أحمد حمدي مصطفى. التغيرات الاجتماعية المصاحبة للعولمة. رسالة دكتوراة غير منشورة. (جامعة أسيوط: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع، ٢٠١٥).
- (12) Carlson, Matt & Ben- Potath, Eram . "The People's Debate" the CNN/ YouTube Debates and the Demotic Voice in Political Journalism, *Journalism Practice*, Vol 6, No 3, 2012.
- (13) Michael Wynblatt, Dan Benson and Arding Hsu, **Multimedia Meets the Internet : present & future**, (USA : Springer Netherlands, 1997).
- (14) هناء السيد محمد علي. **جامعة الملك سعود: مجلة الآداب**، العدد ٢. المجلد ٢٣، ٢٠١١.
- (15) أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، في: **مؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر ١٥- ١٧ فبراير**. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩).
- (16) Neil Selvyn, Stephen Gorard & John Furlong, Whose Internet Is it Any Way? Exploring adults, (Non) Use OF the Internet in Everyday Life, **European Journal of Communication**, Vol 20, No 1, 2005.
- (17) دينا فاروق أبو زيد، أفلام التليفون المحمول: دراسة للمضمون والشكل وصانعي الأفلام، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٥، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٣.
- (18) Daniel Raisch, Web- Based Teaching & Learning, **Encyclopedia of Educational Leadership and Administration**, (London & New Delhi, Sage Publication, 2006).
- (19) أماني عمر الحسيني. العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات

المصرية. في: *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٥٠. يناير/ مارس ٢٠١٥.

- (20) Caroline Lego Muoz and Terri Towner. Back to the "wall": How to use Facebook in the college classroom. **First Monday**, Volume 16, Number 12 - 5 December 2011 available at: <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/3513/3116>

(21) لمياء محسن محمد حسن. استخدامات النخبة الأكاديمية والإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعية. في: *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد الثاني. إبريل/ يونيو ٢٠١٥.

(22) نوره حمدي أبو سنة. "استخدامات الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة"، في: *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٤٧، إبريل - يونيو ٢٠١٤.

(23) الحسن على محمد الذاري، استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسبوط، ٢٠١١.

(24) نرمين زكريا خضر، الأثار النفسية والاجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية "دراسة على مستخدمى موقع facebook، في: *المؤتمر العلمي الأول تحت عنوان الأسرة وتحديات العصر*، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، فبراير ٢٠٠٩).

(25) بندر عبد العزيز قليل الحارثي. اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. ٢٠١٤).

- (26) Nathan Jurgenson, When Atoms Meet Bits: Social Media, the Mobile Web and Augmented Revolution, **Future Internet**. Vol 4. 2012.

- (27) David Westerman, Patric R. Spence, Brandon Van Der Heide. Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information, **Journal of Computer-Mediated Communication**. Vol 19. 2014.

- (28) David Ingentio. "Democracy in the 21 century: Social media and politics- global village or cyber-balkans? , **Unpublished M.A.** (Los Angeles, CA: University of Southern California, 2010)

(29) نوره حمدي أبو سنة، مرجع سابق، ٢٠١٤.

-
- (30) سمر عبد الرؤف النادي محمد، استخدامات عينة من المراهقين للبلوتوث في الهاتف المحمول والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة والأمومة، ٢٠١٢)
- (31) ضحى أحمد عبد المنعم سلامة. نظام مقترح لتطوير الأداء التكيفي لبرامج إدارة التعلم الإلكتروني مفتوحة المصدر لدعم إدارة مقررات الهاتف النقال. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة بنها: كلية التربية النوعية. قسم تكنولوجيا التعليم. ٢٠١٥)
- (32) فريد محمد السيد عبد الرحمن. تصميم فصل إلكتروني قائم على التعلم النقال لتنمية مهارات البرمجة لتلاميذ المرحلة الإعدادية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية التربية. قسم تكنولوجيا التعليم، ٢٠١٥).
- (33) Seungwon “Shawn” Lee & Chung Hun Lee ,An Exploratory Study of Convention Specific Social Media Usage by Attendees: Motivations and Effect of Generations on Choice of Convention Information Source and Intention to Use Mobile Application, **Journal of Convention & Event Tourism**, Volume 15, Issue 2, 2014.
- (34) مها عبد الشافي عبد الشافي الشربيني. دراسة تصميم الإعلان والتسويق المباشر عبر الهاتف النقال. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الفنون التطبيقية. قسم الإعلان. ٢٠٠٩).
- (35) Jiao Xu, Chris Forman, Jun B. Kim, and Koert Van Ittersum, News Media Channels: Complements or Substitutes? Evidence from Mobile Phone Usage. **Journal of Marketing**, Vol. 78, No. 4, 2014.
- (36) Sylvia Chan-Olmsted, Hyejoon Rim, and Amy Zerba, Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage, **Journalism & Mass Communication Quarterly** March. vol. 90 no. 1. 2013.
- (37) هدى محمد السيد صلاح الدين محمد. استخدام الويب المتاح عبر الهواتف النقالة ومدى إمكانية تطبيقه في مواقع المكتبات الرقمية العربية: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب. قسم المكتبات والمعلومات. ٢٠١٤).
- (38) Mawindi Mabwea Zara, Hayes. Between the Newsroom and the Pub: the Mobile Phone in the Dynamics of Everyday Mainstream Journalism Practice in Zimbabwe. **Journalism**, Vol 12, No 6. 2011.
- (39) Kristen Purcell, Lee Rainie, Tom Rosenstiel & Amy Mitchell. How mobile devices are changing community information

environment, 2011. available at:

<http://pewinternet.org/Reports/2011/Local-mobile-news.aspx>

(40) Antony, Mary Grace, & Thomas, Ryan J. **New Media and Society**. Vol 12, No 8.2010.

(41) مصطفى إبراهيم أحمد حسين. إدمان الإنترنت كمنبئ للسلوك الأخلاقي لدى عينة من طلاب جامعة المنيا. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنيا: كلية التربية. قسم الصحة النفسية. ٢٠١٤).

(42) راجعت الباحثة المراجع التالية:

- عمرو محمد أسعد، "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة علي موقعي اليوتيوب والفيس بوك"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١١).
- أشرف جلال حسن، مرجع سابق. ٢٠٠٩.

• Mia Fischer. "Birds of feather flock together Reloaded :Homophile in the context of web2.0 in online social networking sites such as face book". **Unpublished M.A.** (Charleston: The Graduate School of the College of Charleston, 2010).

(43) أمانج عمر عبد الله. تأثير وسائل الاتصال الحديثة على النسق القيمي للشباب الجامعي. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة حلوان: كلية الآداب. قسم الاجتماع. ٢٠١٤)

(44) رانيا رمزي حليم الياس. الآثار الاجتماعية لاستخدام الهاتف المحمول على الشباب: دراسة ميدانية في مدينة القاهرة. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم الاجتماع. ٢٠٠٨).

(45) فوزية العلي. الآثار النفسية والاجتماعية للإنترنت على الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشارقة. في: المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ٢٠٠٩.

(46) نهي عاطف العبد. اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استقصاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو. في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٥١. إبريل/ يونيو ٢٠١٥.

(47) حسناء محرم لطفي يسن. تأثير تكنولوجيا الاتصال على البنية الأسرية: دراسة مقارنة بين قرية متحضرة وقرية تقليدية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع. ٢٠١٥).

(48) رانيا رمزي حليم الياس. مرجع سابق. ٢٠٠٨.

(49) منى محمد جعفر الدولتي. دور وسائل الإعلام الجديدة في حرية التعبير: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الهاتف النقال. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب. قسم الاجتماع. ٢٠١٥).

[http:// www.alexacom](http://www.alexacom) (50)

(51) عماد الدين على أحمد جابر. دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية. في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد ٥٠. يناير/ مارس ٢٠١٥.

(52) [http:// www.facebook.com](http://www.facebook.com)

(53) Catalina Laura Toma, "Affirming the self online: Motives, benefits and costs of Facebook use", Unpublished PHD. (New York: Cornell University, 2010).

(54) نرمين زكريا خضر. **مرجع سابق**. ٢٠٠٩.

(55) Cody Morris Paris, Woojin Lee, Paul Seery. "The Role of social Media in Promoting Special Events: Acceptance of Facebook Events" **paper presented at the Proceedings of the international Conference in Lugano**. Switzerland, February 10-12 2010.

(56) تم تكوين المقياس الاقتصادي من إجابات عينة الدراسة على بعض المتغيرات وتمثلت في نوعية السكن من حيث كونه تملك أو إيجار، وطبيعة العقار، وامتلاك عضوية نادي، وتم إعادة توكيد فئات متغيرات المقياس الأقل في القيمة درجة صفر والمتوسطة القيمة درجة ٥٠ والأعلى في القيمة درجة ١٠٠، ثم استخراج إجمالي المتوسطات الحسابية لهذه المتغيرات الثلاثة وضربها في مائة، للحصول على الدرجة النهائية التي تعطي دلالة على مستوى العينة على المقياس المتبع والمرتج من (١٠٠-٠)، وكلما ارتفعت قيمة نتيجة المقياس لتقترب من المائة يدل ذلك على الارتفاع للمستوى الاقتصادي، وخاصة لو كانت قيمة المقياس أعلى من الدرجة ٥٠ التي تدل على التوازن.

(57) عاطف عدلي العبد عبيد، **الرأي العام وطرق قياسه: الأسس النظرية، والمنهجية، والنماذج التطبيقية، والتدريبات العملية**، ط ٣ (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٠)، ص ١٧٧.

(58) فرج الكامل، **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإجرائها، وتحليلها**، ط ١ (القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠١)، ص ١٣٤.

(59) أ.د سامي الشريف عميد كلية الإعلام بالجامعة الحديثة

أ.د. أمين السعيد رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعة الحديثة

أ.د هويدا مصطفى عميدة المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق

أ.د محمد مرسي رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة القاهرة

أ.د فرج الكامل أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة

د.ميرال مصطفى المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالجامعة الحديثة

د. مروة محمود مدرس الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الكندي للإعلام.

(60) العالم العربي على الإنترنت ٢٠١٤، **مرجع سابق**، متاح على:

www.ArabSocialMediaReport.comK

(61) نوره حمدي أبو سنة، **مرجع سابق**، ٢٠١٤.

(62) Antony, Mary Grace, & Thomas, Ryan J. **Op.Cit.**2010.

(63) نوره حمدي أبو سنة. **"مرجع سابق"**، ٢٠١٤.

- (64) نرمين زكريا خضر، مرجع سابق، ٢٠٠٩.
- (65) تم تكوين مقياس الاستخدام من إجابات عينة الدراسة على بعض المتغيرات وتمثلت في (مدى استخدام الإنترنت، مدى امتلاك الهواتف الذكية، الانتظام في التعرض لتطبيقات الهواتف الذكية، وعدد ساعات التعرض لهذه التطبيقات)، وتم إعادة تكويد فئات متغيرات المقياس الأقل في القيمة درجة صفر والمتوسطة القيمة درجة ٥٠ والأعلى في القيمة درجة ١٠٠، ثم استخراج إجمالي المتوسطات الحسابية لهذه المتغيرات الثلاثة وضربها في مائة، للحصول على الدرجة النهائية التي تعطي دلالة على مستوى العينة على المقياس المتبع والمترج من (٠-١٠٠)، وكلما ارتفعت قيمة نتيجة المقياس لتقترب من المائة يدل ذلك على ارتفاع الاستخدام، وخاصة لو كانت قيمة المقياس أعلى من الدرجة ٥٠ التي تدل على التوازن.
- (66) David Westerman, Patric R. Spence, Brandon Van Der Heide. **Op.Cit.** 2014.
- (67) Nathan Jurgenson, **Op.Cit.** 2012.
- (68) تم تكوين مقياس الدوافع العام من إجابات عينة الدراسة الميدانية على العبارات التي تقيس أنواعها بشكل عام ما بين دوافع طقوسية ودوافع نفعية من استخدام التكنولوجيا الحديثة بتطبيقاتها المختلفة، والتي جاءت في جدولي رقم (٧)، و(٩)، وتم إتباع نفس منهجية تكوين المقياس العام للمستوى الاقتصادي والاستخدام عند تكوين المقياس العام للدوافع.
- (69) عند استخلاص النتيجة العام للدوافع، تبين أن النسبة التي لديها دوافع طقوسية منخفضة كان يقابلها دوافع نفعية مرتفعة، والعكس صحيح، مما جعل الإجمالي لكليهما معا متوسط الدوافع.
- (70) الحسن على محمد الذاري، مرجع سابق، ٢٠١١.
- (71) Jiao Xu, Chris Forman, Jun B. Kim, and Koert Van Ittersum, **Op.Cit**, 2014.
- (72) Sylvia Chan-Olmsted, Hyejoon Rim, and Amy Zerba, **Op.Cit.** 2013.
- (73) Catalina Laura Toma, **Op.Cit.** 2010.
- (74) تم حساب إيجابية أو سلبية تأثير استخدام تطبيقات الوسائل التكنولوجية الحديثة على العلاقات الأسرية في مدى تأثير هذه التكنولوجيا الحديثة في تقوية الاتصال المباشر المدعم للروابط الأسرية، وليس الاعتماد على هذه التكنولوجيا في عملية التواصل الأسري، لأنه لا يعد الاعتماد عليه التكنولوجيا في الاتصال الأسري من وجهة نظر الباحثة تدعيما للروابط بل يزيد من مساحة الفجور بين أفراد العائلة لعدم التواصل الحميمي المباشر بين أفراد الأسرة، وهي قاعدة ذلك مع كافة أنواع التأثيرات (المعرفية، الوجدانية، السلوكية، الاتجاهية)، وهو ما سبق الإشارة له في أهمية الدراسة.
- (75) أشرف جلال. مرجع سابق، ٢٠٠٩.
- (76) نرمين زكريا خضر، مرجع سابق، ٢٠٠٩.
- (77) العالم العربي على الإنترنت ٢٠١٤، مرجع سابق.
- (78) هناء السيد محمد علي. مرجع سابق، ٢٠١١.