

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٨ = ١,٤٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السابعة - العدد الثالث والعشرون - أبريل / يونيو ٢٠١٩ م

أولاً: بحوث بلغات أجنبية

ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر

- أ.د. رضوان بوجمعة (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
د. نور الهدى بوزقاف (جامعة الجزائر ٣)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية : دراسة حالة

- أ.م.د. أحمد خميس خليل (الجامعة الأمريكية في الإمارات) ... ص ١٣
أ.م.د. ثريا السنوسي (جامعة الشارقة)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة

- صفية محمد صالح (جامعة الشارقة) ... ص ١٧

ثانياً: بحوث باللغة العربية

الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨ م

- أ.م.د. مصطفى صابر عطية (جامعة الزقازيق) ... ص ٢١
د. غادة مصطفى البطريق (جامعة الطائف)

دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية : دراسة نظرية

- د. عمر إبراهيم بوسعدة (جامعة الملك خالد) ... ص ١٤١

دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة

- د. داليا مصطفى السواح (جامعة حلوان) ... ص ١٦١

دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها : دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين

- د. نصر الدين عبد القادر عثمان (جامعة عجمان) ... ص ٢١١

الدراسات الاعلامية العربية في مجال الأزمات : دراسة تحليلية من المستوى الثاني

- د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة السويس) ... ص ٢٤١

إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية : دراسة استطلاعية

- خديجة حماد حمدي الكبيكي (جامعة أم القرى) ... ص ٣٠٥

ثالثاً: ندوات ومؤتمرات

أعمال ندوة: "العلاقات العامة والشائعات"

- (الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ... ص ٣٤٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٩ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العنادر (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايغ (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة مبرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل



جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprrr@eprra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprrr.eprra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- 0 المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- 0 أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١,٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- 0 المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- 0 تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- 0 تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- 0 يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- 0 يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات

- (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$٥.
- يتم تقديم خصم من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠ ، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام السابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها اثنان وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالّتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١,٣٤، ومعدل ١,٤٨ في عام ٢٠١٨م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان).

وفي العدد الثالث والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة وللأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثًا مشتركًا باللغة الفرنسية مقدمًا من جامعة الجزائر ٣ من: أ. د. رضوان بو جمعة، د. نور الهدى بوزقاو، من الجزائر، اللذان قدما بحثًا عن: "ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر".

وقدّم كل من: أ. م. د. أحمد خميس خليل، من العراق، الجامعة الأمريكية بالإمارات، أ. م. د. ثريا السنوسي، من تونس، جامعة الشارقة، دراسة حالة عن: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية" باللغة الإنجليزية.

ومن جامعة الشارقة قدمت صفية صالح محمد، من الإمارات، دراسة باللغة الإنجليزية أيضًا ضمن متطلبات حصولها على درجة الماجستير بعنوان: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة".

وقدّم كل من: أ. م. د. مصطفى صابر عطية، من مصر، جامعة الزقازيق، د. غادة مصطفى البطريق، من مصر، جامعة الطائف، دراسة بعنوان: "الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨م".

أما د. عمر إبراهيم بوسعدة، من الجزائر، جامعة الملك خالد، فقد قدم دراسة نظرية بعنوان: "دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية".

بينما قدمت د. داليا مصطفى السواح، من مصر، جامعة حلوان، بحثاً بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة".

ومن جامعة عجمان قدم د. نصر الدين عبد القادر عثمان، من السودان، بحثاً بعنوان: "دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين".

وقدم د. السيد عبد الرحمن علي، من مصر، جامعة السويس، دراسة تحليلية من المستوى الثاني لبحثه الموسوم بـ: "الدراسات الإعلامية العربية في مجال الأزمات".

ومن السعودية قدمت خديجة حماد حمدي الكبكي، جامعة أم القرى، دراسة استطلاعية في بحثها عن: "إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية". وأخيراً تضمن العدد ملخص أعمال ندوة "العلاقات العامة والشائعات"، التي تم تنظيمها من قبل مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط والجمعية المصرية للعلاقات العامة بالتعاون مع الاتحاد الإقليمي للجمعيات والمؤسسات الأهلية بالقاهرة.

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخر ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨م

إعداد

أ.م.د. مصطفى صابر عطية^(*)

د. غادة مصطفى البطريق^()**

^(*) أستاذ مشارك بقسم الإعلام التربوي في كلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق. والمعار كأستاذ مشارك بكلية الإعلام والاتصال - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - المملكة العربية السعودية.

^(**) أستاذ مساعد بقسم الإعلام وعلوم الاتصال في كلية الآداب - جامعة الطائف.

الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨م

د. غادة مصطفى أحمد محمد البطريق
Ghada_elbatrik@yahoo.com
جامعة الطائف

أ.م.د. مصطفى صابر محمد عطية النمر
mostafa_elnemr25@yahoo.com
جامعة الزقازيق

ملخص:

يُعد المحتوى الذي يهدف العرض التحليلي لدراسته هو التراث العلمي في مجال الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ويتمثل مجتمع العرض التحليلي في رسائل الدكتوراه والبحوث العلمية المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة، وتلك المقدمة في المؤتمرات العلمية خلال السنوات العشر الأخيرة من ١ يناير ٢٠٠٩م إلى وقت الانتهاء من إجراء هذه الدراسة في ٣١ ديسمبر ٢٠١٨م.

وينتمي العرض التحليلي الحالي إلى الدراسات الوصفية التحليلية أو ما يُطلق عليه دراسات تحليل المستوى الثاني Meta-Analysis ويهدف إلى:

- ١- رصد الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، خلال الفترة من ١ يناير ٢٠٠٩ إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٨م.
 - ٢- اكتشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل.
 - ٣- التعرف على الأطر المنهجية والنظرية، وكذلك أهم النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات.
 - ٤- التوصل إلى رؤية مستقبلية، واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
- وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- الارتفاع الملحوظ لاستخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام الرقمية، وهو ما انعكس بالسلب على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، فعلى الرغم من أن الوسائل التقليدية لاتزال متواجدة على الساحة الإعلامية فإن استخدامها من قبل الشباب العربي في طريقه للانخفاض التدريجي.
- أن الجيل الرقمي الجديد أصبح يشعر بانفصال نسبي عن المجتمع التقليدي؛ لاندماجه في شبكات التواصل الاجتماعي التي تنتشر وتتنوع بقدر تنوع الاهتمامات والمجالات، حيث تصدرت مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي استخدامات الشباب لوسائل الإعلام الجديدة، لدرجة جعلت العديد منهم يدمنون هذه المواقع والتطبيقات، وهو ما انعكست آثاره بالسلب على العلاقات الاجتماعية.

مقدمة:

في الأمس القريب، كانت وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة والتلفزيون هي المصادر الأساسية التي يعتمد عليها الناس لمعرفة الأخبار والأحداث اليومية، أما الآن فقد تغيرت كثيرًا الطريقة التي يستقبل بها الناس المعلومات من حولهم، وبفضل التكنولوجيا فإنّ هذا التغيير سيستمر في التنامي في المستقبل، وبشكل ملحوظ، إذ إنّ المتلقي قد صار أكثر اعتمادًا في هذه الأيام على التكنولوجيا كمصدر رئيس للخبر، ويفضلها في بعض الأحيان على الصحف والجرائد^(١).

فوسائل الإعلام من راديو وتلفزيون وسينما وإنترنت والموبايل مؤخرًا أصبحت تحاصر الإنسان بكافة الأحداث التي وقعت في الداخل والخارج من الصباح وحتى المساء، والمتأمل يرى أنّ الإعلام الذي يقدّم من خلال تلك الوسائل الآن يختلف عن إعلام السنوات الماضية سواء على مستوى الشكل أو المضمون، حيث اختلف الوعاء الإعلامي الذي توضع فيه الرسالة الإعلامية، وتعددت اتجاهات هذا الإعلام وتنوعت كي تتلاءم مع التدفق الإعلامي والتكنولوجي الواقع والتطور التقنيّ على مستوى الوسائل التي تضافرت معًا في عصر الأنفوميديا والتقارب التقنيّ والإعلامي^(٢). وبالرغم من التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنها لم تلغ وسائل الاتصال القديمة ولكن طوّرتها، بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تنسم بالطابع الدوليّ أو العالمي^(٣).

أهداف العرض التحليلي النقدي:

- ١- رصد الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربيّ لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، خلال الفترة من ١ يناير ٢٠٠٩م إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٨م.
- ٢- اكتشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل.
- ٣- التعرف على الأطر المنهجية والنظرية، وكذلك أهمّ النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات.
- ٤- التوصل إلى رؤية مستقبلية، واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال استخدامات الشباب العربيّ لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

مجتمع العرض التحليلي:

يُعد المحتوى الذي يهدف العرض التحليلي لدراسته هو التراث العلميّ في مجال الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربيّ لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ويتمثل مجتمع العرض التحليلي في رسائل الدكتوراه والبحوث العلمية المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة، وتلك المقدمة في المؤتمرات العلمية خلال السنوات العشر الأخيرة من ١ يناير ٢٠٠٩م إلى وقت الانتهاء من إجراء هذه الدراسة في ٣١ ديسمبر ٢٠١٨م.

وتمَّ حصرُ الدراسات التي سحبت منها عينة التحليل استنادًا إلى المعايير التالية:

المعيار الأول: معيار المصادر التي تمَّ الاعتماد عليها.

المعيار الثاني: معيار الإطار الزمني.

المعيار الأول: معيار المصادر التي تمَّ الاعتماد عليها:

اشتمل العرض التحليليُّ على الدراسات العربية التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة سواء كانت رسائل دكتوراه أو بحوث علمية منشورة في الدوريات العلمية العربية المحكمة، أو تلك المقدمة في مؤتمرات علمية، وتمَّ استبعاد رسائل الماجستير، وبلغ عدد الدراسات العربية التي اشتمل عليها العرض التحليليُّ (٣١٤). أمَّا فيما يتعلق بالدراسات الأجنبية، فقد تمَّ الاعتماد على قواعد البيانات العالمية كمصدر لجمع وتحليل البحوث الأجنبية التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة المنشورة في مجلات علمية عالمية محكمة، بالإضافة إلى البحوث الأجنبية المنشورة في مجلات علمية عربية محكمة، وبلغ عدد الدراسات الأجنبية التي اشتمل عليها العرض التحليليُّ (٣٠)، وذلك خلال العشر سنوات الأخيرة من يناير ٢٠٠٩م إلى وقت الانتهاء من إجراء هذه الدراسة في ديسمبر ٢٠١٨م؛ وبذلك يكون إجمالي عدد الدراسات العربية والأجنبية التي اشتمل عليها العرض التحليليُّ (٣٤٤) دراسة.

المعيار الثاني: معيار الإطار الزمني للدراسات عينة التحليل:

تمَّ تحديد الإطار الزمنيُّ للتحليل ليشتمل على رسائل الدكتوراه والبحوث العلمية المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة، وتلك المقدمة في مؤتمرات علمية خلال السنوات الأخيرة ابتداءً من ١ يناير ٢٠٠٩م، وحتى موعد الانتهاء من الدراسة الحالية في ٣١ ديسمبر ٢٠١٨م.

التصميم المنهجي:

ينتمي العرض التحليليُّ الحالي إلى الدراسات الوصفية التحليلية أو ما يُطلق عليه دراسات تحليل المستوى الثاني Meta-Analysis وهو أسلوب منهجيُّ يعتمد على المراجعة المنهجية التحليلية المنظمة للدراسات العلمية التي تمَّ نشرها في مجال معين أو حول موضوع معين للوصول إلى نتائج يستطيع من خلالها الباحث رصد ما توصلت إليه هذه الدراسات وما اتفقت أو اختلفت عليه من نتائج، كما توفر إطاراً منهجياً حول المناهج والأدوات التي استخدمتها هذه الدراسات^(٤).

ويمكن إيجاز مراحل العرض التحليليُّ كما يلي:

- حصر التراث العلمي عينة التحليل في مجال الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
- مراجعة الدراسات السابقة عينة التحليل.

- رصد الدراسات التي تحقق الهدف الرئيس للعرض التحليلي الحالي.
- تحديد القضايا البحثية لهذه الدراسات وتصنيفها في اتجاهات بحثية.
- البدء في عملية التحليل بناءً على فئات التحليل التي يستهدفها تقرير العرض وتتضمن:
 - المجالات البحثية والقضايا والموضوعات
 - الأطر النظرية
 - التصميمات المنهجية
 - أهم النتائج والإضافات المعرفية أو النظرية أو المنهجية أو التطبيقية
 - الأفكار البحثية الجديدة أو الإشكاليات الفكرية أو المنهجية التي أثارها تلك الدراسات.

تقسيم مباحث العرض التحليلي:

- المبحث الأول: عرض الدراسات محل التحليل بأسلوب منهجي يرسد ويصف القضية البحثية والاطر المنهجية والنظرية إضافة للنتائج.
- المبحث الثاني: التحليل النقدي للدراسات عينة التحليل ومناقشة نتائج التحليل بناءً على فئة الموضوعات والقضايا البحثية والاطر النظرية والتصميمات المنهجية ومناقشة نتائج التحليل.
- المبحث الثالث: الرؤية المستقبلية والأجندة البحثية المستخلصة من العرض التحليلي.

المبحث الأول: استعراض الدراسات عينة التحليل

- بناءً على ما توصل إليه الباحث من دراسات في مجال الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة يمكن رصد الاتجاهات التالية:
- الاتجاه الأول: الدراسات المرتبطة باستخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية.
- الاتجاه الثاني: الدراسات المرتبطة بتأثير استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على النسق القيمي والأخلاقي للشباب العربي.
- الاتجاه الثالث: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.
- الاتجاه الرابع: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.
- الاتجاه الخامس: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الاقتصادية والتنموية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.
- الاتجاه السادس: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الأمنية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي ودورها في إدارة الأزمات والكوارث.

الاتجاه السابع: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات المعرفية والتوعوية والتعليمية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.

الاتجاه الثامن: الدراسات المرتبطة بدور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في بناء مدركات الشباب العربي وتشكيل اتجاهاتهم والصور الذهنية لديهم.

الاتجاه التاسع: الدراسات المرتبطة بتأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي فيما يتعلق بالعنف والتطرف والإرهاب.

الاتجاه العاشر: الدراسات المرتبطة بالشائعات وتأثيرها على الشباب العربي ومدى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

الاتجاه الأول: الدراسات المرتبطة باستخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية.

تعددت الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي للإنترنت والتكنولوجيا الاتصالية الحديثة ووسائل الإعلام الرقمي، حيث ساهم التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته الإنسانية في الفترة الأخيرة في انتشار العديد من الوسائل التي جذبت الجمهور العربي بفئاته المختلفة وعلى رأسهم فئة الشباب، ومن بين هذه الوسائل الهواتف الذكية والمواقع الإلكترونية المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الاتصالية التي سهلت الاتصال بشكل كبير واستغلتها المؤسسات الإعلامية المختلفة في تطوير خدماتها؛ مما جعلها محل اهتمام من كثير من الدراسات والبحوث التي ركزت على استخدامات الشباب العربي للإنترنت والتكنولوجيا الاتصالية الحديثة ووسائل الإعلام الرقمي. ومن بين الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي للإنترنت بشكل عام: دراسة (محمد الحيدري، ١٤٣٦هـ) التي هدفت إلى التعرف على السمات الشخصية لمستخدمي الإنترنت من الشباب السعودي وتأثير استخدام الإنترنت على بعض أنشطة الحياة اليومية. وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عدد ساعات استخدام الإنترنت وبين جميع أبعاد سمات الشخصية لدى الشباب السعودي^(٥)، وركزت دراسة (محمد عبد البديع، ٢٠١٢م) على التعرف على دوافع استخدام الشباب السعودي للإنترنت والاشباع التي تحققها، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واستندت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والاشباع، وأعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٧٠ مبحوثاً من طلاب السنة التحضيرية بكلية العلوم بجامعة الحدود الشمالية بالمملكة العربية السعودية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن دافع إكتساب معلومات جديدة في مختلف المجالات جاء في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام الشباب الجامعي السعودي للإنترنت وذلك بنسبة ١٨,٥%، يليه دافع التسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ بنسبة ١٦,١%، ثم دافع الدردشة والتحاور مع الآخرين بنسبة ١١%^(٦).

وسعت دراسة (هندي البشري، ٢٠١٧م) إلى التعرف على أهم سمات وخصائص مرتادي مقاهي الإنترنت من الشباب السعودي وتحديد أهم الدوافع التي أدت بهم إلى التردد عليها. وأشارت نتائج الدراسة إلى تنوع مواقع الإنترنت التي يتردد عليها المبحوثون وجاء في مقدمتها يوتيوب ثم البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي، وتتوعد رؤية المبحوثين لدوافع تردد الشباب على مقاهي الإنترنت وجاء في مقدمتها التسلية والترويح، والتواصل الاجتماعي، وتصفح المواقع المختلفة^(٧). وفيما يتعلق باستخدامات الشباب الإماراتي للإنترنت، أجرى (نصر الدين لعياضي، ٢٠١٢م) دراسة للكشف عن أوجه استخدام التطبيقات التي تتيحها شبكة الإنترنت وفهم مدى التوافق والاختلاف في هذا الاستخدام انطلاقاً من افتراض مفاده أن امتلاك الأداة التقنية لا يؤدي بالضرورة إلى توحيد استخدامها آلياً، بل تتحكم فيه مجموعة من المتغيرات الاجتماعية والثقافية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ممارسة الشباب في دولة الإمارات للإنترنت ليست موحدة أو نمطية؛ فرغم اشتراك الشباب في استخدام الإنترنت لتحقيق بعض الغايات كالاتصال، والمعرفة، وخلق علاقات، فإن استخدامه يتباين وفق بعض المتغيرات مثل: الجنس والسن والجنسية^(٨).

وسعت دراسة (عزة عبد العزيز، ٢٠١١م) إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تعامل الفتاة العربية مع الإنترنت، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأسندت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع، وأعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طالبات جامعتي القاهرة والملك سعود، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت يتباين من مجتمع لآخر ومن دولة لأخرى حسب الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية ويلاحظ تنامي استخدام الإنترنت في مصر والسعودية في مختلف المجالات الحياتية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والإعلامية والتعليمية والدينية^(٩).

وركزت دراسة (رغد فيصل، ٢٠١١م) على التعرف على دوافع استخدام الشباب الكويتي للمواقع الإلكترونية عبر الإنترنت، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأسندت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع، وأعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٥٢٧ مبحوثاً من الشباب الكويتي، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع الإنترنت والدوافع، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة بين معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع الإنترنت والإشباع^(١٠).

وهدف دراسة (دينا فاروق، ٢٠٠٩م) إلى المقارنة بين استخدامات الشباب الجامعي العربي والأجنبي لغرف المحادثة الإلكترونية الأجنبية، وأسندت الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على

عينة قوامها ٤٠٠ مفردة وذلك عبر الإنترنت من خلال المحادثة الإلكترونية مع المبحوثين المتواجدين في غرف الدردشة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة استخدام الشباب الجامعي لغرف المحادثة الإلكترونية باختلاف الجنسية لصالح الشباب الأجنبي^(١١).

وتبيّن وجود اهتمام كبير من الدراسات الإعلامية بالبحث في استخدامات الشباب العربي للهواتف الذكية؛ وهذا يتماشى مع الانتشار الواسع لها بين فئات الجمهور المختلفة، وعلى رأسهم فئة الشباب، هذا فضلاً عن رخص ثمنها وسهولة استخدامها والمزايا الاتصالية والإعلامية التي تتمتع بها والتي تميزها عن وسائل الاتصال والإعلام الأخرى. ومن بين الدراسات التي اهتمت باستخدامات الشباب العربي للهواتف الذكية: دراسة (أمين سعيد عبد الغني، ٢٠١٢م) والتي تناولت استخدام وسائل الموجة الرقمية الثالثة وتكوين الشباب المصري للشبكات متعددة الأبعاد، وسعت هذه الدراسة إلى اختبار مقولات نظرية الشبكات الاجتماعية متعددة الأبعاد من خلال رصد وتحليل استخدامات الشباب المصري لأجهزة الموجة الرقمية الثالثة مثل: أجهزة آي باد وآي فون وجلاكسي تاب وبلاك بيري وغيرها؛ لمعرفة كيف يغيّر استخدام هذه الوسائل الجديدة في شبكة العلاقات الاجتماعية لمستخدميها، وكيف يؤثر في استخدامهم لشبكة المعلومات والاتصالات والسلوك الاتصالي لهم في المنظمات الرسمية وغير الرسمية قبل استخدام هذه الوسائل وفي بداية استخدامها وبعد فترة من هذا الاستخدام. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تؤكد على بداية الخروج من تميّط عصر الاتصال الجماهيري إلى تنوع عصر الاتصالات الرقمية^(١٢).

وهدفّت دراسة (مطلق العتيبي، ٢٠١٤م) إلى الكشف عن كيفية استخدام الشباب السعودي لأجهزة الهواتف الذكية، وقدمت الدراسة وصفاً إثنوجرافياً عن استخدامات الشباب لهواتفهم الذكية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أكثر الأجهزة الذكية استخداماً كانت أجهزة الجلاكسي وأجهزة الأيفون وأجهزة بلاك بيري، وأنّ الشباب يتفاعلون عبر هذه الأجهزة مع الآخر أفراداً ومجموعاتٍ عن طريق الرسائل النصية والصور والفيديوهات أكثر من الاتصال الصوتي، وأنّ استخدام الهواتف الذكية زاد من مهارات الشباب، كما عزز استخدام الهواتف الذكية مفهوم الخصوصية لدى الشباب^(١٣). وفي سياق متصل، سعت دراسة (حنان أحمد، ٢٠١٦م) إلى التعرف على دوافع وأهداف استخدامات الجوال لدى طلبة جامعة الملك عبدالعزيز. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقات ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كلّ من متغير كثافة استخدام الجوال والدوافع النفعية عند العينة. وأكدت الدراسة على أنّ فئات الذكور والإناث تتشابه في استخدام الجوال لأهداف ودوافع نفعية. وأوصت الدراسة بأهمية توعية وتنقيف أفراد المجتمع بأنماط استخدامات الجوال المختلفة لاستثمار هذه التقنية بشكل إيجابي وفعال^(١٤). وأيضاً فيما يتعلق باستخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية، أجرت (نورة حمدي، ٢٠١٤م) دراسة للوقوف على مدى استخدام الشباب السعودي للهواتف الذكية ومدى الاستفادة منها ومدى تأثيرها عليهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ ٩٧% من الشباب السعودي لا يستطيعون

الاستغناء عن هواتفهم الذكي، وكانت أولى الدوافع لاستخدام الهواتف الذكية أنها توفر الوقت والجهد، في حين جاءت أولى الإشباعات من استخدام الشباب للهواتف الذكية أنها تُكسبهم معلوماتٍ جديدة (١٥). وتناولت دراسة (عبيد الشقصي، ٢٠١٢م) استخدامات الشباب في سلطنة عمان للهاتف المحمول والإشباعات المتحققة منها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الشباب لطرق الاتصال المتوافرة في الهاتف المحمول تختلف باختلاف الغرض منها، فبينما يستخدمون المكالمات لأغراض عائلية في المقام الأول، يستخدمون الرسائل القصيرة ورسائل الوسائط لتعزيز الصداقة، وجاء البلوتوث كطريقة اتصال مناسبة للمعاكسات ونقل الملفات (١٦)، وفيما يتعلق باستخدامات الشباب اليمني والخليجي للهواتف الذكية، أجرى كل من (فؤاد سعدان؛ معين الميثمي، ٢٠١٧م) دراسة للكشف عن دوافع استخدام طلاب الجامعات اليمنيين والخليجيين للهواتف الذكية والتعرف على الإشباعات التي تتحقق لهم نتيجة لاستخدامهم لها. وأشارت نتائج الدراسة إلى تصدر تطبيقات التواصل الاجتماعي استخدامات طلبة الجامعات الخليجيين واليمنيين للهواتف الذكية (١٧). وتناولت دراسة (حبيب ملح، ٢٠١٣م) استخدامات طلاب جامعة تكريت للموبايل كوسيلة اتصالية وإعلامية والإشباعات المتحققة منه. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الاتصال بالأهل احتل المرتبة الأولى في مبررات استخدام الطلبة للموبايل، وفي المرتبة الثانية الاتصال بالأقارب والأصدقاء لأغراض نافعة، بينما جاء بالمرتبة الثالثة تصوير المناسبات في الحياة الجامعية والعامة، وفي المرتبة الرابعة الحصول على الأخبار، وبالمرتبة الخامسة الدخول على الإنترنت، وفي المرتبة السادسة سماع إذاعة FM، وتغلب الموبايل على بقية مصادر الأخبار بعد حصوله على المرتبة الأولى كمصدر للأخبار، وهو ما يؤكد على أن الموبايل أصبح وسيلة اتصالية وإعلامية يمكن أن يستقي منها المتلقي المعلومات التي تدور في بيئته (١٨).

وفي إطار استخدامات الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الإلكترونية المحمولة، هدفت دراسة كل من (نجوى عبدالسلام؛ مها عبدالمجيد، ٢٠١٧م) إلى استكشاف العوامل المختلفة المؤثرة في تبني هذا الاستخدام. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم العوامل المؤثرة في استخدام الأخبار عبر المنصات المحمولة: الاستمتاع بمتابعة المضمون الإخباري من خلال هذه المنصات، والاهتمام بالمضمون الإخباري، وأيضاً الاهتمام بتجربة استخدام التكنولوجيا الحديثة، والرغبة في التأثير في الآخرين، إضافة إلى إدراك المستخدمين لمدى سهولة الوصول إلى المضمون الإخباري سواء من خلال المواقع الإعلامية أو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وإدراكهم للإمكانيات المميزة لهذه المنصات من حيث النقاط الصور وتخزينها وإعادة إرسالها وسهولة الاستخدام والإمكانيات التفاعلية المختلفة المتاحة في المواقع الإعلامية (١٩).

واستحوذت مواقع التواصل الاجتماعي على حيز كبير في نطاق الدراسات الإعلامية التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام الرقمي الجديد. ومن بين هذه الدراسات: دراسة (عادل فهمي، ٢٠١٧م) والتي هدفت إلى التعرف على العلاقة بين تعرّض الشباب المصري لمواقع

التواصل الاجتماعيّ واتجاهاتهم نحو هويتهم الذاتية والاجتماعية ومدى وجود فجوة بين الشباب والأجيال السابقة ومؤسسات المجتمع بسبب انخراطهم في وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بتعرضهم للوسائل التقليدية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ الجيل الرقميّ الجديد يتعرض لمصادر تلقّي جديدة ومتنوعة، ولم يعد يرى أنّ البيت والمسجد والمدرسة هي المحاضن التربوية والموجهات الوحيدة، ولا هي زارع القيم ومحدد المسارات، إنما للجيل الجديد مصادره التي لا تحصي للتلقّي وقد وجدوا فيها ما لم يجدوه في المصادر التقليدية، بسبب انهيار المنظومة التعليمية والثقافية والإعلامية، كما أنّ الجيل الجديد يشعر بانفصال نسبيّ عن المجتمع التقليديّ؛ لاندماجه في شبكات التواصل الاجتماعيّ التي تتنوع بقدر تنوع الاهتمامات والمجالات^(٢٠). وسعت دراسة (رفعت البدري، ٢٠١٦م) إلى رصد واستكشاف طبيعة العلاقة بين استخدام الطلاب المصريين المراهقين للشبكات الاجتماعية من خلال تطبيقاتها المتعددة والمتاحة على الهواتف النقالة وبين إيمان هؤلاء المراهقين لاستخدام هواتفهم الذكية. وأشارت نتائج الدراسة إلى استحوذ الشبكات الاجتماعية عبر الهاتف المحمول على الكثير من الاهتمام والوقت لدى غالبية تلك الشريحة من الجمهور، وتبيّن وجود علاقة ارتباطية بين وجود تطبيقات للشبكات الاجتماعية على الهاتف وإيمان الاستخدام^(٢١). وفي سياق متصل، أجرى (Mohamed Fadl, 2018) دراسة للتعرف على استخدامات الشباب المصريّ لوسائل الإعلام الاجتماعيّ والإشباع المتحققة من جرّاء هذا الاستخدام. واستندت الدراسة في إطارها النظريّ إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ فيس بوك هو الوسيط الأبرز في تلبية حاجات الشباب المصريّ من بين وسائل التواصل الاجتماعيّ^(٢٢). وفي دراسة أجراها (محمد محفوظ الزهري، ٢٠١٦م) قامت برصد وقياس دوافع استخدام الشباب الجامعيّ المصريّ لشبكات التواصل الاجتماعيّ على الشبكة العنكبوتية والإشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم، أشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة استخدام الشباب الجامعيّ لمواقع التواصل الاجتماعيّ^(٢٣).

وسعت دراسة (فاطمة فايز، ٢٠١٨م) إلى التعرف على العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعيّ، وأستندت في إطارها النظري على نظريتي الاستخدامات والإشباع والمجال العام، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب المصريّ، وعكست استجابات المبحوثين من خلال نتائج التحليل الكمي والكيفي درجة من الوعي بأهم مبادئ التربية الإعلامية، فبالرغم من أن غالبيتهم لا يعرفون بدقة المقصود بمصطلح التربية الإعلامية بنسبة ٧٠%، ونسبة قليلة جداً منهم حددت بوضوح ما يقصد به، إلا أن استجاباتهم في هذا المحور وسلوكهم الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي عكست درجة كبيرة من الوعي بمبادئ التربية الإعلامية^(٢٤).

وركزت دراسة (خالد صلاح الدين، ٢٠١١م) على التعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي في إطار نظرية الثراء الإعلامي، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٢٠ مجوئاً، وأشارت نتائج الدراسة الى أن المبحوثين من الشباب المصري يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي هي عالمهم المفضل الذي لا يؤطره حيز مكاني أو زمني، وأن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكثر ملاءمة لتلبية احتياجاتهم الاتصالية^(٢٥).

وسعت دراسة (أمال كمال، ٢٠١١م) إلى التعرف على العلاقة بين استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي بالتطبيق على موقع الفيس بوك، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مجوئاً، وأشارت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ايجابية بين استخدام الفيس بوك وتشكيل رأس المال الاجتماعي وأستمراره^(٢٦).

وهدفَت دراسة (ممدوح شتلة، ٢٠١٧م) إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعيّ المصريّ الوظيفة الإعلامية الإخبارية لمواقع التواصل الاجتماعيّ بالتطبيق على موقعي فيس بوك وتويتر والإشباع المتحققة منهما. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ موقع فيس بوك جاء على رأس مواقع التواصل الاجتماعيّ التي يستخدمها الشباب عينة الدراسة، يليه في الترتيب الثاني موقع يوتيوب، ثم موقع تويتر في الترتيب الثالث، كما أكدت النتائج على أنّ موقعي التواصل الاجتماعيّ فيس بوك وتويتر تعتبر مصادر مهمة للأخبار والمعلومات^(٢٧).

وسعت دراسة (همت حسن، ٢٠١٥م) إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الخليجي لوسائل التواصل الاجتماعيّ وإدراكهم للمخاطر الناشئة عن ذلك، من اكتساب صفات غير حميدة أو القيام ببعض السلوكيات المخالفة لقيم وأخلاقيات المجتمع مقارنةً بمستوى إدراكهم لتأثيرها على الآخرين. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات الارتباطية. واعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٢٧٠ مفردة من الشباب الخليجيّ ممّن يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعيّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ نسبة ٤٨% من أفراد عينة الدراسة يرون أنّ الآثار السلبية لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعيّ أكثرُ تأثيراً على الآخرين من تأثيرها على أنفسهم، وأيدت النتائج الفرض السلوكيّ لنظرية تأثير الشخص الثالث بالموافقة على فرض الرقابة على ما يُقدّم من خلال وسائل التواصل الاجتماعيّ؛ للوقاية من التأثيرات السلبية لهذه الرسائل^(٢٨).

وتناولت دراسة (نايف آل سعود، ١٤٣٦هـ) دوافع استخدام الشباب الجامعي السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح. واعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٧٠ مفردة من طلاب جامعة الملك سعود. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من ٨٥% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأن أكثر من ٦١% منهم يستخدمون تويتر، مقابل ٥٧% يستخدمون فيس بوك. وجاءت دوافع الحصول على الأخبار ومعرفة أبرز القضايا السياسية العالمية والبحث عن الأحداث والاحتفالات في مقدمة دوافع المبحوثين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، تليها الأسباب والدوافع الخاصة بالاتصال والتواصل مع الآخرين^(٢٩). وهدفت دراسة (فاطمة الزهراء محمد & بسنت عبدالمحسن، ٢٠١٣م) إلى التعرف على العلاقة بين استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وأنماط الشخصية. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية، واعتمدت في جمع بيانات الدراسة على استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة قوامها ٤١١ من الشباب السعودي. وأظهرت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة عبروا عن أن السبب في استمرارهم في التواصل مع الآخرين من خلال الموقع هو رغبتهم في تكوين صداقات جديدة ومفيدة بنسبة ٦٢%، يليها توقع أن يحقق لهم ذلك مكانة اجتماعية أعلى بنسبة ٢١%، في حين توقع ١٤% تحسن مستوى معيشتهم أو تحقيق زيادة ملموسة في الدخل المادي^(٣٠).

وهدفت دراسة (عبدالله الكندي & هلال الرشدي، ٢٠١٦م) إلى وصف وتفسير استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والإشباع المتحققة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية تنصدر وسائل الإعلام كوسيلة إعلامية مفضلة للبحث عن خبر أو معلومة جديدة عند عينة الدراسة، يليها على الترتيب: الصحف الإلكترونية، ثم تليفزيون سلطنة عمان، ثم المنتديات، يليها تطبيقات الهواتف الذكية، وأتضح أن التعرض لوسائل الإعلام التقليدية انخفض بشكل واضح بعد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية^(٣١).

وسعت دراسة (يوسف الفيلكاوي، ٢٠١٦م) إلى التعرف على استخدامات الشباب الكويتي لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها عليهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الشباب الكويتي أصبحوا مدمنين على استخدام هذه الوسائل؛ ويرجع ذلك لانتشار استخدام الإنترنت وأنواع الجوال الحديثة بين الشباب الكويتي؛ مما ساعد على ارتفاع معدل استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي^(٣٢).

وتناولت دراسة (Julie Wist & Nahed El Tantawy, 2012) استخدامات الشباب الإماراتي لوسائل الإعلام الاجتماعية بعد عام واحد من الربيع العربي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه جاء في مقدمة دوافع استخدام الشباب الإماراتي لتقنيات الاتصال الحديثة توفير فرص اجتماعية، كما عبر غالبية المبحوثين عن أنهم يستخدمون تقنيات الاتصال الحديثة لمواكبة الأحداث الجارية في الوقت الذي بدا فيه الاهتمام باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة للحصول على المعارف السياسية منخفضاً^(٣٣).

وتناولت دراسة (تحسين منصور، ٢٠١٤م) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك خمسة إشباعات يحققها الشباب الجامعي الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الحاجات مرتبة حسب أولويات الاستخدام الحاجات المعرفية، الحاجات الوجدانية السيكلوجية، الحاجات الشخصية البرجماتية، الحاجات الاجتماعية، وحاجات الهروب من الواقع وملء الفراغ^(٣٤). وفي سياق متصل، سعت دراسة (إبراهيم الخصاونة، ٢٠١٥م) إلى التعرف على التأثير الإيجابي والسلبي لاستخدام الشباب الأردني لشبكات التواصل الاجتماعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت منابر إعلامية لنقل الأخبار المتعلقة بالمناسبات المختلفة، وعدم اقتصار الأمر على ما تنشره وسائل الإعلام التقليدية، وأن أفراد العينة يعتمدون بشكل كبير على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، وأن هذه الشبكات تؤثر على الشباب في مختلف مناحي حياتهم، وكلما زاد تطورها زاد تأثيرها بصورة مطردة^(٣٥).

وفيما يتعلق بالمضامين الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي، أجرى (بشار عبدالرحمن، ٢٠١٦م) دراسة لمعرفة علاقة الشباب الأردني بالمضامين الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحوها فضلاً عن معرفة إدراكهم لتأثيراتها السلبية في المجال الديني على أنفسهم وعلى الآخرين من جراء هذا الاستخدام، بالإضافة إلى معرفة مدى إدراكهم لقبول وضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من تلك التأثيرات السلبية. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية تأثير الشخص الثالث. وأشارت نتائج الدراسة إلى تصدر رؤية المبحوثين بأن الآخرين أكثر عرضة للتأثيرات السلبية نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض دينية^(٣٦). وهدفت دراسة (حسين الشهراني، ٢٠١٨م) إلى التعرف على مدى اعتماد الطلبة الخليجيين الدارسين بالمملكة الأردنية الهاشمية على مواقع التواصل الاجتماعي في تواصلهم مع الهيئات الدبلوماسية لدول مجلس التعاون الخليجي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أبرز تطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الطلبة الخليجيون في تواصلهم مع الهيئات الدبلوماسية لدولهم: تويتر يليه فيس بوك ثم واتس آب، وكانت أبرز التأثيرات المعرفية لاعتماد الطلبة الخليجيين على مواقع التواصل الاجتماعي في تواصلهم مع الهيئات الدبلوماسية هو توفير المعلومات عن المناسبات والأنشطة من مواعيد وصور وغيرها، أما أبرز التأثيرات الوجدانية فكانت الرغبة بالتفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للسفارة أو الملحقة، أما أبرز التأثيرات السلوكية فتمثلت في التواصل مباشرة مع الأشخاص المعنيين في السفارة أو الملحقة، ثم الحوار مع الزملاء حول ما يُطرح في مواقع التواصل الاجتماعي للسفارة أو الملحقة^(٣٧).

وسعت دراسة (زهير عبد اللطيف، ٢٠١٦م) إلى التعرف على طبيعة استخدامات الشباب الفلسطيني الجامعي للإعلانات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ الإعلانات الإلكترونية التي يستخدمها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ تفيدهم في كونها تقدم لهم معلوماتٍ مفيدة عن السلع والخدمات وتُكسبهم عادات جديدة، وأنَّ أهمَّ ما يميزها كونها تنتشر وتُثبتُ موضوعاتٍ متعددة ومتنوعة، في حين أنها تسبب لهم الضرر من خلال استنزاف الوقت والجهد من جرّاء متابعتها واستخدامها^(٣٨).

وفيما يتعلق بالتفاعلية على شبكات التواصل الاجتماعيّ، أجرت (رحيمة الطيب، ٢٠١٦م) دراسة للتعرف على أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعيّ من الشباب العربيّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ الشباب العربيّ قد استفاد مما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعيّ من أشكال التفاعلية، وأبرزها البحث عن المحتويات والمضامين، والتواصل مع الآخرين، وكذا المشاركة بالنشر، وكذا اقتراح الموضوعات النقاشية، وتأكدت صحة الافتراض الذي انطلقت منه الدراسة بأنَّ التفاعلية تتوافر في العملية التواصلية التي تتمُّ عبر الوسائط بشكل كبير في وجود وسيلة تتيح التفاعلية ومستخدم فعال في آنٍ واحد^(٣٩).

وقد أجريت العديد من الدراسات التي بحثت تعرُّض الشباب العربي لفيس بوك، حيث يأتي موقع فيس بوك في الصدارة بين مواقع التواصل التي يستخدمها الشباب العربيّ وفق ما أشارت إليه نتائج العديد من الدراسات، ومنها دراسة (Abdul Karim Ziani & others, 2017) التي هدفت للتعرف على استخدامات الشباب العربيّ لفيس بوك وتأثيرات التعرض للإعلام الاجتماعيّ الرقميّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ فيس بوك جاء في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعيّ التي يستخدمها الشباب العربيّ، يليها في الترتيب الثاني انستجرام، ثم شبكة يوتيوب. وجاء في مقدمة أسباب استخدام الشباب العربيّ لفيس بوك الاتصال مع الأصدقاء والزملاء، في حين لوحظ أنَّ نسبة قليلة من الشباب العربيّ هم من يستخدمون فيس بوك للبحث والأغراض الدراسية والتعليمية^(٤٠). وفي سياق متصل، أجرى (وديع العززي، ٢٠١٥م) دراسة للتعرف على استخدامات الشباب الجامعيّ العربيّ لشبكة التواصل الاجتماعيّ فيس بوك. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدوافع استخدام طلاب الإعلام بالجامعات العربية عينة الدراسة لفيس بوك على تحقيق إشباعاتهم، وأنَّ اعتماد عينة الدراسة على فيس بوك قد أثر في اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية^(٤١)، وهدفت دراسة (منال عبده، ٢٠١١) إلى التعرف على التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي المصري لموقع الفيس بوك، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٥٠ مبحوثاً من الشباب الجامعي الذي يستخدم الإنترنت، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الشباب الجامعي المصري بمناقشة القضايا المفضلة لديهم عبر موقع الفيس بوك والتأثيرات المترتبة على ذلك^(٤٢).

وهدفت دراسة (Shaima Zoghaib, 2016) إلى التعرف على العلاقة بين سمات الشخصية والاستخدامات النشطة والتفاعلية لفيس بوك لدى طالبات الجامعة في مصر. وأشارت نتائج الدراسة

إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين الدوافع المعرفية والاستخدام النشط لطالبات الجامعة لفيس بوك؛ وذلك يرجع إلى حاجة طالبات الجامعة إلى موقع فيس بوك للحصول على المعلومات فيما يتعلق بدراستهن، كما أنهنَّ يستخدمنه كمصدر للحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية (٤٣). وفيما يتعلق بصفحات الصحف على فيس بوك، أجرت (إيناس محمود، ٢٠١٣م) دراسة للتعرف على العلاقة بين دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على فيس بوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة بصفحات الصحف على فيس بوك وإشباعاتهم (٤٤). وسعت دراسة (بشار عبدالرحمن، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي اليمني والإماراتي لموقع فيس بوك والتأثيرات النفسية والاجتماعية الناجمة لديهم، فضلاً عن إدراكهم لتأثيراتها السلبية على أنفسهم وعلى الآخرين من جراء هذا الاستخدام، بالإضافة إلى معرفة مدى قبولهم لوضع بعض الإجراءات الرقابية للحد من تلك التأثيرات السلبية. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريتي تأثير الشخص الثالث والاستخدامات والإشباع. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ رؤية المبحوثين بأنَّ الآخرين أكثر عرضة للمخاطر الأخلاقية في موقع فيس بوك جاءت في الصدارة، ووافق جميع المبحوثين على ضرورة وضع رقابة على المجموعات غير المرغوب فيها في فيس بوك (٤٥).

أمَّا فيما يتعلق باستخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، فقد أجريت دراسة (Rahima Assani & Abdurahman Abdullah, 2018) للتعرف على الأسباب التي تجعل الشباب العربي يفضل استخدام تويتر. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ أهمَّ الأسباب التي تجعل الشباب العربي يفضل تويتر سهولة الاستخدام، يليه أنه يساعد في التعبير عن آرائهم بحرية (٤٦). وأجريت دراسة (Ali Al-Kandari & others, 2016) للتعرف على الاحتياجات والدوافع التي تدفع الشباب الكويتي لاستخدام إنستجرام وعلاقتها بالإفصاح عن الذات. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ الأفراد الذين يستخدمون إنستجرام في كثير من الأحيان، والأفراد الذين يستخدمون إنستجرام في بعض الأحيان أكثر عرضة للإفصاح الذاتي من أولئك الذين يستخدمون إنستجرام نادراً، وأنَّ الذكور لديهم مستوى أعلى من عمق المعلومات المعلن عنها من الإناث؛ بما يعكس الكشف الذاتي في إنستجرام (٤٧). وسعت دراسة (ماجدة مراد، ٢٠١٣م) إلى التعرف على العلاقة بين قدرات التحكم الذاتي لدى الشباب المصري الجامعي والتعرض للتلفزيون وموقع يوتيوب. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه قد ثبت وجود علاقة ارتباط عكسية بين مستوى التحكم الذاتي لدى أفراد العينة ومعدل التعرض للتلفزيون، حيث يأتي هذا التعرض في إطار العادة التي يقل فيها التحكم بالذات، وفي ظل فوائد عاجلة للمشاهد هي الشعور بالراحة والتسلية والهروب من المشكلات، ولم يثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التحكم الذاتي ومستوى استخدام موقع يوتيوب (٤٨).

وركزت بعض الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي للإعلام الرقمي على المدونات الإلكترونية والمنديات، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (حاتم علاونة وآخرون، ٢٠١٧م) التي هدفت إلى التعرف على مدى استخدام طلبة جامعة اليرموك للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مفردة من طلبة جامعة اليرموك. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن دافع "التعرف على مجموعة من المعلومات والمهارات المفيدة" جاء في المرتبة الأولى على قائمة دوافع أفراد العينة لاستخدام المدونات الإلكترونية بنسبة بلغت ٢١,٧١%، وجاء إشباع "جعلني أعبّر عن آرائي بحرية مطلقة" في المرتبة الأولى على قائمة الإشباع التي تحقّقها المدونات الإلكترونية بنسبة ٢٨,٦%^(٤٩). وسعت دراسة (مها عبد العظيم، ٢٠١٦م) إلى التعرف على دور المنديات النسائية على الإنترنت في ترتيب أولويات القضايا الأسرية للفتيات الجامعيات في مصر. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين ترتيب القضايا الأسرية في المنديات النسائية وترتيب هذه القضايا لدى فتيات الجامعة عينة الدراسة^(٥٠).

وأجرى كلٌّ من (Justin Martin & Klaus Schoenbach, 2016) دراسة استكشافية للتعرف على المؤشرات التي تدفع الشباب العربي لممارسة نشاط التدوين على الإنترنت، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال استبيان تم تطبيقه على عينة قوامها ٧٥٢٥ مفردة من الشباب العربي في ست دول عربية وهي: المملكة العربية السعودية وقطر ولبنان والبحرين والأردن والإمارات العربية المتحدة، وبالرغم من أن الدراسة افترضت أن نشاط التدوين في الوطن العربي مرتبط بالسخط السياسي، أوضحت النتائج أن نشاط التدوين أرتبط بالمشاركة على الإنترنت بشكل عام مثل: مشاركة الصور والمشاركة في المحادثات وقراءة مدونات الآخرين، وأن الدافع إلى التدوين في الغالب لم يكن سياسياً، وإنما كان الدافع البارز للتدوين بالنسبة للمبحوثين هو التفاعل الاجتماعي مع مستخدمي المدونات^(٥١).

واهتمت بعض الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي للإعلام الرقمي بالمواقع الإلكترونية، ومن بين هذه الدراسات دراسة (غالية ناجي، ٢٠١٦م) التي هدفت إلى التعرف على دوافع استخدام المراهقين المصريين لمواقع المؤسسات الحكومية والإشباع المتحققة من هذا الاستخدام. وأوضحت نتائج الدراسة أن استخدام المراهقين للمواقع الإلكترونية الرسمية جاء للاستفادة من الخدمات المقدمة في المركز الأول من حيث دوافع الاستخدام، وتبين أن أهم الخدمات المتوقعة توافرها على المواقع الإلكترونية الرسمية: توفير الأنظمة والقوانين المتعلقة بالمؤسسات الحكومية، بالإضافة إلى توفير البيانات والوثائق والمعلومات، وتبسيط إجراءات استخدام محتوى تلك المواقع^(٥٢). وهدفت دراسة (إبراهيم الخصاونة، ٢٠١٢م) إلى التعرف على واقع موقعي الجزيرة نت والعربية نت

من خلال معرفة آراء الشباب الجامعيّ فيهما؛ لما يمثله هذان الموقعان الإخباريان من أهمية عالية على الصعيد العربيّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ موقع الجزيرة نت حاز على تفضيل عينة الدراسة بدرجة أكبر من موقع العربية نت، وأكدت النتائج على أنّ عينة الدراسة تعتقد أنّ موقع الجزيرة هو الأكثر موضوعية في العمل الإخباري^(٥٣). وسعت دراسة (حمدي حامد، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين سيميولوجيا تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية وتشكيل الواقع الافتراضيّ لدى المراهقين، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بالعينة بشقيه الميداني والسيميولوجي. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة تصفّح المبحوثين عينة الدراسة للمواقع الإخبارية الإلكترونية على شبكة الإنترنت، حيث بلغت دائماً بنسبة ٢٠% وأحياناً بنسبة ٥٥% ونادراً بنسبة ٢٥%، وتبيّن وجود علاقة بين سيميولوجيا تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية وتشكيل الواقع الافتراضيّ لدى المراهقين^(٥٤).

واهتمت بعض الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربيّ للإعلام الرقميّ بالصحافة الإلكترونية، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (سعود العجمي، ٢٠١٥م) التي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعيّ نحو الصحافة الإلكترونية في دولة الكويت. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ نسبة الطلاب الجامعيين الذين يفضلون قراءة الصحف الورقية بلغت ٧٩% وهي النسبة الأكبر، مقابل الطلاب الجامعيين الذين يفضلون قراءة الصحف الإلكترونية والذين بلغت نسبتهم ٢١%^(٥٥). وسعت دراسة (وليد النجار & عبد الخالق زفزوق، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مدى إدراك طلاب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ نسبة ٧٢,٢% من أفراد العينة يدركون ويعتمدون على صحافة الفيديو المقدمة بالمواقع الصحفية الإلكترونية في الحصول على المعلومات بدرجة كبيرة، ونسبة ٢٢,٢% منهم يدركون ويعتمدون عليها إلى حدّ ما، ونسبة ٥,٦% منهم لا يدركون ولا يعتمدون على صحافة الفيديو المقدمة بالمواقع الصحفية الإلكترونية في الحصول على المعلومات^(٥٦)، وركزت دراسة (مروة عجيزة، ٢٠١١م) على استخدام الشباب الكويتي المغترب بمصر لمواقع الصحف الكويتية والإشباع المتحققة منها، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ ٤٦% من أفراد العينة يرون أنّ التعرض لمواقع الصحف الكويتية يحقق لهم الإشباع المطلوب، بينما يرى ١٤,٧% أنّها لا تحقق لهم الإشباع المطلوب، في حين يرى ٢١,٣% أنّها تحقق لهم الإشباع المطلوب أحياناً^(٥٧)، وهدفت دراسة (نايف آل سعود، ٢٠١١م) إلى رصد اتجاهات وآراء طلاب الجامعات الأهلية السعودية في مدينة الرياض نحو الصحافة الإلكترونية، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٥٠٠ مبحوث من طلاب وطالبات جامعتي الأمير سلطان واليمامة الأهلية، وأشارت

نتائج الدراسة إلى تنوع أسباب استخدام أفراد العينة للصحف الإلكترونية وبرز سبب معرفة الأخبار فور نشرها على المواقع الصحفية كأحد أهم أسباب قراءة الصحف الإلكترونية يليه أن الصحف الإلكترونية تعد بديلاً سهلاً للصحف التقليدية^(٥٨).

وبالرغم من أن غالبية الدراسات الإعلامية التي تناولت فئة الشباب قد ركزت على استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية والتكنولوجيا الاتصالية الحديثة، لاتزال وسائل الإعلام التقليدية متواجدة ولا يستطيع أحد أن ينكر تأثيرها في فئات الجمهور المختلفة بما فيها فئة الشباب. ومن بين الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب لوسائل الإعلام التقليدية: دراسة (رباب صلاح، ٢٠١٧م) التي هدفت إلى التعرف على مدى استخدام طلاب الجامعة للمواد الفكاهية المقدمة بوسائل الإعلام والإشباع التي تحققها. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين معدل تعرّض طلاب الجامعة للمواد الفكاهية المقدمة بوسائل الإعلام والإشباع المتحققة لهم من التعرض لتلك المواد^(٥٩). وسعت دراسة (عبدالصديق حسن، ٢٠١٥م) إلى التعرف على اتجاهات المراهقين نحو برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية. واستندت الدراسة في بنائها النظري إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة بين معدل تعرّض المراهقين لبرامج تليفزيون الواقع واتجاهاتهم نحو سمات ومبادئ المسؤولية الاجتماعية لمضامين برامج تليفزيون الواقع^(٦٠). وهدفت دراسة (سلام عبده، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دوافع استخدام طلاب الجامعات المصرية للأفلام الوثائقية والإشباع المتحققة منها. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التي تؤكد أهمية الأفلام الوثائقية كأحد الأشكال البرمجية في القنوات الفضائية، وهو ما ظهر جلياً فيما يتعلق بمدى حرص الشباب على مشاهدة الأفلام الوثائقية، إذ كشفت الدراسة عن أن طلاب الجامعة من الذكور والإناث يحرصون على مشاهدة الأفلام الوثائقية، وبلغت نسبة المشاهدة لدى الذكور ٩٢%، مقابل ٨٥% لدى الإناث^(٦١). وسعت دراسة (محمود عبد العاطي، ٢٠١٢م) إلى الكشف عن تأثير الإعلانات التليفزيونية الموجهة من القنوات الفضائية على السلوك الاستهلاكي للشباب الجامعي المصري، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب جامعتي القاهرة والأزهر، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم الآثار الإيجابية للإعلانات التي تقدمها القنوات الفضائية أنها تساعد مؤسسات الأعمال على تنشيط أعمالها، وأهم الآثار السلبية للإعلانات التي تقدمها القنوات الفضائية أنها تدفعني لزيادة الشراء والاستهلاك المفرط، وتخدش الحياء العام، وتولد الاحباط لعدم القدرة على الشراء^(٦٢).

وهدفت دراسة (منال المزاهرة، ٢٠١٣م) إلى التعرف على تأثير إعلانات القنوات الفضائية في دعم السلوك الشرائي للشباب الأردني، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب وطالبات

جامعة البتراء، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تأثير إعلانات القنوات الفضائية في دعم السلوك الشرائي لكل من الذكور والإناث في كثير من الأمور كانت متقاربة، ولكن في تأثيرات أخرى كانت نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور ومرد ذلك أن الإناث تقضي وقتاً أطول من الذكور في مشاهدة إعلانات القنوات الفضائية (٦٣).

وفيما يتعلق بتعرض الشباب العربي للمضمون الدرامي في التلفزيون، فقد ركزت (دراسة عبد الرحيم درويش & محمود السماسيري، ٢٠١٢م) على أنماط تعرض الشباب الجامعي للمسلسلات التركية والإشباع التي يسعى إلى تحقيقها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المسلسلات التركية حققت كثافة مشاهدة غير مسبقة، حيث إن أكثر من أربعة أخماس أفراد العينة من الشباب كانوا من مشاهدي هذه المسلسلات، كما أن الخمس الأخير كان على دراية بها وبمضامينها (٦٤)، وفي سياق متصل هدفت دراسة (داليا المتبولي، ٢٠١٠م) إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي للمسلسلات التركية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية وما تحققه لهم من إشباع، وتم تطبيق الدراسة عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من طلاب وطالبات جامعة عين شمس، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين النوع ومعدل مشاهدة الشباب عينة الدراسة للمسلسلات التركية، كذلك أتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين النوع والدوافع الطقوسية لمشاهدة المسلسلات التركية (٦٥).

وهدفَت دراسة (Viola Sarnelli & Hafssa Kobibi, 2017) إلى التعرف على أنماط تعرض الشباب الجزائري للقنوات التلفزيونية الوطنية والإقليمية والعالمية بعد قانون الإعلام الجزائري لعام ٢٠١٢م والذي فتح الباب أمام إنشاء القنوات التلفزيونية الخاصة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من أن التنوع الاجتماعي والثقافي واللغوي في الجزائر ينعكس تأثيره تاريخياً على استخدام الجمهور الجزائري لوسائل الإعلام، فإن الجمهور قد تجمع حول القنوات التي تم إنشاؤها بعد قانون الإعلام الجزائري ٢٠١٢م فيما يتعلق بمتابعة الأخبار التلفزيونية. واتضح أن جيل الشباب يفضل القنوات العربية في مشاهدة البرامج الترفيهية، بينما يفضل القنوات الجزائرية في متابعة الأخبار الوطنية والإقليمية (٦٦)، وفي سياق متصل سعت دراسة (إبراهيم حبزطي، ٢٠١٨م) إلى التعرف على استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة منها، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٢١٨ مبحوثاً من طلاب جامعة الجزائر، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة (٦٧)، وسعت دراسة (عبو فوزية، ٢٠١٨م) للتعرف على تمثيلات الشباب الجزائري للبرامج الرياضية من خلال القنوات الفضائية الرياضية الخاصة. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة

قوامها ١٠٠ مفردة من الشباب الجزائريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أفراد العينة يتابعون القنوات الجزائرية بشكل دائم بنسبة ٧٥%، في مقابل المشاهدة المنقطعة بنسبة ٢٥%، وعندما يتعلق الأمر بالرياضة المحلية والفعاليات الرياضية أو حتى العالمية يبدي الفرد الجزائريّ اهتمامًا بالقنوات الخاصة؛ كونها فتحت المجال أمامه للتعبير عن ميوله ورغباته^(٦٨).

وفيما يتعلق بتعرّض الشباب العربيّ للراديو، فقد هدفت دراسة (ماهيناز رمزي & أنور الرواس، ٢٠١٧م) إلى رصد وتحليل استخدامات الشباب العماني لإذاعات FM والإشباعات المتحققة منها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ إذاعة القرآن الكريم جاءت في الترتيب الأول من حيث معدل التعرض اليومي للشباب العمانيّ، تليها إذاعة الشباب، ثم إذاعة الوصال، فإذاعة هلا إف إم؛ وهو ما يعني أنّ إذاعة القرآن الكريم وإذاعة الشباب هما اللتان يستمع إليهما الشباب أكثر مقارنة بإذاعات FM الأخرى، وتبيّن وجود ارتباط طرديّ موجب بين توقعات الشباب عينة الدراسة من جهة ودوافع التعرض من جهة ثانية، وأنّ ذلك ينطبق على مجمل الدوافع ككل، مثلما ينطبق على كلّ دافع على حدة^(٦٩).

وفيما يتعلق بقراءة الشباب العربيّ للصحافة الورقية، فقد أجرى (محمد السويد، ٢٠١٦م) دراسة للتعرف على علاقة الشباب السعوديّ بقراءة الصحف الورقية اليومية، وأهم العوامل والأسباب التي تدفعهم لقراءتها أو تؤدي إلى عزوفهم عنها ورأيهم في مستقبلها في بلادهم وتصور مدى علاقتهم بها مستقبلاً. وأظهرت نتائج الدراسة ضعف دورية القراءة المنتظمة للشباب الجامعيّ للصحف الورقية، وتصدرت الأسباب ذات العلاقة المباشرة بالإعلام الجديد وتقنيات المعلومات ومواقع التواصل الاجتماعيّ كأهم الموانع عن قراءة أفراد العينة للصحف^(٧٠).

وسعت دراسة (عبد الحكم أبو حطب، ٢٠١١م) إلى الكشف عن قارئية الشباب الجامعي المصري للصحف الدينية الإسلامية، واستندت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب جامعتي الأزهر والزقازيق، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل قراءة الشباب للصحف الدينية ومستوى معرفتهم بقضاياهم^(٧١).

وهدف دراسة (سحر فاروق، ٢٠٠٩م) إلى التعرف على دور الصحافة الرياضية في تقديم نموذج القدوة للشباب، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٣٠٠ مبحوث من طلاب الجامعات المصرية ممن يقرأون الصحف الرياضية، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين معدلات تعرض الشباب للصحافة الرياضية ونوعية نماذج القدوة التي يتخذونها وملاحمها^(٧٢).

وركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربيّ على البحث في تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على استخدام الشباب لوسائل الإعلام التقليدية، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (Klaus Schoenbach & others, 2018) والتي هدفت إلى التعرف على ردود أفعال الشباب في

منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا نحو تدفق الفيديو الرقمي عبر الإنترنت وعلاقته بمشاهدتهم للتلفزيون التقليدي في إطار نظرية انتشار المستحدثات. وتم تطبيق الدراسة على عينة من الشباب من خمس دول عربية وهي: مصر والمملكة العربية السعودية ولبنان والإمارات العربية المتحدة وقطر. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن العوامل الديموغرافية لم تؤثر على تفضيل المحتوى المقدم عبر الإنترنت أو عبر التلفزيون، وإنما هناك عوامل أخرى مثل لغة المحتوى ومن أين يأتي؟، والتي تعتبر عوامل ومؤشرات للتفضيل لدى أفراد العينة من الشباب؛ فالمحتوى المترجم يكون أكثر تفضيلاً، وكذلك من المعروف أن المصريين مشهورون بالكوميديا المضحكة مما يجعل المحتوى الذي يأتي من مصر أكثر تفضيلاً، وتبين أنه بالرغم من أن تغلغل الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا جاء متأخراً، فإن استخدام الجمهور له لم يعد يسير ببطء^(٧٣). وفي سياق متصل، سعت دراسة (صفا عبد الدايم، ٢٠١٦م) إلى التعرف على استخدامات الشباب المصري لوسائل الإعلام التقليدية ممثلة في التلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام الجديدة ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منهما. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة ودرجة الثقة المستمدة منها، كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة قد أثر على تراجع استخدامهم للتلفزيون، ورغم ذلك يرى الشباب أن وسائل الإعلام الجديدة لن تلغي التلفزيون^(٧٤).

وهدفَت دراسة (عبد الصادق حسن، ٢٠١٤م) إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باستخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية. وكشفت نتائج الدراسة عن زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، حيث تتعرض نسبة ٧٩,٤٢% من عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي دائماً بالمقارنة بنسبة ٥٢,٢١% للتلفزيون، ونسبة ٥٠,٤٤% للإذاعة، ونسبة ١٦,٨١% للصحف^(٧٥). وفي سياق متصل، سعت دراسة (محمد السويد، ٢٠١٥م) إلى التعرف على استخدامات الشباب السعودي لتويتر وتأثيرها على علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الشباب السعودي عينة الدراسة لتويتر حفزهم على رفع معدل اطلاعهم على الصحف الإلكترونية والقنوات التلفزيونية عن المعدل السابق لاستخدامهم لتويتر، فيما لم يظهر تأثير هذا الاستخدام جلياً على معدل الاستماع الإذاعي، أما تأثير استخدام تويتر على قراءة الصحف الورقية فقد كانت النتيجة الأبرز أن تويتر قلل من معدل اطلاع الشباب عليها بنسبة ٤٢% منهم^(٧٦).

وركزت دراسة (أحمد عيسوي، ٢٠١٧م) على استخدام الشباب السعودي للإعلام التفاعلي للمؤسسات الرسمية الإسلامية وعلاقته بالوسائل التقليدية، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي أستخدمت منهج المسح، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٥٠ مبحوثاً من طلاب وطالبات جامعة أم القرى، وأشارت نتائج الدراسة

إلى وجود اتجاه إيجابي لاستخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد، وتفق وسائل الإعلام الجديد للمؤسسات الرسمية الإسلامية على المصادر الدعوية والإخبارية التقليدية كالمجلات والكتيبات والندوات^(٧٧).

وسعت دراسة (نشوة عقل، ٢٠١٠م) إلى التعرف على العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٧٠ مبحوثاً من طلاب الجامعات المصرية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم مع الآخرين، كما لم تثبت العلاقة بين مستوى استخدامهم لمواقع التواصل ونمط علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية^(٧٨).

وهدفت دراسة (محمود عفيفي، ٢٠١٦م) إلى رصد العوامل المؤثرة في قراءة الشباب الجامعي المصري للصحف المطبوعة وعلاقتها بالوسائل الجماهيرية الأخرى كالصحف الإلكترونية المصرية. وأكدت نتائج الدراسة على أن قراءة الصحف المصرية المطبوعة في طريقها إلى الكساد؛ وهذا يرجع إلى عدم مهنية الصحافة المتبلورة في شكل أساسي في المصادقية والموضوعية والاستقلالية، وعلى الرغم من أن الإعلام الجديد والتلفزيون له تأثير كبير على مقروئية الصحف المطبوعة، فإنه لو فرض وطبقت الصحافة الورقية معايير المهنة لارتقت نسبة مبيعات الصحف المطبوعة وزادت معها عادات القراءة، وأصبحت المواقع الإلكترونية داعمة لها من خلال الفيديو والتفاعلية^(٧٩). وفي سياق متصل، سعت دراسة (سلمى حميدان & بدر الدين حميدان، ٢٠١٨م) إلى التعرف على تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحافة الورقية. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وتم جمع البيانات من خلال أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها خمسون مفردة من الشباب الجزائري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة يفضلون قراءة الصحف الإلكترونية الجزائرية بنسبة ٤٩,٣٨%، ورأى ٦٠% من المبحوثين أن الصحافة الإلكترونية ستؤثر على مستقبل الصحافة المطبوعة؛ كونها تتيح إمكانيات أفضل، كما أنها تقدم بديلاً أسهل في التصفح^(٨٠).

وهدفت دراسة (أيسر خليل، ٢٠١٧م) إلى التعرف على واقع التعرض للصحافة الإلكترونية والورقية بالنسبة لعينة من الشباب الجامعي في الجامعة العراقية. واستندت الدراسة في بنائها النظري إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والنظرية الوظيفية. واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٧١ مفردة من طلاب الجامعة العراقية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحافة الورقية حصلت على النسبة الأعلى من الثقة لدى أفراد العينة ٥٣,٦%، في مقابل ٤٣,٣% رجّحوا الثقة في الصحافة الإلكترونية، وتبين أن إقبال الطلبة على الصحافة الإلكترونية يعود إلى توافرها طوال اليوم وتمكنهم من متابعة الأخبار في أي مكان وعن أي بلد^(٨١).

وسعت دراسة (عدنان الحربي، ٢٠١٠م) إلى التعرف على انعكاسات تعرض الشباب الجامعي السعودي للإنترنت وتأثيرها على قراءة الصحف اليومية، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأستندت في إطارها النظري على نظريتي الاستخدامات والإشباع، والاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٥٦ مبحوثاً من الشباب الجامعي السعودي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تعرض المبحوثين للإنترنت قد أثر على الوقت المستغرق في قراءة الصحف اليومية^(٨٢).

الاتجاه الثاني: الدراسات المرتبطة بتأثير استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على النسق القيمي والأخلاقي للشباب العربي.

اهتمت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي بالبحث في تأثير استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على النسق القيمي والأخلاقي، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (نجلاء فهمي، ٢٠١٦م) التي هدفت إلى التعرف على إذا ما كان استخدام وسائل الإعلام الجديدة بكافة أنواعها قد أثرت بالفعل على منظومة القيم لدى الشباب المصري ممن يستخدمون شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، وإذا ما كان هذا التغيير في المنظومة القيمية إيجابياً أم سلبياً. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد قد ساهم بنسبة كبيرة في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب بنسبة ٧٤%، وأن هذا التأثير يسير في الاتجاه الإيجابي بنسبة ٨٩,٨%، وجاء اتجاه النسبة الأكبر من الشباب إيجابياً نحو دور الإعلام الجديد كأداة لتغيير المنظومة القيمية لدى الشباب المصري بنسبة ٧٦,٧%^(٨٣). وسعت دراسة (أسماء مصطفى، ٢٠١٦م) إلى التعرف على تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على تشكيل القيم الاجتماعية والأسرية والنفسية والسلوكية والأخلاقية للشباب الجامعي المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم المواقع الاجتماعية وأكثرها استخداماً لدى الشباب الجامعي المصري، فيس بوك يليه تويتر. كما أكدت النتائج على أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير في تشكيل قيم واتجاهات الشباب بنسبة ١٠٠%^(٨٤).

وهدفَت دراسة (فهد الطيار، ٢٠١٤م) إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب الجامعي السعودي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في: التمكن من إقامة علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، والإهمال في الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد الذي يعيشون فيه، وتعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والتعبير بحرية عن الرأي، والتمكن من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل الاجتماعي ظهرت في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، والقدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة^(٨٥). وفي سياق

متصل، سعت دراسة (Nora Abokhodair, 2017) إلى بحث الخصوصية في استخدام الشباب الخليجيّ لوسائل الإعلام الاجتماعية، ومدى حرصهم على القيم التقليدية في العالم الرقمي. وتمّ تطبيق الدراسة على الشباب في المملكة العربية السعودية وقطر. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ الالتزام بالخصوصية في الخليج العربي ينبع من العقيدة الإسلامية والتربية الوالدية والتي تؤكد على الخصوصية ولاسيما خصوصية المرأة^(٨٦). وأيضاً فيما يتعلق بتأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعيّ على النسق القيميّ الأخلاقيّ للشباب السعوديّ، أجرت (رباب الجمال، ٢٠١٤م) دراسة للكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعوديّ مع الواقع الافتراضيّ لتلك الشبكات. وأكدت النتائج على أنّ مواقع التواصل الاجتماعيّ استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث للشباب تأثيراً على النسق القيميّ الأخلاقيّ لديهم، واتضح أنه كلما زاد استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعيّ زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية^(٨٧).

وركزت دراسة (شريف اللبان & دينا عمر، ٢٠٠٩م) على المخاطر المتعلقة بالإباحية الإلكترونية على الشباب المصري وآليات مكافحتها، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واستندت في إطارها النظري على نظرية تأثير الشخص الثالث، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٥٠ مبحوثاً من الشباب الجامعي المصري ممن يستخدمون شبكة الإنترنت، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٨٨% من أفراد العينة يرون وجود مخاطر أخلاقية على الشباب من استخدام الإنترنت في مقابل ١٢% لا يرون وجود هذه المخاطر^(٨٨).

وسعت دراسة (وسام نصر، ٢٠٠٩م) إلى التعرف على اتجاهات الشباب المصري نحو الحملات الإعلامية التي تستهدف تعزيز القيم الدينية والأخلاقية، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الشباب المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٨٠% من المبحوثين يرون أن الحملات الإعلامية يمكنها القيام بدور مهم في تعزيز القيم الدينية والأخلاقية^(٨٩).

وهدفّت دراسة (Amin Mansour, 2016) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعيّ في تعزيز منظومة القيم داخل المجتمع الفلسطينيّ من وجهة نظر الشباب الفلسطينيّ الجامعيّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه فيما يتعلق بتعزيز القيم عبر شبكات التواصل الاجتماعيّ على صعيد العلاقات الإنسانية، أنّ الشبكات تعزز علاقة الإنسان مع ربّه. وعلى صعيد دور الشبكات في تعزيز القيم على مستوى المجتمع، بينت الدراسة أنّ الشبكات تلعب دوراً كبيراً في تعزيز قيمة المحافظة على تماسك المجتمع وتحدد له مثله ومبادئه^(٩٠).

وسعت دراسة (ياس خضير، ٢٠١٤م) إلى التعرف على التأثيرات الاجتماعية المحتملة للصورة المتلفزة على القيم والسلوك لدى الشباب الخليجي ومدى تأثيرها على حياته والميكانيزمات العلمية لتحقيق أمنيته الاجتماعي وتوازنه السيكولوجي إزاء المضامين السلبية التي تبثها هذه الفضائيات. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود ضعف في الثقافة المتلفزة التي يتغذى بها الشباب العربي والتي لا تمنحها أدنى المقومات الأساسية لتأهيله، حيث ساهمت هذه الثقافة في خلق الاضطراب وعدم الاستقرار الاجتماعي، وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الاجتماعي، وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية^(٩١).

وركزت دراسة (منى أحمد، ٢٠١٣م) على القيم المقدمة في بعض أجزاء مسلسل "يوميات ونيس" واكتساب عينة من الأطفال والمراهقين المصريين لها. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين كثافة مشاهدة الأطفال والمراهقين للقيم المقدمة في مسلسل "يوميات ونيس" ومستوى تبني عينة الدراسة للقيم المقدمة في المسلسل، وتبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (السن - نوع التعليم - والمستوى التعليمي) ومدى حرص عينة الدراسة على ممارسة القيم والسلوكيات المقدمة في المسلسل^(٩٢). وفي سياق متصل، هدفت دراسة (إلهام يونس، ٢٠١٦م) إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القيم المطروحة في المسلسلات المذاعة في القنوات الدرامية المتخصصة. واستندت في بنائها النظري على نموذج القيمة المتوقعة. وأشارت نتائج الدراسة إلى مشاهدة أفراد العينة جميعهم للقنوات الدرامية المتخصصة ولكن بدرجات متفاوتة؛ حيث ارتفعت نسبة المشاهدة الدائمة إلى ٥٣,٣%، والمشاهدة أحياناً إلى ٣٧,٦%، والمشاهدة نادراً إلى ٩,١%. كما أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين نحو القيم الدينية والقيم الاجتماعية والقيم الاقتصادية والقيم السياسية الواردة في المسلسلات المذاعة على القنوات الدرامية المتخصصة^(٩٣).

وهدفَت دراسة (علاء الدين خليفة، ٢٠١٦م) إلى التعرف على تأثير التعرُّض لمواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي في المجتمع العراقي. واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٧٦ مفردة من الشباب الجامعي العراقي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ نسبة ٩٤,٤% من الشباب الجامعي العراقي يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي، وأنَّ نسبة ٨٦% من المبحوثين يضعون الاسم الصريح كاملاً في حسابهم، ونسبة ٥٦% من المبحوثين صورهم حقيقية على حسابهم، ونسبة ٨٤% حسابهم متاح لكل الناس، ونسبة ٤٩% يضيفون الغرباء دائماً على حسابهم، ونسبة ٦٨% يتصفحون هذه المواقع في مكان خاص، وجاءت الدوافع الطقوسية متقدمة على الدوافع النفعية في استخدام هذه المواقع، وجاءت إشباعات التسلية والجنس في مقدمة اهتمامات العينة^(٩٤).

وسعت دراسة (مروة عبد العزيز، ٢٠١٨م) إلى الكشف عن العلاقة بين الخطاب الديني للدعاة الجدد في القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين من الذكور والإناث في معدل التعرض للبرامج الدينية لصالح الإناث، كما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الأكثر تعرضاً ومتوسطي ومنخفضي التعرض للبرامج الدينية التي يقدمها الدعاة الجدد على مقياس القيم الاجتماعية لصالح الأكثر تعرضاً^(٩٥).

وهدف دراسة (دعاء فتحي، ٢٠١١م) إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي السعودي للمواقع الاجتماعية على الإنترنت وعلاقتها بقيمهم المجتمعية، وأستندت في إطارها النظري على نظريتي الحضور الاجتماعي والاستخدامات والإشباع، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من مستخدمي الفيس بوك من طلاب جامعة الملك عبد العزيز، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيس بوك بقيمهم المجتمعية^(٩٦).

وتناولت دراسة (ياسر أبو المكارم، ٢٠٠٩م) القيم الاجتماعية كما تعكسها عناوين الصحف المصرية الخاصة وعلاقتها بالنسق القيمي لدى الشباب الجامعي، وأستندت الدراسة في إطارها النظري على مدخل ما بعد الحداثة ونظرية المسؤولية الاجتماعية واعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على التحليل السيمولوجي والاستبيان ومجموعات النقاش، وتم تطبيق الاستبيان على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من طلاب جامعة المنيا، وأشارت نتائج الدراسة إلى تبني المبحوثين للقيم الاجتماعية الإيجابية^(٩٧).

وسعت دراسة (محمد سعد، ٢٠٠٩م) إلى التعرف على دور شبكة الإنترنت في إكساب الشباب الجامعي المصري بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية، وتندرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي أستخدمت منهج المسح، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود عدد من السلوكيات السلبية لدى الشباب من أهمها عدم اهتمامهم بالبحث عن المعرفة وإمكانية تصفح المواقع الترفيهية^(٩٨).

وهدف دراسة (هيثم جودة، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين إيمان مواقع التواصل الاجتماعي ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب المصريين والسعوديين، فحرص الشباب المصريون على التفاعل مع فيس بوك بنسبة أكبر من الشباب السعوديين، بينما حرص الشباب السعوديون على التفاعل مع تويتر بنسبة أكبر من الشباب المصريين.

وأتضح أنَّ مواقع التواصل الاجتماعيَّ عززت من بناء وتماسك رأس المال الاجتماعيِّ وساهمت في بناء علاقاتٍ تواصليةٍ وتبادليةٍ بين الأفراد اتسمت بالتماسك والثقة؛ مما عزز من تبادل المعلومات القائم على رصيد الثقة المتبادل، وهذا ما ساهم في بناء وتشكيل الأبعاد القيمية لدى الأفراد والمتمثلة في التعاون والتسامح والانتماء للوطن والترابط الأسري^(٩٩).

وسعت دراسة (محمود لطفي & نورة عبدالله، ٢٠١٤م) إلى التعرف على معدل تعرُّض الشباب المصريِّ لبرامج تليفزيون الواقع الترفيهية، وتأثير ذلك على القيم الثقافية والاجتماعية لدى الشباب ومدى إكسابهم مفاهيم جديدة وانتهاجهم سلوكيات معينة. وأشارت نتائج الدراسة إلى الرؤية السلبية للشباب المصريِّ تجاه القيم الاجتماعية والسلوكيات المعروضة في برامج تليفزيون الواقع الترفيهية، حيث بلغت نسبة من يرون أنها تتعارض مع القيم الموجودة في المجتمع ٧٨%، وارتفعت نسبة السلوكيات المنبوذة والسلبية وغير المحببة في مجتمعنا والتي تعمل على ترسيخها وتشجيعها برامج تليفزيون الواقع الترفيهية، وذلك وفق رأي الشباب المصريِّ عينة الدراسة^(١٠٠).

وهدفَت دراسة (إيمان عاشور، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرُّض الشباب المصري للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية ومستوى القيم التربوية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائيًّا بين تعرُّض الشباب الجامعيِّ للبرامج التليفزيونية الكوميديّة الساخرة ومستوى القيم السياسية^(١٠١).

وسعت دراسة (منى عمران & أحمد الرفاعي، ٢٠١٦م) إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصريِّ على مواقع التواصل الاجتماعيِّ في إكسابهم قيم المواطنة من خلال متابعتهم للقضايا السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب الجامعيِّ المصريِّ عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعيِّ وإكسابهم قيم المواطنة^(١٠٢). وفي سياق متصل، تناولت دراسة (وليد النجار، ٢٠١٧م) الدور الذي تقوم به الصحف المصرية الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية لقيم المواطنة لدى الشباب المصريِّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ أفراد العينة يرون أنَّ الصحف الإلكترونية تسهم في تعزيز القيم السياسية القائمة على الصدق والأمانة والعدالة والمساواة بين أفراد المجتمع، وتسعى إلى تعزيز وترسيخ قيم المواطنة بين أفراد المجتمع^(١٠٣)، وهدفت دراسة (حسن خليل، ٢٠١٠م) إلى التعرف على العلاقة بين معالجة قضايا المواطنة والديمقراطية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وإدارك المراهقين لها، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الغرس الثقافي، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب وطالبات جامعة القاهرة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معالجة قضايا المواطنة

والديموقراطية كما يدركها المراهقون وتعكسها البرامج الحوارية بقنوات التلفزيون المصري الفضائية (١٠٤).

وهدفَت دراسة (ممدوح شتلة، ٢٠١٦م) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به صفحات فيس بوك الدعوية الإسلامية في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب والإشباع المتحققة منها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ نسبة عالية من الشباب المصري عينة الدراسة تتصفح صفحات فيس بوك الدعوية الإسلامية وتقبل عليها، وكان أكثر هذه الصفحات مطالعة هي صفحات الدعاة، وتبيَّن وجود علاقة طردية متوسطة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لصفحات فيس بوك الدعوية وأثرها في تغيير القيم والسلوكيات الدينية لدى الشباب الجامعي المصري في حياته اليومية (١٠٥).

وتناولت دراسة (أحمد عثمان، ٢٠١٥م) دور البرامج الحوارية بالتلفزيون في بثِّ قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب المصري. وأظهرت النتائج أنَّ النسبة الأكبر من أفراد العينة (٥٢,٥%) يتعرضون للبرامج الحوارية في التلفزيون المصري بكثافة قليلة، وبلي ذلك مباشرة نسبة من يتعرضون للبرامج الحوارية بكثافة متوسطة (٣٣%)، وتفوقت الدوافع الوظيفية على الدوافع الطقوسية لتعرُّض الشباب للبرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات. وأشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى أنه فيما يتعلق بمستوى التزام البرامج الحوارية فيما تقدمه من مضامين بما تبثه من مبادئ وقيم للعدالة الاجتماعية: أنَّ النسبة الأكبر (٥٦,٩٤%) من فقرات البرامج الحوارية جاء مستوى التزامها فيما تقدمه من مضامين بما تبثه من مبادئ وقيم للعدالة الاجتماعية متوسطاً (١٠٦).

وحاولت دراسة (محمود منصور، ٢٠١٤م) رصد تأثير استخدامات الإنترنت علي أخلاقيات طلاب الجامعة، وأسست في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع، واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من طلاب جامعة بنها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يتأثرون بشكل ضعيف باستخدام الإنترنت وذلك بنسبة ٤٢,٣% مقابل ٤٢% يرون أنهم يتأثرون بدرجة متوسطة ثم يأتي التأثير القوي بنسبة ٦,٧% (١٠٧).

الاتجاه الثالث: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.

اهتمَّت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي بالبحث في التأثيرات الاجتماعية والثقافية لاستخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة. ومن بين هذه الدراسات: دراسة (مايا أحمد، ٢٠١٦م) التي هدفت إلى توصيف وتحليل دوافع استخدام الشباب المصري للوسائل التكنولوجية الحديثة وخاصة الهواتف الذكية والرقمية وتأثيراتها على علاقتهم بالأسرة، من حيث تعزيز الترابط الأسري أو تفكُّكه 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. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع تأثير التكنولوجيا الحديثة بتطوراتها المتلاحقة بشكل سريع على الشباب في علاقتهم مع الآخرين وخاصة أسرهم، حيث تبين عدم قوة الروابط الأسرية، وعدم حميمية الحوار بين أفراد الأسرة^(١٠٨).

وسعت دراسة (رضا الأشرم، ٢٠١٥م) إلى فهم العوامل التي تحفز الشباب الجامعي المصري على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتلبية حاجاتهم ورغباتهم والكشف عن التأثير الاجتماعي من جراء هذه الرغبات. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي وفرت مساحة آمنة للشباب للتعبير عن آرائهم في القضايا السياسية والاجتماعية، حيث أكد ٧٥% من المبحوثين أنهم لديهم الحرية في التعبير عن توجهاتهم السياسية وآرائهم في القضايا المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتبين أن المبحوثين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لاستكشاف الصداقات والعلاقات مع الأشخاص الذين يشعرون بأنهم يمكن الاتصال معهم، كما استخدمت كأداة للقاء أشخاص جدد، وكأداة اتصال مع الأشخاص الذين يعرفونهم بالفعل^(١٠٩).

وهدفَت دراسة (سحر عبد الموجود، ٢٠١٤م) إلى التعرف على الآثار الاجتماعية والمجتمعية على شباب الجامعات المصرية نتيجة التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤١٦ مفردة من طلاب ثلاث جامعات مصرية وهي: جامعة القاهرة وجامعة الإسكندرية وجامعة أسيوط. وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجامعات الثلاث ومحور الآثار الاجتماعية الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما وجدت فروق دالة إحصائية بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة أسيوط وطلاب جامعة الإسكندرية في حجم الآثار المجتمعية السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح طلاب جامعة الإسكندرية^(١١٠).

وسعت دراسة (فوزية آل علي، ٢٠٠٩م) إلى التعرف على الآثار الاجتماعية والنفسية للإنترنت على الشباب في دولة الإمارات، واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ١٩٢ مبحوثاً، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم تأثيرات الإنترنت من وجهة نظر أفراد العينة أنه يؤدي إلى العزلة عن الأسرة بنسبة ٣٦,٤%، يليها الإدمان بنسبة ٣١,٢%، أما السعي للسرية فقد بلغت نسبتها ١٩,٢%، والشعور بالقلق ١٣,٢%^(١١١).

وهدفَت دراسة (عفاف عبد الله & عبد الرحمن جعفر، ٢٠٠٩م) إلى التعرف على تأثير الإنترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ مبحوث من شباب ولاية الخرطوم بالسودان، وأشارت النتائج إلى أن ٩٤,٨% من المبحوثين يرون وجود سلبيات للإنترنت بالنسبة للشباب تتمثل هذه السلبيات في الآثار الصحية والنفسية والاجتماعية والأخلاقية والتربوية والتعليمية والثقافية والاقتصادية فضلاً عن الآثار الفكرية والدينية^(١١٢).

وسعت دراسة (أمل خطاب، ٢٠١٣م) إلى التعرف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة المجتمعية للشباب المصري، واستندت في إطارها النظري على نظرية المجال العام، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الشباب المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع مشاركة شباب الحضر عن شباب الريف في فعاليات حقيقية على الأرض وتبين أن مشاركة الذكور الفعلية خارج نطاق مواقع التواصل الاجتماعي تقارب مشاركة الإناث مما يدل على أن الإناث لسن أقل اهتماماً بالشئون العامة من الذكور (١١٣).

وتناولت دراسة (عائشة النعيمي، ٢٠١٣م) الدور الذي يمارسه الإنترنت في التأثير في العلاقة بين الشباب الإماراتي ومحيطهم الاجتماعي الذي ينتمون إليه خاصة في ظل خصوصية تركيبة الخريطة الديمغرافية للمجتمع الإماراتي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت يسهم في عملية التفاعل الاجتماعي بين الشباب الإماراتي ومحيطه الاجتماعي في مجالات محددة، إلا أن تأثيرها أقل حدة في العلاقة بين الشباب وقيمهم وموروثهم الاجتماعي؛ مما يقلل من إحداث نوع من الازدواجية في المفاهيم لدى الشباب الإماراتي (١١٤).

وهدف دراسة (حسناء منصور، ٢٠١٣م) إلى التعرف على تأثير استخدام الشباب الجامعي العربي لمواقع الشبكات الاجتماعية على تفاعلهم مع أسرهم، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والإشباع والمجال العام والحضور الاجتماعي، وتم تطبيق الدراسة عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من الطلاب الجامعيين المصريين والسعوديين، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنسية وتأثير الفيس بوك على التفاعل الأسري (١١٥).

وسعت دراسة (محمد غريب، ٢٠١١م) إلى التعرف على مدى تعرض طلاب الجامعات للإنترنت وعلاقة هذا التعرض بإكسابهم بعض المهارات الاجتماعية، وأستندت في بنائها النظري على نظريتي التعلم بالملاحظة والتماس المعلومات، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب الجامعات المصرية، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية تامة بين معدل استخدام الإنترنت لدى طلاب الجامعات ومهارة الحديث والتواصل الاجتماعي (١١٦).

وهدف دراسة (هزاع شرف، ٢٠١٦م) إلى التعرف على مدى تأثير استخدام الهاتف المحمول على طبيعة العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات في المجتمع اليمني. وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين للهاتف المحمول وتأثيره على علاقاتهم الاجتماعية من حيث الوقت الذي يقضونه مع الأصدقاء وقوة العلاقات مع الأصدقاء (١١٧).

وتناولت دراسة (سمر عز الدين، ٢٠١٢م) تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان تم تطبيقها على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من

الشباب الجامعي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٥٩% من أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على قوة العلاقات الأسرية في حين أن ٤١% لا يرون ذلك (١١٨).

وسعت دراسة (ماهر الضبع، ١٤٣٦هـ) إلى التعرف على أهم خصائص ومحددات العلاقات الافتراضية التي يقيمها الشباب الجامعي في المجتمع السعودي باستخدام التقنيات الحديثة في الاتصال. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الأقارب يمثلون الفئة الرئيسة التي يتواصل معها أفراد عينة الدراسة عبر العلاقات الافتراضية على الإنترنت، وأن النسبة الغالبة من أفراد العينة أشارت إلى أنها تتواصل فقط مع الإناث عبر شبكة الإنترنت، أما عن الغرض من إقامة العلاقات الافتراضية عبر الإنترنت فقد تمثل: في قضاء وقت الفراغ وإقامة علاقات جديدة وصلة الرحم، وأن النسبة الغالبة من أفراد العينة أكدت على أن العلاقات الافتراضية تخضع لمعايير وتقاليد ورقابة المجتمع (١١٩).

وهدف دراسة (حصة الشعيبي، ٢٠١٥م) إلى التعرف على الآثار السلبية المترتبة على استخدام طالبات الجامعة السعوديات لمواقع التواصل الاجتماعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى تأثر الطالبات بثقافات اجتماعية أخرى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يشير إلى وجود مخاطر جديدة تؤدي إلى تغيير اتجاهات الشباب وتوجيه سلوكهم، وتحول واضح في العلاقات الاجتماعية لتحل العلاقات الافتراضية محل العلاقات الأسرية مما يؤدي إلى العزلة والتفكك عن الأسرة تدريجياً (١٢٠).

وسعت دراسة (دينا يحيى، ٢٠١٣م) إلى رصد مدى إدراك الشباب الجامعي المصري لسمات وملامح الواقع المصري بمجالاته المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية في الفترة اللاحقة لبدء النظام الحاكم بعد ثورة ٢٥ يناير، وحاولت الدراسة الوقوف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديد من خلال رصد معدلات الاستخدام وأنماطها لدى الشباب الجامعي، وعكست نتائج الدراسة مستوى إدراك الشباب لسمات الواقع المصري والذي جاء مرتفعاً للواقع المصري عامة، وكذلك الواقع الاقتصادي والاجتماعي والإعلامي بشكل خاص، بينما جاء الإدراك لكل من الواقع السياسي والواقع الثقافي بمستوى متوسط (١٢١).

وهدف دراسة (علاء الشامي، ٢٠١٣م) إلى التعرف على طبيعة المردود الاجتماعي لاستخدام فيس بوك للشباب السعودي والوقوف على ماهية العوامل النفسية والاجتماعية والإعلامية المؤثرة في هذا الشأن. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية رأس المال الاجتماعي. وفي ضوء ما انتهت إليه نتائج الدراسة يمكن القول بأن فيس بوك تحول إلى رأس مال اجتماعي حقيقي في المجتمع السعودي، حيث توصلت نتائج اختبار الفروض إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام فيس بوك ومعدلات تحقق مظاهر رأس المال الاجتماعي بمستوييه الذين تبنتهما النظرية وهما: رأس المال الاجتماعي التواصل، ورأس المال الاجتماعي الترابطي (١٢٢).

وسعت دراسة (عبد الوهاب جودة وآخرون، ٢٠١٦م) إلى التعرف على مدى اعتماد طلاب الجامعة العمانيين على شبكات التواصل الاجتماعي باستخدام الهواتف الذكية وعلاقة هذا الاعتماد

بالاغتراب لدى هؤلاء الشباب. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الاعتماد الزائد على الهواتف الذكية يؤدي تدريجيًا إلى انسلاخ الأفراد عن سياقاتهم الاجتماعية وانغماسهم ضمن جماعات افتراضية على الفضاء الإلكتروني، وتفضيل التواصل الاجتماعي الشبكي من خلال الهواتف على التواصل الواقعي^(١٢٣).

وهدفَت دراسة (رحيمة الطيب، ٢٠١٤م) إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام طلاب جامعة الشارقة لشبكة الإنترنت والهواتف النقالة والإشباع التي يحققونها من استخدامهم لهذه الوسائط والأثر الذي تركته عملية الاستخدام. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن طلاب جامعة الشارقة يستخدمون الإنترنت والهواتف النقالة بشكل منتظم ومكثف، ويحقق الطلاب من استخدامهم للهواتف النقالة إشباعًا التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى، والخدمات التعليمية والإعلامية، والترفيه والتسلية، ومن استخدامهم لشبكة الإنترنت إشباعًا الاطلاع على الأخبار والمعلومات العلمية المتخصصة والتواصل الاجتماعي والترفيه، وتبين مساهمة بعض تطبيقات الإنترنت في العزلة الاجتماعية للطلاب^(١٢٤).

وأجرت (لؤلؤة البريكان، ١٤٣٥هـ) دراسة عن تأثير استخدام مواقع وبرامج التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية للفتيات في المجتمع السعودي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير سلبي لاستخدام الفتيات لبرامج التواصل في العلاقات الاجتماعية؛ حيث ضعفت العلاقة مع الأسرة ومع الصديقات والأقارب، وظهر بشكل واضح تفضيل العلاقات في العالم الافتراضي، إضافة إلى العزلة وعدم القدرة على التعبير والتشتت الذهني، وهذا لا ينفي وجود تأثير إيجابي للاستخدام تمثل في: البحث والحصول على الأخبار والتسويق^(١٢٥).

وهدفَت دراسة (أحمد عادل، ٢٠١٣م) إلى رصد التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري. واستندت في بنائها النظري إلى نظرية ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية جاءت كأبرز المواقع التي يتصفحها الشباب في الترتيب الأول بنسبة ٨٦,٨% من إجمالي أفراد العينة، وأن من أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب المصري عينة الدراسة فيس بوك في الترتيب الأول بنسبة ٩٢,٥% من أفراد العينة، وأشار ٥١,٨% من أفراد العينة أن استخدامهم للمواقع الصحفية ومواقع الشبكات قد أثر إلى حد ما على تفاعلهم مع الأسرة والأصدقاء والزملاء والجيران^(١٢٦).

وسعت دراسة (ماجدة مراد، ٢٠١٤م) إلى التعرف على فاعلية الذات كقدرة نفسية شخصية مدركة لدى طلاب أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية وعلاقتها بتعرضهم لوسائل الاتصال والاتجاه نحو المشاركة المجتمعية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن التعرض للتلفزيون والراديو وموقع فيس بوك يؤثر سلبيًا على شدة العلاقة بين فاعلية الذات المدركة واتجاه الطلاب نحو المشاركة

المجتمعية، وأنَّ التعرض للصحف والسينما يؤثر إيجابياً على شدة العلاقة بين فاعلية الذات المدركة واتجاه طلاب أقسام الإعلام التربويِّ نحو المشاركة المجتمعية (١٢٧).

وهدفت دراسة (غادة حسام الدين، ٢٠١٤م) إلى التعرف على أنماط مشاهدة الشباب العربيِّ لبرامج تليفزيون الواقع العربية وإدراكهم لمدى تأثيرها على المجتمع بما تقدمه من إيجابياتٍ أو سلبيات تتفق أو تتعارض مع القيم السائدة في مجتمعنا الشرقيِّ ومدى رغبتهم في فرض رقابة على مضامينها للحدِّ من تأثيراتها السلبية عليهم وعلى الآخرين في المجتمع. استندت الدراسة في إطارها النظريِّ إلى نظرية تأثير الشخص الثالث. وأشارت نتائج الدراسة إلى رضا المبحوثين إلى حدٍّ ما عن برامج الواقع العربية بنسبة ٦٩%، وأيدت نسبة ٧٤,٥% أنها تتماشى مع قيمنا العربية الأصيلة في إطار متغير المرغوبة الاجتماعية (١٢٨).

وسعت دراسة (لميس الوزان، ٢٠١٦م) إلى التعرف على مدى تعرُّض الشباب للسلسلات المصرية وعلاقتها بسلوكياتهم. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج الإيتيمولوجيِّ الذي يهتم بدراسة معاني الكلمات ودلالاتها وانتشارها وذويعها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ أغلب المبحوثين يتأثرون بالسلوكيات اللغوية واللفظية التي تقدمها السلسلات المصرية التي تحتوي على ألفاظ خارجة وشتائم وإيحاءات جنسية وذلك بنسبة ٩٦,٤%، وأنَّ ٩٦,١% من عينة الدراسة يؤيدون الرأي الخاص بأنَّ السلسلات المصرية تُحدث تأثيراً كبيراً في سلوكيات المشاهد (١٢٩).

وهدفت دراسة (حسناء منصور، ٢٠١٧م) إلى رصد تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعيِّ المختلفة على درجة إفصاح الفتاة السعودية عن ذاتها عبر تلك المواقع، وكذلك رصد العلاقة بين الإفصاح عن الذات ورأس المال الاجتماعيِّ. واستندت الدراسة في بنائها النظريِّ إلى نظريتيِّ الاختراق الاجتماعيِّ ورأس المال الاجتماعيِّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعيِّ ودرجة الإفصاح عن الذات، كما تبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين درجة الإفصاح عن الذات وكلِّ من رأس المال الترابطيِّ، ورأس المال التواصلِيِّ، والمحافظة على علاقات مواقع التواصل الاجتماعيِّ (١٣٠).

وتناولت دراسة (محمد عبد البديع، ٢٠١٦م) دور وسائل الإعلام الاجتماعية في نشر ثقافة المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٥١ مفردة من طلاب جامعة بنها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ موقع فيس بوك جاء في مقدمة الوسائل الاجتماعية الأكثر استخداماً من قبل طلاب الجامعة عينة الدراسة. وأشارت نسبة ٩١,٤% من طلاب وطالبات الجامعة عينة الدراسة إلى أنهم لا يعرفون معنى المواطنة الرقمية، وتبين أنه كلما زاد استخدام طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديدة تعمق لديهم مفهوم المواطنة الرقمية (١٣١).

وهدفت دراسة (أميرة النمر، ٢٠١٤م) إلى التعرف على أثر استخدام طالبات الجامعات المصرية والسعودية لوسائل الإعلام الجديد على التوافق النفسي والاجتماعي لديهن. وأشارت نتائج الدراسة إلى الارتفاع الملحوظ في اعتماد عينة الدراسة من المجتمعين المصري والسعودي على وسائل الإعلام الجديد بشكل دائم ومكثف، وإن زادت نسبة الاعتماد عند الطالبات السعوديات أكثر منه عند الطالبات المصريات. وأكدت نتائج الدراسة على وجود عزلة اجتماعية أكثر لدى الطالبات السعوديات عن الطالبات المصريات؛ مما يؤكد زيادة تأثير وسائل الإعلام الجديد على الفتيات في المجتمعات الأكثر تحفظاً والأكثر انغلاقاً (١٣٢).

وركزت دراسة (نرمين زكريا، ٢٠٠٩م) على التعرف على الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية، وأستندت في إطارها النظري على نظرية المجال العام والحضور الاجتماعي والاستخدامات والإشباع، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٣٦ مبحوثاً من الشباب الجامعي المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن كثافة استخدام الإنترنت لها بعض الآثار الاجتماعية السلبية على سلوك المستخدمين باختلاف أعمارهم، ويأتي على رأسها ضعف أو انخفاض التفاعل الاجتماعي والميل إلى العزلة الاجتماعية (١٣٣).

وسعت دراسة (محمد غريب & وجدي حلمي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الشباب السعودي والمصري لسناب شات، كأحد قنوات التواصل الاجتماعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ١٣% من الشباب المصري يستخدمون سناب شات دائماً، و ٨٣,٥% منهم يستخدمونه أحياناً، ونسبة ٣,٥% منهم نادراً ما يستخدمونه، ونسبة ٥٠% من الشباب السعودي يستخدمون سناب شات دائماً، ونسبة ٤٠% منهم يستخدمونه أحياناً، ونسبة ١٠% منهم نادراً ما يستخدمونه، وثبت جزئياً صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين جنسية الشباب (المصري والسعودي) والآثار الاجتماعية (الإيجابية والسلبية) لاستخدام سناب شات لصالح الشباب السعودي، في حين لم يثبت في الآثار النفسية (الإيجابية والسلبية) لاستخدام السناب شات (١٣٤).

وهدفت دراسة (نجلاء مصطفى، ٢٠١٧م) إلى التعرف على معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية بالبرامج الاستقصائية بالقنوات الفضائية وتأثيراتها على المراهقين. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية، وتم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المراهقين المصريين من محافظتي القاهرة والمنيا. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه جاء في مقدمة أسباب مشاهدة البرامج الاستقصائية التي تتناول القضايا الاجتماعية والسياسية للمراهقين بالنسبة لعينة المنيا (تساعدني على التعامل مع الواقع المحيط بي) بنسبة ٥٥,٥%، بينما جاءت النسبة ٥٠,٧٥% لعينة القاهرة (١٣٥).

وسعت دراسة (إبراهيم الخصاونة، ٢٠١٤م) إلى التعرف على تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على طلبة الجامعات من خلال تنمية اتجاهات الولاء لديهم ومعرفة الدور الذي تقوم به تلك المؤسسات في تجسيد المسؤولية الاجتماعية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن محطات التلفزة

الخاصة أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدرًا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات وتنافس وسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية، وتبين أن محطات التلفزة الخاصة ساهمت في تشكيل آراء طلبة الجامعات الأردنية واتجاهاتهم وحثهم على المشاركة في مختلف الأنشطة؛ وهذا له ارتباط وثيق بالمسؤولية الاجتماعية التي ينبغي عليها الالتزام بها تجاه من تستهدفهم ببرامجها (١٣٦).

وهدفَت دراسة (Dafna Lemith, 2014) إلى التعرف على دور الأخبار في حياة الشباب والأطفال العرب واليهود في إسرائيل. وتمّ جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة من الشباب والأطفال. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة من العرب واليهود يتعرضون لمصادر إخبارية مختلفة، وأنّ العرب يعتمدون بشكل أكبر من اليهود على الإنترنت، كما أنهم يعتمدون على الرّوى والمعلومات من مصادر خارج إسرائيل. وكشفت الدراسة عن أن استهلاك الأخبار يساهم في تعزيز النزعة الانفصالية والاعترا ب لدى الأقلية العربية الشابة في المجتمع الإسرائيلي (١٣٧).

وسعت دراسة (أحمد عبد السلام، ٢٠١٥م) إلى بحث وترسيم حدود العلاقة القائمة بين الاستراتيجيات الإعلانية التي تتضمنها الإعلانات وملامح وأبعاد الهوية الاجتماعية كما يدركها الشباب المصري. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الهوية الاجتماعية. واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة المقابلة المتعمقة، وتمّ تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ١٤ طالبًا من طلاب جامعة القاهرة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ الباحثين الذين يدركون أنفسهم كأفراد ينتمون إلى الطبقة الاجتماعية المرتفعة ويقدرّون هويتهم الاجتماعية بشكل كبير كانوا أكثر استعدادًا لشراء السلع التي تدعم إعلاناتها هويتهم الاجتماعية (١٣٨).

وفيما يتعلق بالتأثيرات الثقافية لوسائل الإعلام، هدفت دراسة (Noha Mellor, 2013) إلى البحث في كيفية مواجهة الهيمنة الثقافية بالتطبيق على جمهور العالم العربي، حيث قدمت الدراسة مراجعة نقدية للعديد من الدراسات العربية التي تناولت الجمهور مع التركيز حول الموضوعات والتقاليد المختلفة التي اعتمدها العلماء العرب كمعايير لدراسته، وبالا عتماد على عدة أمثلة من دراسات الجمهور في العالم العربي، وتعتبر هذه الدراسة استجابة لنداء ضرورة مكافحة الهيمنة الثقافية الغربية وقياس استهلاك الوسائط كمياً من حيث الوقت المستخدم على هذه الوسائط ونوع البرامج التي يتم مشاهدتها. وأكدت النتائج على الحاجة إلى مواجهة التأثير السلبي للبرامج الثقافية المستوردة على الجماهير العربية، خاصة الشباب؛ وذلك يجعلنا ندق ناقوس الخطر على أن الشباب العربي ضحايا محتملون للتكنولوجيا الحديثة (١٣٩).

وسعت دراسة (شيماء ذو الفقار، ٢٠١٤م) إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية وبرامج التوك شو المقدّمة من خلال القنوات التلفزيونية الخاصة والحكومية على الهوية المصرية للشباب.

وتتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح. وأظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للبرامج الحوارية ودرجة التمسك بالهوية الثقافية المصرية^(١٤٠).

وهدفت دراسة (غسان حرب، ٢٠١٥م) إلى رصد وتحليل دور البرامج الأجنبية المقدمة على الفضائيات العربية في الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي الفلسطيني. واعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على صحيفة تحليل مضمون لعينة من البرامج الأجنبية المقدمة على الفضائيات العربية، وأداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة بشرية قوامها (٤٠٧) مفردة من طلاب الجامعات في قطاع غزة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من الاغتراب الثقافي، يليه كل من المستوى المتوسط والمستوى المنخفض، وتبين وجود علاقة ارتباطية بين حجم مشاهدة الشباب الجامعي الفلسطيني للبرامج الأجنبية المقدمة على الفضائيات العربية ومستوى الاغتراب الثقافي لديهم^(١٤١).

وسعت دراسة (ثريا البدوي، ٢٠١٥م) إلى اختبار علاقة ثورة الاتصال بالهوية الثقافية للشباب العربي من خلال محاولة الإجابة على سؤال محوري وهو: هل يؤدي اعتماد الشباب العربي في عصر ثورة الاتصال على المضامين الأمريكية والغربية المنتشرة عبر التقنيات الاتصالية المختلفة إلى دعم هويتهم الثقافية أم إلى استلابها؟. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى المدخل البنائي، وتهتم البنائية بعملية فهم واستيعاب الآخرين والذات والعلاقات وتضع في الاعتبار نسبة رؤية البشر إزاء الأحداث والظواهر الإنسانية والاجتماعية ومسئوليتهم المطلقة عن أفكارهم ومعارفهم وأفعالهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود مقاومة من قبل الشباب المصري لمضامين التقنيات الاتصالية التي تتحدث عن الولايات المتحدة الأمريكية، بينما قام الشباب الإماراتي ببناء معنى ارتبط بالنفع الإيجابي مع المضامين الإعلامية، ومن جهة أخرى يميل الشباب في كلا الدولتين نحو التبعية بفعل المضامين المبنوثة عبر الفضائيات المصرية والإماراتية والتي تهدد مكونات هويتهم الوطنية^(١٤٢).

وهدفت دراسة (إسلام عثمان، ٢٠١٦م) إلى التعرف على طبيعة وعادات استخدام الشباب المصري لتطبيقات الدردشة التي يتيحها الهاتف المحمول ودوافعه لاستخدام هذه التطبيقات ومستوى الحضور والتفاعل الاجتماعي لديه أثناء هذا الاستخدام، فضلاً عن دراسة ثقافة الحوار السائدة بهذه التطبيقات وعلاقتها بتلك القائمة في الواقع الاجتماعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين لتطبيقات الدردشة التي يتيحها الهاتف المحمول وارتفاع نسبة من لديهم دوافع طقوسية قوية لاستخدام تطبيقات الدردشة عبر الهاتف المحمول. وكشفت الدراسة عن وجود تباين في مستوى ثقافة الحوار الذي يعكسه استخدام الشباب المصري لتطبيقات الدردشة عن ذلك الذي تعكسه تعاملاتهم اليومية في واقعهم الاجتماعي الحقيقي^(١٤٣).

وهدفت دراسة (سهير صالح ، ٢٠١٠م) إلى التعرف على مدى إسهام المواقع الإلكترونية وأدوات التفاعل على الإنترنت في تشكيل ودعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين معدلات مشاركة الشباب على المواقع التفاعلية وثقافة الحوار لديهم^(١٤٤).

وسعت دراسة (فهيد الشمري، ٢٠١٦م) إلى التعرف على دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن طلاب الجامعات في المجتمع السعودي يتابعون وسائل الإعلام المتنوعة متأثرين بما تبثه هذه الوسائل في مختلف الجوانب، حيث أبدى نسبة ٢٨,٤% من أفراد العينة موافقتهم الشديدة على دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار في المجتمع السعودي، بينما أبدى ١٤,٨% عدم موافقتهم بشدة تجاه دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار في المجتمع السعودي^(١٤٥).

وتناولت دراسة (نجية العناني، ٢٠١٦م) أطر معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على صحيفة تحليل مضمون لعينة من البرامج الحوارية المقدمة على شاشات القنوات الفضائية العربية، وأداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة من يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية بلغت ٣٣,٣% من إجمالي أفراد العينة. وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية للعلاقة بين المسلم والمسيحي والانتماء لدى المراهقين^(١٤٦).

وهدفت دراسة (عهد أبو دراز، ٢٠١٨م) إلى التعرف على دور الصحافة الإلكترونية في تدعيم الانتماء الوطني لدى طلبة الجامعات الفلسطينية. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٧٣,٧% من أفراد عينة الدراسة يتصفحون الصحف الإلكترونية، وأن أكثر من نصف طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة يتابعون قضايا الانتماء الوطني في الصحف الإلكترونية الفلسطينية بنسبة ٦١,٥%^(١٤٧).

الاتجاه الرابع: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.

لوحظ تركيز عدد كبير من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على البحث في دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التنشئة السياسية بأبعادها المختلفة؛ وربما يرجع ذلك إلى أن

الفترة الزمنية للدراسات محل التحليل حدثت خلالها الثورات العربية التي كان للشباب دور بارز فيها وفي التغيير السياسي الذي حدث في الدول التي قامت بها هذه الثورات. وتتوَعَت الدراسات التي تناولت التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي، ما بين دراسات ركزت على التنقيف والتنوعية السياسية، ودراسات ركزت على المشاركة والفاعلية السياسية، ودراسات تناولت تقييم الأداء الحكومي، ودراسات تناولت الفساد السياسي، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (William Davie & others, 2013) التي هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب في الولايات المتحدة الأمريكية والشرق الأوسط وشمال أفريقيا على تغطية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة للأحداث والقضايا السياسية بشكل عام، ولأحداث الربيع العربي على وجه الخصوص. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وتمَّ جمع البيانات من خلال استبيان إلكتروني تمَّ تطبيقه على الشباب الجامعي في قطر والإمارات ومصر والولايات المتحدة الأمريكية. وأشارت نتائج الدراسة إلى مستوى مرتفع من متابعة الشباب في الشرق الأوسط للأخبار والقضايا المتعلقة بالشؤون العامة من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة (١٤٨).

وسعت دراسة (صفا فوزي، ٢٠١٦م) إلى فحص تأثير وسائل الاتصال المختلفة على عملية التنشئة السياسية لصغار الراشدين من الشباب المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ المعدلات المتوسطة والمنخفضة غلبت على معدلات تعرُّض طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة للمضامين السياسية والإخبارية في كافة وسائل الإعلام، وإن ارتفعت معدلات تعرُّضهم لهذه المضامين في وسائل الإعلام الجديدة مقارنةً بتعرُّضهم لها في وسائل الاتصال التقليدية التي غلب عليها معدلات التعرض المنخفضة، كما غلبت على عينة الدراسة معدلات المشاركة السياسية المنخفضة بكافة أنماطها (١٤٩). وتناولت دراسة (ماجدة مراد، ٢٠١٢م) العلاقة بين تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودعم الوعي السياسي لدى الشباب المصري الجامعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المعرفة السياسية (١٥٠).

وهدف دراسة (وليد النجار، ٢٠١١م) إلى التعرف على دور الوسائط المتعددة بالمواقع الصحفية الإلكترونية في إمداد طلاب الإعلام بالمعلومات حول أحداث ثورة ٢٥ يناير، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمَّ تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين زيادة التعرض للمواقع الصحفية الإلكترونية وزيادة أشكال التفاعلية وزيادة مساهمة الوسائط المتعددة في الإمداد بالمعلومات حول أحداث يناير (١٥١).

وتناولت دراسة (مجدي الداغر، ٢٠١٥م) دور شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت في تنمية وتعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مصر بعد ثورة يناير ٢٠١١م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ الشباب الجامعي يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء تجاه القضايا

والموضوعات السياسية حيث تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين، وتقدم معلوماتٍ طريفة وخفيفة، وتضم مجموعات شبابية متجانسة ومتشابهة في الرأي والاهتمامات؛ وهو ما يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعيّ بعد الربيع العربيّ أصبحت مصدرًا مهمًا يمكن الاعتماد عليه في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الاجتماعية والسياسية^(١٥٢).

وهدفَت دراسة (عماد الدين جابر، ٢٠١٥م) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعيّ في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم الشبكات الاجتماعية من حيث اهتمام ومتابعة الشباب العربيّ: موقع فيس بوك، ثم موقع يوتيوب، ثم موقع تويتر. وبيّنت النتائج أنه بالرغم من ارتفاع نسبة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعيّ في معرفة أخبار الثورات العربية بعد مرور ثلاث سنواتٍ على قيامها فإن اتجاهات الشباب العربي نحو هذه الثورات تغيّرت؛ حيث انخفضت الاتجاهات الإيجابية، وانخفضت أيضًا الاتجاهات المحايدة؛ وفي المقابل ارتفعت الاتجاهات السلبية^(١٥٣).

وتناولت دراسة (نهى العبد، ٢٠١٥م) دور شبكات التواصل الاجتماعيّ في إمداد الشباب الجامعيّ المصريّ بالمعلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريتيّ المجال العام والاعتماد على وسائل الإعلام. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعيّ جاءت في الترتيب الأول بين مصادر استقاء المعلومات خلال ثورة الثلاثين من يونيو وما بعدها بنسبة ١٧,٣٨%، يليها التلفزيون بنسبة ١٧,٢١%^(١٥٤).

وسعت دراسة (أسماء مسعد، ٢٠١٤م) للوقوف على مدى مساهمة صفحة تمرد في معالجة القضايا السياسية واتجاه الشباب نحو هذه القضايا فيما يتعلق بهدف الحملة وهو عزل رئيس مدني منتخب بعد ٢٥ يناير ٢٠١١م، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب المصري من مستخدمي الإنترنت، وأشارت نتائج الدراسة إلى صحة الفرض القائل بوجود علاقة طردية موجبة بين دوافع تعرض الشباب للمحتوي السياسي في صفحة تمرد وبين اكتساب المفاهيم والقيم والمشاركة السياسية في أحداث ٣٠ يونيو ٢٠١٣م^(١٥٥).

وهدفَت دراسة (غالون نورة، ٢٠١٨م) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعيّ في تكوين الثقافة السياسية للشباب الجزائريّ. واعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ثمانون مفردة من الشباب. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعيّ بدافع الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا السياسية. وبيّنت النتائج أن لشبكات التواصل الاجتماعيّ دورًا في تشكيل المواقف السياسية، وأنها تسمح للمستخدمين بالتعبير عن آرائهم بحرية^(١٥٦).

وسعت دراسة (أحمد الرفاعي، ٢٠١٤م) إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصريّ على مواقع التواصل الاجتماعيّ كمصدر للحصول على المعلومات عن القضايا السياسية واكتسابهم لبعض

القيم السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب المصري عينة الدراسة في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم لبعض القيم السياسية^(١٥٧).

وتناولت دراسة (Du Roselyn, 2018) التأثيرات الأيدولوجية في تقارير الصين الإخبارية عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في الانتفاضات العربية وتأثيراتها على الشباب العربي. وتم تطبيق الدراسة من خلال تحليل مضمون ١٦٢ قصة إخبارية في وسائل الإعلام الصينية في ثلاث مناطق مختلفة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية لعبت دوراً حاسماً في الانتفاضات العربية من خلال التأثير على الجمهور العربي بأطيافه المختلفة وخاصة فئة الشباب، وبالرغم من أن الصين بعيدة جغرافياً ومختلفة ثقافياً ودينيًا واقتصاديًا عن البلدان العربية، وجد اهتمام واضح بتغطية الثورات العربية، إلا أن التغطية قد اختلفت من منطقة إلى أخرى وفق منظورها الأيدولوجي^(١٥٨).

وهدفَت دراسة (Sawsan Al- Harbi, 2018) إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تشكيل المعارف السياسية للشباب الجامعي السعودي تجاه العلاقات العربية العربية بالتطبيق على العلاقات السعودية اليمنية والعلاقات السعودية المصرية. واعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعة الملك سعود. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٥٠,٦% من أفراد عينة الدراسة درجة معرفتهم السياسية بالعلاقات العربية العربية متوسطة، وتصدر موقع تويتر مقدمة منصات الإعلام الجديدة الأكثر استخداماً والأكثر ثقة من قبل الشباب السعودي في الحصول على المعلومات السياسية^(١٥٩).

وسعت دراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي المصري لمواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية ومعرفتهم بالقضايا السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المعرفة بالقضايا السياسية تبعاً لمستوى استخدام مواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية^(١٦٠).

وتناولت دراسة (انتصار سالم، ٢٠١٢م) دور المدونات السياسية كشكل من أشكال الإعلام الإلكتروني الجديد في دعم مفهوم حرية الرأي والتعبير السياسي لدى الشباب المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهات نحو دور المدونات السياسية في دعم قضايا حرية الرأي والتعبير السياسي واتجاهات الشباب المصري نحو المشاركة السياسية^(١٦١).

وهدفَت دراسة (سعدية فوزي، ٢٠١٦م) إلى التعرف على دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر.

وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرّض الشباب المصريّ للمواقع الإخبارية ومستوى التثقيف السياسيّ لديهم^(١٦٢).

وسعت دراسة (آمال كمال، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دور الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الشباب المصريّ نحو الأحزاب السياسية بصفة عامة، ونحو الأحزاب ذات المرجعية الدينية بصفة خاصة، وكذلك دور الإعلام في صياغة وتشكيل اتجاهات الشباب نحو هوية الدولة المصرية. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة ذوي الاتجاهات السلبية نحو الأحزاب السياسية ذات المرجعية الدينية ٤٢,٧%، وارتفاع نسبة ذوي الاتجاهات الإيجابية نحو الدولة المدنية ٤١,٧%^(١٦٣).

وهدفّت دراسة (ندية القاضي، ٢٠١٣م) إلى التعرف على اتجاهات الشباب المصريّ نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطيّ بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين مستوى التعرّض للمواقع الإخبارية وبين تبني المبحوثين لاتجاه إيجابيّ نحو التحول الديمقراطي^(١٦٤).

وسعت دراسة (Bahjat Abuzanouna, 2015) إلى التعرف على تصورات الشباب الفلسطينيّ للدور الذي تقوم به كلٌّ من قناتيّ فلسطين والأقصى في إتاحة مساحة من النقاش المفتوح بين الفصائل الفلسطينية بما يسمح لهم بالتواصل مع بعضهم البعض. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه وفقاً لرؤية العديد من المبحوثين أنّ كلتا القناتين (قناة فلسطين وقناة الأقصى) يتمّ التحكم فيهما من قبل الحزبين السياسيين (فتح وحماس)، وبالرغم من أنه ينبغي على القناتين أن تتحمل مسؤوليتهما في مناصرة القضايا الفلسطينية، لا يزالان يدخلون الانقسام بدلاً من الانسجام والكرهية بدلاً من النقاش العقلانيّ، والشك بدلاً من الثقة الاجتماعية^(١٦٥).

وتناولت دراسة (حميدشي سهام، ٢٠١٨م) دور الصحافة المكتوبة في تكوين الثقافة السياسية للشباب الجامعيّ الجزائريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ جزءاً كبيراً من الطلبة يقرأون الصحف الوطنية بنسبة عالية وصلت ٨٣,١٣%. كما بيّنت النتائج أنّ الصحف أهم وسيلة يعتمد عليها الطلبة في الحصول على الثقافة السياسية بنسبة ٥٣,٠١%^(١٦٦).

وركزت دراسة (Zeynep Tufekci & Christopher Wilson, 2012) على دور وسائل الإعلام الاجتماعية في اتخاذ الشباب المصريّ قرار المشاركة في الاحتجاج السياسيّ من خلال ملاحظات من ميدان التحرير أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م. وأكدت نتائج الدراسة على الدور المحوريّ لوسائل الإعلام الاجتماعيّ، وعلى وجه الخصوص فيس بوك وتويتر والتي لعبت دوراً كبيراً في تأجيج الاحتجاجات التي أدت إلى إعلان الرئيس مبارك تنحيه في فبراير ٢٠١١م، ويدل على ذلك أنّ أكثر من ربع المبحوثين أشاروا إلى أنهم سمعوا عن الاحتجاجات لأول مرة من خلال فيس بوك^(١٦٧).

وسعت دراسة (سماح محمد، ٢٠١٢م) إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على مواقع الشبكات الاجتماعية بالتطبيق على فيس بوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية مايو ٢٠١٢ م وتأثير هذا الاعتماد على تصويتهم الانتخابي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ما يزيد عن نصف المبحوثين يعتمدون على فيس بوك كمصدر ثانوي وغير أساسي للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية المصرية. وعن مدى استفادة الشباب من فيس بوك في اتخاذ القرار بالتصويت الانتخابي في انتخابات الرئاسة المصرية، انقسم المبحوثون ما بين مؤيد ورافض لوجود تأثير للفيس بوك على قرار التصويت لمرشح محدد من المرشحين للرئاسة، حيث تقاربت نسبتاً من يقرّون وجود تأثير للفيس بوك في القرار الذي اتخذه بالتصويت لمرشح معين، وذلك بنسبة ٥١%، بينما أشار ٤٩% منهم إلى أن قرارهم بالتصويت في الانتخابات لم يتأثر بمشاركتهم على فيس بوك (١٦٨).

وهدفّت دراسة (عبير الشربيني، ٢٠١٣م) إلى استكشاف أثر حملات التسويق السياسي لمرشحي الرئاسة على السلوك الانتخابي للشباب المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك تراجعاً في اعتماد الشباب المصري على المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية الرسمية وكذلك الصحف المطبوعة للتعرف على البرامج الانتخابية لمرشحي الرئاسة، في مقابل زيادة اعتمادهم على القنوات الفضائية الخاصة والمواقع الإلكترونية للصحف ومواقع التواصل الاجتماعي (١٦٩)، وفي سياق متصل هدفت دراسة (جهاد حجازي، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دور حملات التسويق السياسي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو المشاركة السياسية، واعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ١٥٠ مبحوثاً من الشباب المصري بمحافظة المنيا وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت جاء في المرتبة الأولى لمتابعة حملات التسويق السياسي لمرشحي الرئاسة عام ٢٠١٤م بنسبة ٢٧,٨%، في حين جاءت الصحف القومية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٣,٤% (١٧٠).

وسعت دراسة (إسلام عثمان، ٢٠١٥م) إلى التعرف على أساليب تقديم خطاب التسويق السياسي في إطار الحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة المصرية عام ٢٠١٤م؛ وذلك لتحديد موقع هذا الخطاب ما بين استثارة النزعة العصبية وبت روح الحميمية لدى الشباب المصري، فضلاً عن دراسة تأثير هذه الحملات على مستوى التعصب السياسي لدى الشباب. وأشارت نتائج الدراسة إلى تنوع الخطاب المقدم بالحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة ما بين العدائية والحميمية، إلا أن سمة التعصب كانت هي الأكثر ظهوراً وإن كان ذلك بنسبة ضئيلة لا تتجاوز الـ ٥%؛ ومن ثم يمكن الإشارة إلى وجود نوع من التوازن النسبي في الحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة المصرية ٢٠١٤م بين كم ما تضمنته من خطابات متعصبية ومتسامحة (١٧١).

وهدفّت دراسة (أميرة سمير، ٢٠١٤م) إلى معرفة مدى دلالة الفروق بين مجموعة الشباب الجامعي المصري المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي والمجموعة غير المعتمدة على هذه

المواقع بالنسبة لكل من التصويت في الانتخابات الرئاسية والمعرفة السياسية والاهتمام السياسي والفاعلية السياسية والثقة السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ثلثي العينة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن الانتخابات الرئاسية المصرية لعام ٢٠١٢م (١٧٢).

وسعت دراسة (Hassna Saad, 2015) إلى التعرف على تأثيرات استخدام الشباب المصري ليووتيوب وانعكاساته على اتجاهاتهم نحو المختلفين معهم في رؤيتهم السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مشاهدة الفيديوهات المعارضة على يوتيوب تزيد من مستوى التناظر المعرفي لدى الجمهور (١٧٣).

وهدفت دراسة (Mohamed EL Marzouki, 2015) إلى تحليل مضمون فيديوهات الهجاء والمعارضة السياسية التي ينتجها الشباب المغربي على يوتيوب. وأشارت النتائج إلى تنوع الفيديوهات التي ينتجها الشباب على يوتيوب بقصد الهجاء والمعارضة في موضوعاتها؛ فعلى سبيل المثال سخرت بعض الفيديوهات من فشل الحكومة في تنظيم بعض الأنشطة الثقافية التي ترعاها الدولة، كما سخرت فيديوهات أخرى من أداء البرلمان والحملات الانتخابية، واشتملت بعض الفيديوهات على موضوعات تعكس الخلل الوظيفي لمؤسسات الرعاية الاجتماعية مثل: خدمات التعليم العام والنقل وخدمات جمع القمامة (١٧٤). وفي سياق متصل، سعت دراسة (Yomna Elsayed, 2016) إلى تحليل مقاطع الفيديو الساخرة التي ينتجها الشباب العربي على يوتيوب من أجل التغيير. وأشارت نتائج تحليل المضمون إلى أنه عندما تعتمد السياسة على أسرار اجتماعية وتقاليد قبلية فإن المعارضة تأخذ معاني وتداعيات أوسع؛ بما يغذي التخريب الاجتماعي والتخريب السياسي، حيث يقوم الشباب بتسخير قوة الفكاهة من خلال الاستفادة من تكنولوجيا الوسائط الرقمية في السخرية والمعارضة السياسية تحت شعار: "لاتجادل حول الأفكار الفاسدة وإنما اسخر منها" (١٧٥).

وهدفت دراسة (انتصار سالم، ٢٠١٣م) إلى التعرف على تأثير التعرض للصحافة المطبوعة والإعلام الإلكتروني على تقييم الشباب الجامعي المصري للأداء السياسي للمؤسسات السياسية الحكومية في المرحلة الانتقالية لما بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م، وتحديد الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام على اختلاف أنماطها في تشكيل اتجاهات التقييم السياسي لدى الشباب الجامعي نحو أداء المؤسسات السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى شعور الشباب الجامعي المصري بالسخط العام على الوضع السياسي في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م (١٧٦).

وركزت دراسة (ماجد سالم، ٢٠١٤م) على دور وسائل صحافة المواطن في تعزيز ثقافة التغيير السياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية الشباب يرون أن صحافة المواطن تعزز لديهم ثقافة التغيير السياسي والاجتماعي بنسبة ٩٢,٧% (١٧٧).

وتناولت دراسة (أمني الحسيني، ٢٠١٥م) دور مواقع التواصل الاجتماعي في الفاعلية السياسية للشباب المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت جاء في الترتيب الأول بين الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات السياسية، يليه التلفزيون، بينما جاءت الصحف في الترتيب الثالث، وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى تواصل المبحوثين في الشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية ومستويات الفاعلية السياسية لديهم^(١٧٨).

وسعت دراسة (محمود حمدي، ٢٠٠٩م) إلى التعرف على دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب المصري، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح والمنهج المقارن، وأستندت في إطارها النظري على نظرية المجال العام ونظرية الاستخدامات والإشباع، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان ومجموعات النقاش المركزة، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٣٨٠ مبحوثاً من الشباب الجامعي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الفيس بوك أصبح يمثل مصدراً مهماً لنشر المعرفة السياسية بين الشباب^(١٧٩).

وهدفَت دراسة (Mostafa Shehata, 2017) إلى التعرف على تأثيرات الصحف ومواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية وعلاقات القوى في مصر بعد ثورة ٢٥ يناير. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين قراءة الشباب المصري للصحف والمشاركة السياسية، ولكن ثبت أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية. وأوضحت النتائج أنه على الرغم من أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية كأدوات رئيسة في تعبئة الجمهور، فشلت في تمكين القوى الفاعلة الجديدة؛ بسبب تمكن القوى الفاعلة القديمة بدعم من الصحف ووسائل الإعلام الرئيسية الأخرى، والتي عرقلت تقدم اللاعبين السياسيين الجدد^(١٨٠).

وسعت دراسة (محمد جاد المولى، ٢٠١٧م) إلى رصد وتحليل تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر. وأشارت النتائج إلى أن الهاتف الذكي احتل المرتبة الأولى بين الأجهزة الإلكترونية المحمولة التي يستخدمها الشباب المصري عينة الدراسة في متابعة الأخبار بنسبة ٤٩,٥%، تلي ذلك التابلت (الجهاز اللوحي) في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢,٨%، ورأي ٥٩,٨% من المبحوثين قوة مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو، بينما جاءت نسبة من يرون ضعف مستوى المشاركة السياسية للشباب في مصر بعد ثورة ٣٠ يونيو بنسبة ٤٠,٢%^(١٨١).

وهدفَت دراسة (علا عبد القوي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية لطلاب الجامعات المصرية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية ٢٠١٥م. وأكدت نتائج الدراسة على أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية، حيث أشارت إلى أن نسبة كبيرة من طلاب الجامعة ينضمون لمناقشة القضايا السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمية^(١٨٢).

وسعت دراسة (رضوان قطبي، ٢٠١٨م) إلى التعرف على استخدامات طلاب الجامعات المغاربة لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالمشاركة في الحراك السياسي الذي يشهده المغرب منذ ٢٠١١ م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت نسبياً في تحفيز الطلاب المغاربة على المشاركة في الحراك السياسي الذي انخرط فيه المغرب بعد ٢٠١١ م^(١٨٣).

وهدفّت دراسة (رحاب الجندي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وإدراك عينة من المراهقين للصراع السياسي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج الحوارية ساعدت في إدراك المراهقين لأطراف الصراع السياسي وأسبابه ومظاهره^(١٨٤).

وسعت دراسة (داليا عبد الخالق، ٢٠١٨م) إلى التعرف على كيفية معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الإسلام السياسي وعلاقته بإدراك عينة من المراهقين المصريين لها. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين رؤية المبحوثين لمعالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الإسلام السياسي وإدراكهم لتلك القضايا^(١٨٥).

وهدفّت دراسة (سعد آل سعود، ٢٠١٨م) إلى اختبار العلاقة بين معدل التعرض للأخبار السلبية في شبكات التواصل الاجتماعي ومعدل القلق السياسي لدى الشباب السعودي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نشر أخبار الكوارث الطبيعية، والحوادث والجرائم، وقضايا العنف الأسري جاءت في مقدمة الأخبار السلبية في شبكات التواصل الاجتماعي، وتبين أن منشأ القلق السياسي لا يكمن في مجرد التعرض للأخبار السلبية، بل في تصديقها، حيث كان أكثر المستخدمين تصديقاً وثقة في وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر إخبارية هم الفئات الأكثر قلقاً^(١٨٦).

وركزت دراسة (عادل عبد الغفار، ٢٠٠٩م) على العلاقة بين متابعة الشباب الجامعي المصري لتطورات الإصلاح السياسي كما يعرضها التلفزيون واتجاهاتهم نحو مستقبل العمل السياسي في مصر، وتم تطبيق الدراسة عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من طلاب كليتي الاقتصاد والعلوم السياسية والإعلام بجامعة القاهرة، وأشارت نتائج الدراسة إلى ضعف تأثير متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لتطورات الإصلاح السياسي على اتجاهاتهم المستقبلية نحو مستقبل العمل السياسي في مصر^(١٨٧).

وسعت دراسة (منى أحمد، ٢٠١٤م) إلى التعرف على دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٦٣,٧% من الشباب عينة الدراسة يحرصون على متابعة قضايا الفساد الإعلامي والسياسي على فيس بوك إلى حد ما، بينما تحرص نسبة ٣٣,٧% على متابعتها إلى حد كبير، في حين لا تتابعها نسبة ٢,٥%، وجاءت صفحة "كلنا خالد سعيد" في مقدمة الصفحات التي يرى المبحوثون أنها تهتم بنشر قضايا الفساد بنسبة (٧٥,٣%)، يليها "الصفحة الرسمية لفصائح الحرامية" بنسبة ٦٩,٨%، ثم صفحة

"٢٥ يناير يوم الثورة على التعذيب والفقر والفساد والبطالة" في الترتيب الثالث بنسبة ٣٤,٥%، وجاء في الترتيب الرابع صفحة "100 FM 6" بنسبة ٢١,٥% (١٨٨).

واهتمت دراسة (أسامة عبدالرحمن، ٢٠١٤م) بالتعرف على دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في معرفة قضايا الفساد في المجتمع المصري، وأن المزايا التي يتمتع بها فيس بوك جعلت منه وسيلة مفضلة لدى الشباب في تبادل المعلومات والأخبار المتعلقة بقضايا الفساد والتي لا يلقى عليها الضوء من جانب الإعلام الحكومي، وتبين وجود علاقة ارتباطية بين زيادة اعتماد الشباب الجامعي على فيس بوك وحصولهم على المعلومات حول قضايا الفساد المصري (١٨٩).

وسعت دراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠٠٩م) إلى التعرف على تناول البرامج الحوارية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وعلاقتها بمعرفة المراهقين بهذه القضايا، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من المراهقين في المرحلة العمرية من ١٨-٢١ عاماً، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج الحوارية كانت أكثر المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد يليها نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية (١٩٠).

وهدفت دراسة (لبنى الجابري، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي المصري للإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه فيما يتعلق بمستويات اعتماد الشباب الجامعي المصري على الإنترنت في الحصول على المعلومات عن الانتخابات الرئاسية؛ فقد جاء في المرتبة الأولى مستوى الاعتماد المرتفع بنسبة ٥٧,٣%، يليه مستوى الاعتماد المتوسط بنسبة ٣٣,٣%، ثم مستوى الاعتماد المنخفض بنسبة ٩,٥%، وجاءت فئة التأثير الكبير للإنترنت على القرار الانتخابي في المرتبة الأولى بنسبة ٤٨%، يليه التأثير المحدود بنسبة ٤٠,٣%، وأخيراً فئة التأثير المنعدم في المرتبة الثالثة بنسبة ١١,٨% (١٩١).

وسعت دراسة (عبد الله العساف، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين متابعة الشباب السعودي للمضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي السياسي بالقضايا العربية لديهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه كلما زاد معدل متابعة المبحوثين للمضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي زادت بالتبعية درجة الوعي السياسي لديهم، وأنه كلما زاد مستوى ثقة المبحوثين في المضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي زاد معه بالتبعية معدل متابعتهم للمضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي (١٩٢).

وهدفت دراسة (فتحي شمس الدين، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مدى مساهمة صفحتي "تمرد" و"جبهة الإنقاذ الوطني" في معالجة القضايا السياسية المتعلقة بأحداث ٣٠ يونيو عبر فيس بوك واتجاه

الشباب المصريّ نحو هذه القضايا. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل استخدام الشباب المصريّ للمحتوى السياسي في صفحتي "تمرد" و"جبهة الإنقاذ الوطني" عبر فيس بوك، وتبيّن وجود علاقة ارتباط طردية موجبة بين التعرض للقضايا السياسية في صفحتي "حركة تمرد" و"جبهة الإنقاذ الوطني" عبر فيس بوك وبين اتجاه الشباب نحو أحداث ٣٠ يونيو (١٩٣).

وسعت دراسة (فتحي شمس الدين، ٢٠١٦م) إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية على قلق المستقبل لدى الشباب المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة القلق والخوف من المستقبل عند المتابعين لهذه البرامج؛ نتيجة ما تبثه من معالجة سلبية في أغلب الموضوعات المطروحة، وتبيّن وجود علاقة ارتباط بين التعرض للمحتوى السياسيّ في البرامج الحوارية وبين ارتفاع مستوى قلق المستقبل لدى الشباب المصريّ (١٩٤).

وهدفت دراسة (ميرال مصطفى، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعيّ ومستويات الاغتراب السياسيّ لدى الشباب المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين حجم تعرّض الشباب المصريّ لمواقع التواصل الاجتماعيّ والاغتراب السياسيّ لديهم؛ وهو ما يعني أنه كلما زادت مستويات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعيّ قلّ إحساسهم بالاغتراب السياسيّ (١٩٥).

وركزت دراسة (شيماء ذو الفقار، ٢٠٠٩م) على العلاقة بين حجم التعرض للمدونات السياسية والأخبار التلفزيونية ومستوى الاغتراب السياسيّ لدى الشباب المصريّ، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٦٦٥ مبحوثاً، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين كل من الاغتراب السياسيّ والسخط السياسيّ من ناحية والتعرض لنشرات الأخبار التلفزيونية مما يعني أن الشخص الذي يشعر بالرضا عن النظام السياسيّ ويشعر بالكفاءة السياسية يميل إلى التعرض إلى الأخبار التلفزيونية لأنها لا تركز عادة على سلبيات النظام السياسيّ (١٩٦).

وسعت دراسة (إيمان جمعة، ٢٠١٦م) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسيّ والاتجاهات حول الأحداث الجارية لدى الشباب المصريّ المغترب بالدول العربية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن فيس بوك جاء في مقدمة المواقع الاجتماعية التي يستخدمها المغتربون بالدول العربية، ويعتمدون عليها كمصدر من مصادر المعلومات حول الأحداث الجارية، وتبيّن وجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام المصريين المغتربين بالدول العربية للمواقع الاجتماعية ودرجة الوعي السياسيّ لديهم (١٩٧).

وهدفت دراسة (عبدالله الوزان، ٢٠١٤م) إلى التعرف على دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعيّ الليبيّ بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعيّ الليبيّ على القنوات الإخبارية العربية ومعلوماتهم حول ثورة ١٧ فبراير الليبية (١٩٨).

وسعت دراسة (أحمد السمان، ٢٠١٧م) إلى الكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي المصري على وسائل الإعلام المختلفة والمشاركة السياسية في انتخابات مجلس النواب ٢٠١٥م. وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعة المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي والمجموعة المعتمدة على وسائل الإعلام التقليدية فيما يتعلق بالمشاركة السياسية (١٩٩).

وهدفَت دراسة (سامح الشريف، ٢٠١٦م) إلى التعرف على استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية ودورها في تشكيل الاتجاهات السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن فيس بوك جاء في صدارة المواقع الاجتماعية التي يستخدمها الشباب المصري بنسبة ٩٢,٨%، وتبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب المصري للمواقع الاجتماعية ومستوى مشاركتهم السياسية (٢٠٠).

وسعت دراسة (عبدالخالق زقروق، ٢٠١٦م) إلى التعرف على دور الصحف الورقية والإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية للشباب الجامعي نحو الأداء الحكومي بجمهورية مصر العربية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الشباب الجامعي عينة الدراسة يرى أن مواقف الصحافة الورقية والإلكترونية المصرية حول ما يتعلق بالأداء الفعلي للحكومة المصرية أثناء فترة رئاسة الرئيس محمد مرسي للحكم تتصف بالمصادقية في نقل الموضوعات دون تحريف (٢٠١).

وهدفَت دراسة (هشام رشدي، ٢٠١٣م) إلى التعرف على مدى تأثير معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري على المشاركة السياسية للشباب. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه تزداد درجة اعتماد الشباب الجامعي على الصحف الإلكترونية عبر الإنترنت بزيادة سنوات خبرة الباحثين باستخدام الإنترنت، كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين حجم تعرّض الباحثين لقضايا الفساد في الصحف الإلكترونية ومستويات المشاركة السياسية لديهم (٢٠٢).

وسعت دراسة (بسام سالمان، ٢٠١٢م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرّض المراهقين للصحف الإلكترونية والأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للتنشئة السياسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين قراءة الموضوعات السياسية في الصحف الإلكترونية، والمستويات (المنخفضة، والمتوسطة، والمرتفعة) للأبعاد المعرفية، والوجدانية، والسلوكية للتنشئة السياسية (٢٠٣).

وركزت دراسة (شادية الدقناوي، ٢٠١٤م) على دور الفيس بوك في التنشئة السياسية للشباب الجامعي المصري، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب

جامعة دمياط، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الفيس بوك والمشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي (٢٠٤).

وهدفت دراسة (أوبكر الصالحي، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دور المادة الخبرية في الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة المصرية بعد ٣٠ يونيو. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس الاتجاهات نحو أداء الحكومة تبعاً لاختلاف مستويات التعرض للمواد الخبرية في الصحف الإلكترونية (٢٠٥).

وسعت دراسة (محمد عبد البديع، ٢٠١٤م) إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي يناير ٢٠١١م ويونيو ٢٠١٣م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديدة أحدثت تغيرات كبيرة في مجال الإعلام والاتصال بفضل خصائصها التفاعلية وسهولة الوصول إليها؛ مما خلق بيئة تفاعلية من الآراء والأفكار والمشاركة على كافة المستويات وعلى النشاط الإنساني بمجمله، ونجحت في صناعة صوت مختلف ومُربك لقادة الرأي التقليديين والذين احتكروا العملية الإعلامية لسنوات طويلة (٢٠٦).

وهدفت دراسة (سعيد مفتاح، ٢٠١٦م) إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي الليبي على مواقع القنوات الإخبارية العربية محل الدراسة وهي: موقع قناة الجزيرة الإخبارية، وموقع قناة العربية الإخبارية، وموقع قناة ليبيا الوطنية في تشكيل معارفه واتجاهاته نحو القضايا السياسية الليبية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين درجة متابعة الباحثين لموقع الجزيرة نت وموقع قناة العربية وموقع قناة ليبيا الوطنية على شبكة الإنترنت، والأطر المعرفية التي يتبناها الجمهور نحو القضايا السياسية الليبية (٢٠٧).

وسعت دراسة (عالية عبد العال، ٢٠١٣م) إلى الكشف عن رؤية الشباب المصري لواقعهم السياسي والاجتماعي من خلال تحليل الأغاني التي تمّ طرحها عبر موقع يوتيوب بوصفها أحد أنماط إعلام المواطن الذي يقوم بتوثيق وعرض الأحداث من خلال رؤية أكثر حرية وتفاعلاً ومشاركة عن الإعلام التقليدي. واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي في تحليل خطاب الأغاني وما تحمله من رسائل في سياقها الاجتماعي والثقافي، وتمّ التحليل عبر مستويين: الأول تحليل خطاب الأغاني الاحتجاجية وما تحمله من أطروحات رئيسة واستمالات إقناعية وأدلة وبراهين، والمستوى الثاني هو مستوى التعليقات الواردة من مشاهدي مقاطع الفيديو وبين القائمين بتحميل مقاطع الفيديو، أو فيما بين المُعلّقين باختلاف انتماءاتهم ولغة الخطاب المتبادلة بينهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن موقع يوتيوب لديه الآليات والقدرة على توفير خصائص المجال العام من فرص المشاركة وتبادل النقاش وتحقيق عنصر التفاعلية، إلا أنه في الوقت ذاته قادرٌ على خلق مجال عام لتبادل الاتهامات والسخرية

والاستهزاء وإثارة المشاعر السلبية. كما أكدت النتائج على أن الشباب المصريّ على وعي بواقعه الاجتماعيّ والسياسيّ^(٢٠٨).

وتناولت دراسة (إيمان حسني، ٢٠١٣م) التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط موجب ذات دلالة بين تقدير الشباب الجامعيّ للصفحات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الاتجاهات التعصبية لدى المبحوثين؛ فكلما زاد تقدير المبحوثين لهذه الصفحات كمصادر للمعلومات السياسية زادت مستويات الاتجاهات التعصبية لديهم بمكوناتها الثلاثة؛ المعرفية والوجدانية والسلوكية^(٢٠٩).

وركزت دراسة (غادة ممدوح، ٢٠١٧م) على دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر. واستندت الدراسة في إطارها النظريّ إلى نظرية تحليل الأطر ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الشباب عينة الدراسة لديهم اتجاه معتدل نحو الديمقراطية بنسبة (٤٩,٥%)، تلا ذلك في المرتبة الثانية مجيء الاتجاه الإيجابي نحو الديمقراطية بنسبة (٤٣%)، وفي المرتبة الثالثة جاء الاتجاه السلبي نحو الديمقراطية بنسبة (٧,٥%)^(٢١٠).

وسعت دراسة (محمد هاشم & حسن الصيفي، ٢٠١٢م) إلى التعرف على الدور الذي تلعبه شبكة الإنترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعيّ المصريّ نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت جاء في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب الجامعيّ للحصول على المعلومات المتعلقة بمرشحي انتخابات الرئاسة المصرية والعملية الانتخابية، وكشفت نتائج الدراسة أن الإنترنت يلعب دوراً في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢م^(٢١١).

وهدفّت دراسة (ممدوح الحيطي، ٢٠١٢م) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعيّ في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصريّ في السنوات الأخيرة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعيّ أسهمت بدرجة كبيرة في التحولات السياسية التي شهدتها المجتمع المصريّ، حيث أتاحت فضاءً للتعبير عن الحركات والجماعات الاجتماعية والسياسية الاحتجاجية الجديدة مثل: "شباب ٦ أبريل"، و"حركة كفاية"، و"مجموعة كلنا خالد سعيد"، وأن شبكات التواصل الاجتماعيّ ساعدت على إحداث حالة حراك اجتماعي وسياسي على أرض الواقع في وقت سادت فيه روح الإحباط والتشاؤم بين جموع الشعب المصريّ من جراء استئثار الفساد على جميع الأصعدة^(٢١٢).

الاتجاه الخامس: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الاقتصادية والتنمية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.

ركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على التأثيرات الاقتصادية والتنمية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (أيمن بريك، ٢٠١٦م) التي هدفت إلى رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح. واستندت في بنائها النظري إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية ثراء الوسيلة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن قضايا النمو الاقتصادي جاءت في المرتبة الأولى بين قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يليها خفض معدلات البطالة، ثم قضايا الطاقة، يليها خفض معدلات الفقر، ثم التعليم، يليه قضايا التنمية التكنولوجية والتقنية، ثم الصحة، يليها إدارة الموارد المائية، ثم التحول من الاستهلاك إلى الإنتاج، يليه التنمية البيئية، ثم الصرف الصحي، يليه التنمية السياحية، ثم التغير المناخي، يليه التنمية الريفية، وأخيراً خفض النمو السكاني. وتبين أن درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لها على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى بدرجة متوسطة بنسبة ٥١,٦%، يليها بدرجة مرتفعة بنسبة ٣٤%، وأخيراً بدرجة منخفضة بنسبة ١٤,٤% (٢١٣).

وسعت دراسة (أحمد العميري، ٢٠١٧م) إلى التعرف على دور المواقع الإخبارية التلفزيونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصري. واعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية؛ حيث تبلغ ٨٨% مقسمة إلى ٥١,٨% من الشباب الجامعي يتابعونها بصفة دائمة، و ٣٦,٢% من الشباب الجامعي يتابعونها أحياناً، في حين وُجد أن ١٢% من عينة الدراسة من الشباب الجامعي نادراً ما يتابعون المواقع الإخبارية التلفزيونية، وتبين وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية التلفزيونية ومستوى معلوماتهم عن قضايا الاقتصاد المصري (٢١٤).

وهدف دراسة (لمياء سمير، ٢٠١٦م) إلى الوقوف على دور الإعلام التلفزيوني المصري في طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٤٤,٥% من الشباب نادراً ما يتعرضون للقضايا الاقتصادية بالقنوات التلفزيونية المصرية، بينما يتعرض لها أحياناً نسبة ٣٤,٨%، ويتعرض دائماً للقضايا الاقتصادية بالقنوات

التليفزيونية المصرية ٢٠,٧% من جملة المبحوثين، وتبيّن أنه كلما زاد مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية لدى الشباب زاد اعتمادهم على القنوات التليفزيونية في متابعة القضايا الاقتصادية^(٢١٥). وهدفت دراسة (عماد الدين عبدالعزيز، ٢٠١٧م) إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصريّ نحو دعم المشروعات القومية الكبرى عامة، ومشروع قناة السويس الجديدة على وجه الخصوص. واتخذت الدراسة من مدخل النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام إطاراً نظرياً لها. واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ٣٨٩ مفردة من الشباب المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين اتجاه المبحوثين نحو دعم المشروعات الاقتصادية وبين درجة تأثير الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعيّ؛ مما يعني أنه كلما زاد الاعتماد على هذه المواقع زاد الاتجاه نحو دعم المشروعات الاقتصادية المهمة^(٢١٦).

وسعت دراسة (مي محفوظ، ٢٠١٧م) إلى التعرف على دور حملات التسويق الاجتماعي في وسائل الإعلام الإلكترونية في تحفيز الشباب المصريّ على المشاركة المجتمعية. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على صحيفة تحليل مضمون لست حملاتٍ للتسويق الاجتماعيّ في المواقع التي تحظى بنسب تعرّض عالية من قبل الجماهير في وسائل الإعلام الإلكترونية، وأداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ حملة "معاً ضد الجوع" جاءت في الترتيب الأول للحملات الاجتماعية التي يتعرض لها أفراد العينة في وسائل الإعلام، يليها " الحملة القومية للتبرع بالدم"، ثم "تنمية الإنسان مهمتنا الأساسية"، يليها "الكفل قرية فقيرة في الصعيد"، ثم "وطي الوات"، وأخيراً "ساهم في إنقاذ قلب طفل"، وتبيّن وجود علاقة ارتباط بين مدى التعرض لحملات التسويق الاجتماعيّ وبين تحفيز الشباب لأهمية المشاركة المجتمعية^(٢١٧).

وهدفت دراسة (محمد الجبير، ٢٠١٥م) إلى الكشف عن مدى وجود علاقة بين تعرّض الشباب السعوديّ لموقع تويتر وتعزيز العمل التطوعيّ. واستندت الدراسة في إطارها النظريّ إلى نظرية رأس المال الاجتماعيّ. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها (١٧٦) مفردة من الشباب السعوديّ من مدينة الرياض. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع درجة استخدام الشباب السعوديّ لتويتر مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعيّ الأخرى، باستثناء واتس آب. وفيما يتعلق بدرجة متابعة الشباب السعوديّ للأنشطة التطوعية في موقع التواصل الاجتماعيّ تويتر فقد أظهرت النتائج أنّ المتابعة متوسطة، ورأت عينة الدراسة أنّ تويتر يعزز العمل التطوعيّ بدرجة كبيرة؛ حيث أشارت أنّ تويتر يعرّفهم على الأعمال التطوعية وأماكنها وأنشطتها، وأنّ تويتر يُعد الوسيلة المثلى في السعودية لنشر العمل التطوعيّ^(٢١٨).

وسعت دراسة (عزة جلال، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرّض طالبات الإعلام بجامعة أمّ القرى للحملات الإعلامية للجمعيات الخيرية السعودية على بعض القنوات الفضائية بثقافة

العمل التطوعي لديهم. واستندت الدراسة في بنائها النظريّ إلى نظرية الغرس الثقافيّ. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ١٢٠ مفردة من طالبات قسم الإعلام جامعة أم القرى. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ ٦٢,٥% من المبحوثين يشاهدون الحملات الإعلامية للجمعيات الخيرية السعودية المقدّمة على بعض القنوات الفضائية أحياناً، في حين أنّ ٣٣,٣% لا يشاهدونها، و٤,٢% يشاهدونها دائماً، وفيما يتعلق بمدى تأثير الحملات الإعلامية للجمعيات الخيرية المقدّمة على بعض القنوات الفضائية على مشاركة المبحوثين الإيجابية تجاه الجمعيات الخيرية في المجتمع، فقد جاءت متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة ٥٨,٣%، وتؤثر بدرجة كبيرة وبدرجة منخفضة بنسب متساوية في المرتبة الثانية ٢٠,٨% (٢١٩).

الاتجاه السادس: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات الأمنية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي ودورها في إدارة الأزمات والكوارث.

ركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربيّ على التأثيرات الأمنية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة ودورها في إدارة الأزمات والكوارث، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (ولاء الطاهر، ٢٠١٥م) التي هدفت إلى التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام الأمنيّ تجاه القضايا الأمنية والمشكلات الحياتية خاصة أوقات الأزمات والتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ومدى اعتماد الشباب على وسائله الإعلامية المختلفة للتصدي للشائعات والأكاذيب بما يساعد في تحقيق التواصل والاندماج مع كافة قضايا المجتمع. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واستندت في بنائها النظريّ إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والنظرية الوظيفية. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد الشباب بدرجة كبيرة تصل إلى أكثر من ٧٥% على وسائل الإعلام الأمنية لتحقيق الاستقرار والتصدي للشائعات والأكاذيب والتحقق منها. وأكدت النتائج على أنه كلما انتشرت الشائعات زاد اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الأمنية للتحقق منها (٢٢٠).

وسعت دراسة (أمنية عبدالرحمن، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرّض الشباب المصريّ لوسائل الإعلام الجديد ووعيهم بقضايا الأمن السياسيّ في مصر. واستندت الدراسة في إطارها النظريّ إلى نظريتين هما: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية المجال العام. وأشارت النتائج إلى أنّ الشباب المصريّ يفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ من بين وسائل الإعلام الجديد للتعرف على الأخبار والمعلومات المختلفة عن قضايا الأمن السياسيّ المصريّ (٢٢١).

وهدفّت دراسة (نسرین حسام الدين، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مستويات تعرّض الشباب الجامعيّ المصريّ للصحف المطبوعة والإلكترونية ومدى اعتمادهم عليها في الحصول على

المعلومات حول قضايا الأمن القومي، ومدى قدرة هذه الصحف على تضيق فجوة المعرفة بين مختلف فئات الشباب الجامعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب الجامعي للصحافة المطبوعة والإلكترونية واعتمادهم عليها ومستوى معرفتهم بقضايا الأمن القومي، كما تبين أن العلاقة بين كثافة استخدام الشباب الجامعي للصحف المطبوعة والإلكترونية ومستوى معرفتهم بقضايا الأمن القومي تتأثر بمتغيرات الاعتماد، ودرجة الاستغراق في القراءة، ودرجة الاهتمام بمتابعة قضايا الأمن القومي، وأهداف الاعتماد على هذه الصحف، وتقييم فاعلية دور الصحف في الحفاظ على الأمن القومي^(٢٢٢).

وسعت دراسة (رشا مزروع، ٢٠١٨م) إلى التعرف على أثر الملصق الإرشادي كأحد وسائل الإعلام التربوي في تعزيز الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية. واستندت الدراسة في بنائها النظري إلى نظرية التناظر المعرفي. واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي. واستخدمت الباحثة في جمع بيانات الدراسة أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٦٠ مفردة من طلاب المرحلة الثانوية من مدرسة ميت الخولي مؤمن الثانوية بالدقهلية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نصف العينة أجمعت على "الدور الكبير" الذي يقوم به الملصق الإرشادي في التصدي لتحديات الأمن الفكري في الترتيب الأول بنسبة ٥٠٪، تلاه في الترتيب الثاني فئة "دور محدود" بنسبة ٣٧,٥٪، بينما جاء في الترتيب الثالث والأخير "ليس له دور على الإطلاق" بنسبة ١٢,٥٪ من استجابات المبحوثين^(٢٢٣).

وهدف دراسة (رحاب محمد، ٢٠١٧م) إلى القياس التجريبي لأثر تعرض الشباب الجامعي للصورة الصحفية للصراعات العربية في الدول الأربع: سوريا واليمن والعراق وليبيا على استجاباتهم الوجدانية. واستندت في إطارها النظري إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. واعتمدت الدراسة على منهجين هما: المنهج التجريبي والمنهج المقارن. وسعت إلى التزاوج بين التحليل الكمي والكيفي من خلال تكامل الأدوات المستخدمة في جمع البيانات وهما: أداة الاستبيان ومجموعات النقاش المركزة. وأشارت نتائج الدراسة إلى تأثر المبحوثين بصور الصراعات التي عرضت عليهم، وأن الاستجابات الوجدانية السلبية كانت هي السائدة بعد تعرض المبحوثين لهذه الصور، وتصدّرت مشاعر الغضب هذه الاستجابات السلبية بما تضمنته من (شعورهم بالغضب لما يحدث لشعوب الدول العربية التي بها صراعات، وشعورهم بالكراهة لهذه الصراعات، والاشمئزاز منها؛ كون ثمنها يدفعه مواطنون ليس لهم ذنب في شيء، والإحباط لعدم تحسّن الأحوال في هذه الدول)، تلاها شعور المبحوثين بالحزن والكآبة من جرّاء ما يحدث لمواطنين أبرياء نتيجة هذه الصراعات، ثم مشاعر التعاطف مع هذه الشعوب والشفقة عليها، وكان هناك شعورٌ بالسعادة مصدره الرضا بأنّ بلادنا حماها الله من شرور هذه الصراعات، والفخر بأنّ هناك دولاً تساعد شقيقاتها على إنهاء هذه الصراعات^(٢٢٤).

وتناولت دراسة (آمال الغزاوي & دينا عرابي، ٢٠١٢م) دور وسائل الإعلام في إدارة الكوارث الطبيعية، وكذلك دورها في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو كارثة سيول جدة عام

٢٠١١م ومدى استفادة الشباب من المعلومات المقدّمة في وسائل الإعلام التقليدية، واعتمادهم عليها مقابل وسائل الإعلام الجديدة. وأظهرت نتائج الدراسة تفوق وسائل الإعلام الحديثة على وسائل الإعلام التقليدية كمصدر رئيس في اعتماد الشباب السعودي عليها عند حدوث الأزمات والكوارث الطبيعية بوجه عام، وكارثة سيول جدة عام ٢٠١١م بوجه خاص^(٢٢٥).

وهدفت دراسة (Nagwa El Gazzar, 2015) إلى مساعدة المهنيين في اتصال الأزمات على فهم إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الاستراتيجيات الاتصالية، من خلال الإجابة على تساؤلات: كيف يستقبل جمهور الشباب ويقرر ويشارك ويقيم المعلومات عن الأزمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية؟ واستندت الدراسة في بنائها النظري إلى نظرية الاتصال في موقف الأزمة، ونموذج الإعلام الاجتماعي للاتصال أثناء الأزمة. وتمّ جمع بيانات الدراسة من خلال استبيان إلكتروني تمّ تطبيقه على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب من طلاب كلية الآداب والعلوم جامعة قطر. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ ثقة المبحوثين في وسائل الإعلام التقليدية فاقت ثقتهم في وسائل الإعلام الجديدة^(٢٢٦).

وسعت دراسة (سلمان بن لبده، ٢٠١٧م) إلى التعرف على المصادر الإعلامية السياسية سواء التقليدية أو الحديثة التي يعتمد عليها الشباب السعودي في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمات. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب السعودي. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في جمع المعلومات عن قضايا المجتمع السعودي السياسية؛ مما كان له أثره في تشكيل الوعي السياسي لديهم، كما تبيّن ارتفاع التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى عينة الشباب السعودي نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية أكثر من الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة^(٢٢٧).

وهدفت دراسة (داليا عواد، ٢٠١٦م) إلى التعرف على بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين المصريين نحو تلك الأزمات. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٦٠٠ مفردة من الشباب الجامعي ممّن يعتمدون على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على الأخبار. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين تعرّض المبحوثين للمواقع الإخبارية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو هذه الأزمات، كما وُجدت علاقة ارتباطية بين معدلات تعرّض المراهقين للمواقع الإخبارية وتأثيرات الاعتماد عليها أوقات الأزمات (التأثيرات المعرفية - التأثيرات الوجدانية - التأثيرات السلوكية)^(٢٢٨).

وسعت دراسة (عمرو البدوي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على علاقة معالجة القنوات التلفزيونية الإقليمية لأزمات المجتمع المحلي باتجاهات المراهقين المصريين نحوها. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ القنوات

التلفزيونية الفضائية العربية الخاصة جاءت في مقدمة المصادر التي يحصل منها المبحوثون على الأخبار عن الأزمات والمشكلات التي تحدث في المجتمع المحلي بنسبة ١٩,٢%، يليها في الترتيب الثاني القنوات التلفزيونية الإقليمية بنسبة ١٦,٦% (٢٢٩).

وهدفَت دراسة (علي حسن، ٢٠١٦م) إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب السوريّ على البرامج الحوارية السياسية المقدمة في الفضائيات العربية ومدى تأثيرها عليهم أثناء الأزمات. واستندت في بنائها النظريّ إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. واعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب السوريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ النسبة الأكبر من الشباب السوريّ يعتمد على الإنترنت كمصدر أول في الحصول على معلوماته أثناء الأزمات، ويأتي التلفزيون في المرتبة الثانية، ثم الأصدقاء والمعارف في المرتبة الثالثة، يليها الصحف في المرتبة الرابعة، ثم الراديو في المرتبة الخامسة، وتبيّن أنّ النسبة الأكبر من الشباب السوريّ يتابعون البرامج الحوارية السياسية أثناء الأزمات بدرجة متوسطة (٢٣٠).

وسعت دراسة (أمل السيد، ٢٠١٤م) إلى الكشف عن آليات اعتماد الشباب علي شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها بطريقتين الأولى مقابلة المبحوثين والثانية من خلال تطبيق الاستبيان إلكترونياً علي مستخدمي هذه الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى استخدام مجموعات النقاش المركزة، وبلغ إجمالي مفردات العينة (٢٠٠) مبحوث من الشباب المصري، وأكدت نتائج الدراسة على أن اختيار مفردات العينة لشبكات التواصل الاجتماعي يحكمه عوامل ثلاثة هي مميزات الشبكة والهدف من استخدامها وطبيعة الموقف الاتصالي، وأن الشبكات الاجتماعية الوسيلة الملائمة في أوقات الأزمات بالنسبة للشباب (٢٣١).

وتناولت دراسة (فودة محمد، ٢٠١٤م) اعتماد الشباب البحريني على التلفزيون في الحصول على المعلومات حول الأزمات في مصر وأثره على اتجاهاتهم نحوها، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب البحريني، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب البحريني على التلفزيون في الحصول على المعلومات حول الأحداث في مصر وأثره على اتجاهاتهم نحو هذه الأحداث (٢٣٢).

الاتجاه السابع: الدراسات المرتبطة بالتأثيرات المعرفية والتوعوية والتعليمية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربيّ.

ركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربيّ على التأثيرات المعرفية والتوعوية والتعليمية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (إيمان فتحي،

٢٠١٦م) التي هدفت إلى التعرف على دور فيس بوك في نشر التنقيف الديني لدى الشباب الجامعي السعودي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور والإناث في مستوى التنقيف الديني عبر فيس بوك الدعوي لصالح الإناث (٢٣٣). وفي سياق متصل، سعت دراسة (أميرة محمد، ٢٠١٥م) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل استخدام المبحوثين سواء من المنتمين إلى فصيل سياسي ديني أو غير المنتمين لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والصفحات الدينية بصفة خاصة، وتبين ارتفاع معدل مساهمة الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى الثقافة الدينية للمبحوثين (٢٣٤). وهدفت دراسة (إبراهيم الخصاونة، ٢٠١٣م) إلى التعرف على دور إذاعة القرآن الكريم الأردنية في تنقيف طلبة الجامعات الأردنية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن دور إذاعة القرآن الكريم الأردنية في تنقيف الطلبة الجامعيين دينياً كان بدرجة متوسطة، وأتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس تجاه دور إذاعة القرآن الكريم الأردنية في تنقيف الطلبة الجامعيين دينياً (٢٣٥).

وسعت دراسة (نشوى الشلفاني، ٢٠١٠م) إلى الوقوف على دور القنوات الفضائية الدينية الإسلامية في تكوين الوعي الديني لدى الشباب المصري، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب المصري بمحافظة القاهرة، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الشباب المصري للقنوات الدينية ومدى تغير الاتجاه نحو قضايا معينة وكانت العلاقة الارتباطية طردية ضعيفة القوة (٢٣٦).

وهدفت دراسة (علاء الدين خليفة & محمد ربابعة، ٢٠١٨م) إلى التعرف على واقعية البرامج الحوارية الدينية وعلاقتها بالثقافة الدينية، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي العربي الدارسين في الجامعات الأردنية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الآثار المعرفية جاءت في الترتيب الأول كأحد أهم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على البرامج الحوارية الدينية يلبيها التأثيرات الوجدانية (٢٣٧).

وتناولت دراسة (محمد العربي، ٢٠١٤م) دور وسائل الإعلام المتاحة للشباب السعودي في تنقيفهم وتوعيتهم من مخاطر البدانة وزيادة الوزن والمشكلات الصحية المترتبة عليها وأسس التغذية والنشاط البدني. وأشارت نتائج الدراسة إلى احتلال القنوات التلفزيونية والإنترنت مكانة متقدمة لدى المبحوثين؛ وذلك من حيث اعتمادهم عليهما كمصادر للمعلومات الصحية، وتبين أن نسبة كبيرة من الشباب لديهم وعي متوسط عن مخاطر البدانة وأسس التغذية وأسس النشاط الرياضي (٢٣٨). وفي

سياق متصل، هدفت دراسة (إيمان فتحي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرّض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الإلكترونية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لديهن. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرّض طالبات الجامعة للمواقع الإلكترونية الصحية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية ومستوى المعرفة الصحية لديهن^(٢٣٩).

وسعت دراسة (سعيد النادي، ٢٠١٨م) إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات عن السلامة المرورية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة البرامج والنشرات المرورية في التلفزيون الأردني ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب، كما تبين وجود علاقة دالة إحصائياً بين الاعتماد على التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات السلامة المرورية ومستوى معلومات السلامة المرورية لدى الشباب^(٢٤٠).

وهدفّت دراسة (عبد الله الوزان، ٢٠١٥م) إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعيّ السعوديّ لوسائل الإعلام الجديد والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب الجامعيّ السعوديّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدام الشباب السعوديّ لها كانت كالتالي: تويتر في الترتيب الأول، ثم يوتيوب في الترتيب الثاني، ثم فيس بوك في الترتيب الثالث. كما أشارت النتائج إلى أنّ ١٨,٧% من أفراد العينة يرون أنّ تويتر يساهم دائماً في زيادة الوعي البيئيّ لدى طلاب الجامعة، ونسبة ٧٣,٣% منهم يرون أنه يساهم أحياناً، ونسبة ٨% يرون أنّ تويتر لا يساهم في زيادة الوعي البيئي^(٢٤١).

وسعت دراسة (إيمان فتحي، ٢٠١٣م) إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية في القنوات الفضائية في توعية الشباب الجامعيّ المصريّ بالقضايا المجتمعية. وأكدت نتائج الدراسة على تأثير الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية التي تتناول القضايا المجتمعية على المشاركة الإيجابية في المجتمع؛ حيث جاءت في المقدمة بنسبة ٦٤,٣%، تليها في المرتبة الثانية عدم تأثير الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية التي تتناول القضايا المجتمعية على المشاركة الإيجابية في المجتمع بنسبة ٣٥,٧%^(٢٤٢). وهدفت دراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠١٨م) إلى التعرف على دور الحملات الإعلامية في القنوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى تعرّض المبحوثين للحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية للتوعية بالمخدرات ومستوى الوعي لديهم^(٢٤٣).

وسعت دراسة (ياس خضير، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعيّ في تشكيل الوعي الاجتماعيّ في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعيّ

الإماراتي. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من طلاب جامعة عجمان. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه بالرغم من تفضيل الشباب لمواقع التواصل الاجتماعيّ والتعامل مع الإنترنت فإنّ وسائل الإعلام التقليدية لا يزال لها تأثير واضح على الشباب وخاصة التلفزيون، حيث احتلت وسائل الإعلام التقليدية المرتبة الأولى بنسبة ٤٤,٢% من ناحية فاعليتها في زيادة الوعي الاجتماعيّ، بينما جاءت وسائل التواصل الاجتماعيّ في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٨%؛ وهذا يعني أنّ وسائل الإعلام التقليدية لا يزال لها تأثير واضح على الشباب لمتابعهم المستمرة للبرامج التلفزيونية لإشباع حاجاتهم، كما أكد الشباب على تأثير مواقع التواصل الاجتماعيّ على الوعي الاجتماعيّ في موضوع مواجهة الشغب والجريمة الرياضية^(٢٤٤). وفي سياق متصل، تناولت دراسة (فيصل الملا، ٢٠١٨م) دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الوعي الرياضيّ بين الشباب الجامعيّ في مملكة البحرين. وأظهرت نتائج الدراسة أنّ مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية تحظى باهتمام كبير من قبل الشباب الجامعيّ البحرينيّ، وأنّ مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية لها دور إيجابيّ في نشر الوعي الرياضيّ بين الشباب الجامعيّ، وتبيّن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات أفراد عينة الدراسة لدور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الوعي الرياضيّ بين الشباب الجامعيّ تُعزى إلى متغير الجنس، والجامعة، ونوع الكلية، بينما لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى لمتغير السنة الدراسية^(٢٤٥).

وسعت دراسة (إيمان فتحي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في توعية الشباب السعودي بكيفية مواجهة الحملات المضادة للمملكة العربية السعودية. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعة أمّ القرى. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ نسبة ٥٢% من أفراد العينة يتابعون الحملات الإعلامية المضادة للمملكة العربية السعودية على مواقع التواصل الاجتماعيّ، في مقابل ٤٨% لا يتابعونها، وجاءت حملة "إسقاط الولاية" في مقدمة الحملات الإعلامية المضادة للمملكة العربية السعودية التي عرضتها مواقع التواصل الاجتماعيّ، بينما جاءت في المرتبة الثانية "حملات إيران ضد المملكة"، وجاءت في المرتبة الثالثة "حملات الغرب ضد عاصفة الحزم"، وجاء إعداد خطة استراتيجية من الجهات الرسمية لاستغلال مواقع التواصل الاجتماعيّ الرسمية لزيادة التوعية بين الشباب في مقدمة مقترحات أفراد العينة لتحسين دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في التوعية بكيفية مواجهة الحملات الإعلامية المضادة للمملكة^(٢٤٦).

وهدفت دراسة (يسري حيق، ٢٠١٥م) إلى رصد وتحليل طبيعة الدور الذي تقوم به منظمات المجتمع المدني من خلال تنمية الوعي لدى الشباب الجامعيّ المصريّ بحقوقه، وتوضيح أنشطة المجتمع المدنيّ من خلال معالجة الصحف. واعتمد الباحث في جمع البيانات على صحيفة تحليل مضمون لعينة من الصحف المصرية، وأداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب. وأشارت نتائج الدراسة إلى اهتمام الشباب الجامعيّ بالقضايا الحقوقية وربّتها عينة الدراسة وفقاً لأهميتها على النحو التالي: "حرية التعبير" بنسبة ٢٩,٥%، "الحق في الشعور بالأمان"

بنسبة ٢٤,٨%، ثم "الحق في المشاركة السياسية" بنسبة ٢٢,٢%، ثم "الحق في حرية الدين والاعتقاد" بنسبة ١٧,٥% (٢٤٧).

وهدفت دراسة (إيمان محمد ٢٠١٢م) إلى استكشاف المعرفة الإعلامية لدى الشباب الجامعي المصري بوصفها مناعة ذاتية لهؤلاء الطلاب أمام الرسائل الإعلامية المعاصرة، وذلك من خلال رصد وتحليل مقارن بين معارف ومهارات طلاب الكليات الإعلامية المتخصصة وغيرهم من الطلاب في التخصصات العلمية الأخرى ومدى مواءمتها للتفاعل الواعي مع هذا المد الإعلامي المعاصر وتحديد سمات استهلاكهم لوسائل الإعلام، وإلى أي مدى يدركون أهمية الإعلام ودوره في بناء وتطوير حياتهم الخاصة، وإلى أي مدى يمتلكون القدرة على المشاركة بفاعلية في العملية الاتصالية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق جوهرية بين المبحوثين الحاصلين على تدريبات المعرفة الإعلامية وأقرانهم من المبحوثين غير الحاصلين على هذه التدريبات من الكليات والتخصصات العلمية الأخرى فيما يتعلق بالقدرة على الوصول إلى رسائل وسائل الإعلام والاختيار الواعي للمنتجات الإعلامية، والاستخدام المتوازن لوسائل الإعلام والاستخدام المتقدم لتطبيقاتها (٢٤٨).

وركزت دراسة (سماح الشهاوي، ٢٠١٦م) على اختبار العملية المعرفية الخاصة بالإدراك والتذكر من خلال الإنفوجراف، والتعرف على الفروق في مستوى المعرفة عند استخدام إنفوجراف تفاعلي وغير تفاعلي. واعتمدت الدراسة في بنائها النظري على نموذج التفاعلية ونظرية تمثيل المعلومات. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات التجريبية. وأكدت نتائج الدراسة على التأثير الإيجابي للإنفوجراف التفاعلي على العمليات المعرفية المتمثلة في التذكر الدقيق والإدراك (٢٤٩).

وهدفت دراسة (نيللي العمروسي & عبير آل مداوي، ٢٠١٦م) إلى الكشف عن مدى معرفة الطالبات السعوديات بجامعة الملك خالد بأبها بمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على اتجاهاتهن نحوها: فيس بوك، تويتر، المدونات. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هذه المواقع تجعل الفرد أكثر حرية في التعبير عن آرائه، وأنها تشكل مصدراً لوصولهن إلى الأخبار الاجتماعية والأكاديمية بسرعة وتساعدن على تبادل الآراء والأفكار. كما كشفت النتائج عن وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات اتجاهات طالبات جامعة الملك خالد نحو مواقع التواصل الاجتماعي في كل من المجال الأكاديمي والفكري تعزى لمتغيري العمر، والمستوى الدراسي (٢٥٠).

وسعت دراسة (فوزية العلي، ٢٠١٦م) إلى التعرف على واقع اتجاه الطلاب الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط تعليمية. وكشفت نتائج الدراسة عن التعرض المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت من قبل طلبة الإعلام في مقابل تراجع تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية، وعدد الطلاب مزايا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وجاء في المرتبة الأولى تجدد الأخبار والمعلومات والآراء أولاً بأول، يليها أنها تتفوق على وسائل الاتصال التقليدية في مجال خلق روابط وعلاقات اجتماعية، يليها أنها أقرب الوسائل للتفاعل والنقاش والحوار بين المستخدمين،

وفي المرتبة الرابعة أنها تساعد في مراقبة ومتابعة اهتمامات الآخرين، وفي المرتبة الخامسة أنها تمثل منبراً لمن لا يستطيع أن يجد له مكاناً للتعبير في وسائل الإعلام التقليدية، وفي المرتبة السادسة توظيفها لعدة أدوات من نصوص وصور وفيديوهات وغيرها، وفي المرتبة السابعة أنها تساعد في خلق تجمعات متجانسة من ذوي الاهتمامات المشتركة (٢٥١).

وركزت دراسة (جيلان عبد الرازق، ٢٠١١م) على مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ١٨٠ مبحوثاً من طلاب الجامعات المصرية ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة بين معدل تعرض الشباب لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الذات لديهم (٢٥٢).

وهدفَت دراسة (abdul-Karim Ziani & Mokhtar Elareshi, 2018) إلى التعرف على تأثيرات تفاعلات الدارسين على مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي بالتطبيق على جروب المكتبة الإعلامية المفتوحة على فيس بوك، وتحليل اتجاهات الدارسين والموضوعات المفضلة لديهم والإشباع المتحققة لهم من استخدامهم لفيس بوك. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يستخدمون فيس بوك للاتصال والتعاون ومشاركة المصادر والتواصل الثقافي وتكوين العلاقات واكتساب الخبرات والفضول والترفيه والهروب، وبالرغم من ذلك فغالبية أفراد العينة لا يتقنون في المعلومات التي يحصلون عليها من خلال فيس بوك (٢٥٣).

وسعت دراسة (جيهان سيد، ٢٠١٤م) إلى رصد وتحليل تأثيرات فيس بوك على الأداء الدراسي لطلاب الجامعات المصرية. واتفقت الدراسة مع النتائج التي توصلت إليها معظم الدراسات التي تناولت تأثيرات استخدام فيس بوك على الأداء الأكاديمي للطلاب، والتي ذهبت إلى أن فيس بوك له العديد من التأثيرات السلبية على الأداء الأكاديمي والدراسي للطلاب، والتي تمثلت في تدني مستوى الأداء الدراسي المتمثل في التقدير الدراسي الحاصل عليه الطالب؛ وهو ما جاء كنتيجة لعدد من التأثيرات السلبية الأخرى كضياع الوقت المخصص للمذاكرة والتشتت في العديد من الأنشطة التي يتيحها استخدام فيس بوك والجدال في الموضوعات المختلفة التي يتناقشون حولها ونسيان الموضوعات الدراسية وسط هذا الزخم الاتصالي والإعلامي والاجتماعي (٢٥٤).

وهدفَت دراسة (Jad Melki, 2015) إلى التعرف على كيفية تطوير المعرفة الرقمية والإعلامية في المناهج العربية من خلال فهم استخدامات الشباب العربي للإعلام. وأكدت الدراسة على الدور المؤثر لوسائل الإعلام الرقمية وتأثيرها البارز في الانتفاضات والتغيير السياسي في البلاد العربية ومراقبة الحكومة؛ مما يثير الاهتمام بشكل متجدد بأبحاث الجمهور العربي، وضرورة محو الأمية الرقمية، والتوصل بصورة دقيقة لنتائج تحدد طريقة استخدام وسائل الإعلام من قبل الجمهور خاصة الشباب العربي؛ بهدف تعريف وتطوير مناهج لمحو الأمية الرقمية والإعلامية. ولقد شملت

الدراسة على عينة مقدارها ٢٥٥٤ مبحوثاً من الشباب العربي. وتمّ مقارنة استخداماتهم الإعلامية وفق متغيرات مختلفة مثل: الدخل والفئة العمرية ومستويات التعليم، وتشير النتائج إلى انخفاض مستويات محو الأمية الرقمية في وسائل الإعلام، واستخدام وسائل الإعلام للنشاط السياسي وتراجع الخوف من المراقبة الحكومية ومخاطر الخصوصية (٢٥٥).

وسعت دراسة (خيرت عياد، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين معدل استخدام طلبة الجامعات للهاتف المحمول كوسيلة اتصال من جانب، ومؤشرات الأداء الأكاديمي لهم من جانب آخر بالتطبيق على الجامعات الإماراتية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أكثر استخدامات طلبة الجامعة للهاتف المحمول هي: الدخول لوسائل التواصل الاجتماعي، وتصفح الإنترنت، وإجراء المكالمات التليفونية، ومشاهدة أفلام الفيديو، والاستماع للموسيقى. وأوضحت النتائج أيضاً أنّ الدوافع الاجتماعية والمعرفية كانت هي الدوافع الأكثر بروزاً في استخدام طلبة الجامعة للهاتف المحمول؛ فهم يستخدمون الهاتف للتواصل الاجتماعي مع الزملاء والأصدقاء والحصول على معلومات من مواقع الإنترنت ولقضاء وقت الفراغ، ولمتابعة أهمّ الأحداث في العالم أولاً بأول، وتبيّن وجود علاقة عكسية قوية بين معدل استخدام طلبة الجامعة للهاتف المحمول من جانب ومعدلاتهم الأكاديمية من جانب آخر (٢٥٦).

وتناولت دراسة (صباح الخيشني، ٢٠١٨م) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الطلابية لطلبة كلية الإعلام بجامعة صنعاء. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ موقع فيس بوك احتلّ الترتيب الأول من حيث استخدام أفراد العينة، يليه واتس آب، وكانت أكثر الأنشطة التي يتابعها المبحوثون هي معرفة مواعيد المحاضرات والامتحانات، ثم النقاش حول بعض الاهتمامات الخاصة بالدفع (٢٥٧).

وهدفّت دراسة (حسن منصور، ٢٠١٧م) إلى التعرف على دوافع الاستخدام ومستوى اعتماد طلاب الجامعة على شبكات التواصل لأهداف مختلفة، بالتطبيق على مجتمعين مختلفين في الظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية، هما: السعودية واليمن. وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم قبول الفرض القائل بأنّ متغير (استقرار المجتمع) يؤثر على درجة اعتماد الطلاب على شبكات التواصل كمصدر إخباري أو تعليمي، وجاءت الدوافع النفعية في مقدمة الدوافع لاستخدام الشبكات الاجتماعية، وخاصة دافع (التواصل مع الآخرين)، تليها الدوافع الطقوسية مثل: التسلية والترفيه، وكان مستوى اعتماد الشباب الجامعي على الشبكات كمصدر إخباري أعلى من مستوى الاعتماد عليها كمصدر تعليمي، وكانت تأثيرات الاعتماد في الحالتين (الإخبارية والتعليمية) معرفية في المقام الأول، تليها التأثيرات السلوكية، ثم التأثيرات الوجدانية (٢٥٨).

وسعت دراسة (وفاق بركع، ٢٠١٧م) إلى التعرف على دور تصفّح المواقع الإلكترونية في تدني المستوى العلمي لطلبة الجامعات العراقية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أكثر المواقع التي يستخدمها ويتصفحها الطلبة بشكل يومي هي مواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت على أنّ تصفّح

المواقع الإلكترونية على اختلاف أنواعها لوقت طويل يؤثر بشكل سلبي على إنجاز الفروض الدراسية، كما أن قضاء وقت طويل أمام شاشات المحمول أو الحاسوب يؤدي إلى ضيق الوقت المخصص لإنجاز الفروض والإرهاق وهو كفيلاً بتدني مستوى الطالب العلمي^(٢٥٩).

وهدفَت دراسة (دينا يحيى، ٢٠١٥م) إلى تقييم الأداء المهني لبرامج التوك شو من خلال رصد القدرات التقويمية لدى الطلاب الدارسين بكلّيات وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية، من خلال تحديد مجموعة من المعايير التي تحدّدت وفقاً لمجموعة من القواعد الأكاديمية الإعلامية، وبالاستناد إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية كأداة لتقويم برامج التوك شو التلفزيونية؛ وذلك بهدف محاولة وضع القواعد الأكاديمية النظرية موضع التطبيق العملي في مجال التقييم وتحديد الإيجابيات والسلبيات وفقاً لمعايير علمية محددة. وأشارت نتائج الدراسة إلى وعي طلاب الإعلام ببعض معايير التقويم، حيث اتفقت رؤيتهم مع نتائج بعض الدراسات، بينما وجّهت بعض النتائج الانتباه إلى عدم وعي الطلاب بأهمية بعض المقومات الرئيسة في العمل الإعلامي والحوار التلفزيوني مثل عدم إدراك تأثير عامل إجادة اللغة في الأداء الإعلامي؛ الأمر الذي يستوجب توجية المزيد من الاهتمام باللغة العربية ومستوياتها الملائمة للأداء الإعلامي السليم^(٢٦٠).

وسعت دراسة (عبد القادر معروف، ٢٠١٤م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرّض طلبة الجامعة العراقية للقنوات الفضائية التلفزيونية وتأثيرها على سلوكهم وأدائهم الدراسي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين التعرض للقنوات الفضائية التلفزيونية والتأثير على مستوى التحصيل الدراسي للمبحوثين، حيث ظهر تأثير سلبي لدى الغالبية منهم^(٢٦١).

وهدفَت دراسة (ريم المطيري، ٢٠١٧م) إلى رصد مدى التماس الشباب الجامعي السعودي للمعلومات من خلال المواقع الإلكترونية للجامعات وانعكاساتها على تشكيل صورة المؤسسة لديهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدامات الشباب الجامعي السعودي لموقع الجامعة كان لمعرفة نتائجهم الدراسية في المرتبة الأولى، تلاها تسجيل موادهم الدراسية، وجاء في المرتبة الثالثة للتعرف على مواعيد الاختبارات الفصلية والنهائية، وتبيّن أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الشباب الجامعي السعودي لموقع الجامعة الإلكتروني في الحصول على معلومات عن الجامعة والدراسة واتجاهاته نحو الجامعة^(٢٦٢).

وتناولت دراسة (دعاء سالم، ٢٠١٦م) دور شبكات التواصل الاجتماعي في إكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات التعلم الذاتي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تعرّض طلاب الإعلام التربوي لشبكات التواصل الاجتماعي واكتساب مهارات التعلم الذاتي^(٢٦٣).

وسعت دراسة (حسان بصفر، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي الجديد في نشر وتشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين السعوديين للتعليم القرآني، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على

أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ١٢٧٥ مبحوثاً، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود دور واضح لمصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الإلكترونية في تشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين التعليمية كالهئية العالمية لتحفيظ القرآن وجميعيات تحفيظ القرآن الكريم، والخبراء المتخصصين في نشر التعليم القرآني بوسائل الإعلام الرقمي (٢٦٤).

وهدفَت دراسة (وليد النجار، ٢٠١٦م) إلى التعرف على علاقة الإعلام الجديد بدرجة الرضا التعليمي لدى طلاب الإعلام بالجامعات المصرية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات الحكومية، وطلاب الجامعات الخاصة في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، واختلاف أوجه الإفادة في الحصول على المعلومات التعليمية (٢٦٥).

وسعت دراسة (نادية عبد الحافظ، ٢٠١٥م) إلى التعرف على تأثير تعرُّض الشباب الجامعي للمواد البصرية على الانتباه والإدراك والتذكر لتلك المواد. وتعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظريتي تمثيل المعلومات والتعلم بالاستبصار. وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية بعد التعرض للأخبار بدون مواد مصورة والمجموعة التجريبية بعد التعرض للأخبار بمواد مصورة في تذكر المعلومات التي وردت بالصفحة، لصالح المجموعة التي تعرَّضت للأخبار بمواد مصورة (٢٦٦).

وهدفَت دراسة (منال المزاهرة، ٢٠١٣م) إلى التعرف على واقع تصفُّح واستخدام طلاب الصحافة والإعلام في جامعة البتراء للمواقع الإلكترونية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تصفُّح طلاب الصحافة والإعلام للمواقع الإلكترونية يؤثر على تحصيلهم الدراسي، كما يؤثر على علاقاتهم الاجتماعية (٢٦٧).

وتناولت دراسة (انتصار سالم، ٢٠١٥م) الدور الذي تؤديه الصحافة المدرسية في تلبية احتياجات طلاب المرحلة الثانوية وقياس اتجاهات الطلاب نحو تقييم الصحافة المدرسية كنشاط إعلامي مدرسي. وأكد ٧٠ % من المبحوثين أن دور الصحف المدرسية مهم جداً كنشاط إعلامي مدرسي، بينما رأي ٣٠ % من المبحوثين أن هذا الدور مهم إلى حد ما (٢٦٨).

وهدفَت دراسة (غادة اليماني، ٢٠١٥م) إلى التعرف على التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية في المواقع الإخبارية. ورصدت الدراسة وجود علاقات دالة إحصائية بين التعرض لمقاطع الفيديو المصاحبة للأحداث الإرهابية في المواقع الإخبارية موضع الدراسة (بوابة الأهرام - فيديو ٧ - الوفد نيوز) وتذكر المعلومات واسترجاعها لدى طلاب الصحافة (٢٦٩).

وسعت دراسة (إيناس محمود، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين دور جشطالتيه الكاريكاتير وتداول الكاريكاتير عبر موقع فيس بوك، واكتساب المراهقين بعض القدرات الإبداعية. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على صحيفة تحليل مضمون، وأداة استبيان تم تطبيقها على عينة

قوامها ٣٤١ مفردة من الطلاب المصريين. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ كلاً من الشكل والمضمون له دور في إيضاح المعنى ككلٍّ متكامل، وهو ما يُطلق عليه جشطالتية الكاريكاتير، وكان له دور في تداول المراهقين له عبر فيس بوك، وأنَّ تداول المراهقين عينة الدراسة للكاريكاتير على فيس بوك كان له دور في اكتساب بعض القدرات الإبداعية وهي أربعة: الأصالة والمرونة والإحساس بالمشكلات والطلاقة (٢٧٠).

وهدف دراسة (جيلان حمزة، ٢٠١٠م) إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشويه اللغة المنطوقة لدى الشباب الجامعي، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن شباب الجامعات بالمحافظات الحضرية أكثر استخداماً للألفاظ المستحدثة من طلاب الوجه البحري وهم بدورهم أكثر استخداماً لهذه الألفاظ من طلاب الوجه القبلي (٢٧١).

وتناولت دراسة (سكرة البريدي، ٢٠١٧م) واقع استخدام طلاب المرحلة الثانوية للمواقع الالكترونية المدرسية ودورها في تحقيق التوافق الأكاديمي، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه كلما زادت درجة مشاركة الطلاب في هذه المواقع زاد التوافق الأكاديمي (٢٧٢).

وهدف دراسة (دربي عبد الله، ٢٠١٧م) إلى التعرف على فاعلية استخدام طلاب وطالبات كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بجودة العملية التعليمية، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث، وأشارت نتائج الدراسة إلى تفوق أفراد العينة بمرحلة الدراسات العليا بالمشاركة في مناقشة ما يلفت انتباههم ويحوز اهتمامهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مرحلة البكالوريوس (٢٧٣).

الاتجاه الثامن: الدراسات المرتبطة بدور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في بناء مدركات الشباب العربي وتشكيل اتجاهاتهم والصور الذهنية لديهم.

ركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في بناء المدركات وتشكيل الاتجاهات والصور الذهنية، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (نهي العبد، ٢٠١٥م) التي هدفت إلى تحليل الخطاب الديني الإسلامي والمسيحي المُقدَّم من خلال مواقع الإنترنت نحو القضايا المختلفة ودوره في تصدير صورة عن الآخر. وأظهرت نتائج الدراسة الأهمية المتزايدة للمواقع الدينية على الإنترنت في مقابل البرامج الدينية الإذاعية والتلفزيونية؛ مما يؤكد على خطورة الدور الذي تلعبه هذه المواقع التي لا تخضع لنفس القدر من المراجعة والتدقيق الذي تتمتع به البرامج الدينية، حيث إنها تعمل تحت مظلة مؤسسات إعلامية لها

محدداتها، وهو سلاح ذو حدين، حيث إنها يمكن أن تنتشر الكثير من الأفكار الهدامة؛ مما يؤثر على السلم الاجتماعي بين فئات المجتمع المختلفة (٢٧٤).

وتناولت دراسة (إيمان مقلد، ٢٠١٥م) صورة الواقع السياسي المصري قبل ثورة ٢٥ يناير في المسلسلات التلفزيونية واتجاهات طلاب الجامعات نحو هذه الصورة. وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٣٦% من المبحوثين يشاهدون المسلسلات التلفزيونية المصرية بصفة منتظمة، بينما يشاهدها ٦٤% منهم أحياناً، وتمثلت أبرز القضايا التي تعكس الواقع السياسي المصري قبل ثورة ٢٥ يناير من وجهة نظر المبحوثين في (الفساد) في المقدمة بنسبة ٨٥%، ثم (التزاوج بين المال والسلطة) في المرتبة الثانية بنسبة ٦٢%، ثم (ضعف الأحزاب في مواجهة الحزب الوطني) في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٩%، ثم (الانتخابات البرلمانية) في المرتبة الرابعة بنسبة ٤١% (٢٧٥).

وسعت دراسة (ناصر عبد الفتاح، ٢٠١٣م) إلى التعرف على مدى إدراك شباب الجامعات لصورة مصر بعد ثورة ٢٥ يناير كما تعكسها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الغرس الثقافي، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٥٠٠ مبحوث من طلاب الجامعات المصرية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن جميع أفراد العينة يدركون صورة مصر المقدمة في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية و٦٦,٦% منهم يفضلون مناقشة ما يتعرضون لمشاهدته من أحداث متعلقة بصورة مصر في هذه البرامج مع أصدقائهم وزملائهم (٢٧٦).

وهدفَت دراسة (نهى العبد، ٢٠١٤م) إلى التعرف على تأثيرات صورة الأسرة في المسلسلات العربية والتركية على الشباب العربي. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من الشباب العربي من منطقة وادي النيل والخليج العربي والشرق العربي والمغرب العربي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن جميع المبحوثين يشاهدون المسلسلات بشكل عام، وتوزعت درجات المشاهدة على ثلاث درجات: المشاهدة دائماً ٣٢,٥%، والمشاهدة أحياناً ٤٨,٣%، والمشاهدة نادراً ١٩,٣%، وتبين وجود فروق بين المبحوثين في المناطق الجغرافية المختلفة في معدلات مشاهدة المسلسلات، كما تبين وجود علاقة ارتباطية بين التعرض للمسلسلات العربية والتركية واكتساب المعايير السلوكية (٢٧٧).

وسعت دراسة (داليا المتبولي، ٢٠١٤م) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الأفلام والمسلسلات المصرية التي تقدّمها القنوات الفضائية العربية في تكوين صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الشباب السعودي. وأشارت نتائج الدراسة أن أهم ما يميز المصريين من وجهة نظر الشباب السعودي خفة دمهم بنسبة ٦٨%، وأن أهم ما يميز مصر كدولة عن السعودية هي السياحة والآثار بنسبة ٥٠,٨%، والبساطة بنسبة ٢٩,٧%، في حين جاءت آراؤهم عن أهم ما يميز السعودية عن مصر هو تمسكها بالشريعة بنسبة ٤٦,٩%، ووجود الحرمين بنسبة ١٧,٩% (٢٧٨).

وهدفَت دراسة (محمد الفقيه، ٢٠١٧م) إلى التعرف على دور التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات في تشكيل صورة الجامعات الخاصة لدى طلابها في اليمن. وأشارت نتائج الدراسة إلى تصدر مواقع التواصل الاجتماعي مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الطلاب في الحصول على المعلومات حول الجامعات الخاصة، يليها المواقع الإلكترونية، ثم الأسرة والأصدقاء، واحتلت جامعة العلوم والتكنولوجيا المرتبة الأولى كأفضل جامعة يمنية من وجهة نظر الطلاب، يليها الجامعة اللبنانية، ثم جامعة أزال للعلوم والتكنولوجيا (٢٧٩).

وسعت دراسة (نوران عثمان، ٢٠١٥م) إلى التعرف على العلاقة بين تجسيد الشخصيات الدينية في الدراما الإيرانية، وتشكيل الصورة الذهنية عنهم لدى المراهقين. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الدراما الدينية جاءت في مقدمة نوعية الأفلام والمسلسلات الإيرانية التي يفضلها المبحوثون بالقنوات الفضائية بنسبة ٥٨,٦%، وتبين أن ٦٣,٤% من المبحوثين لا يتقبلون الصورة التي جسدت بها الشخصيات الدينية في الدراما الإيرانية، بينما ٣١,٦% يتقبلونها أحياناً، في حين أن ٥,١% منهم يتقبلونها دائماً. كما اتضح أن ٧٢,٢% من المبحوثين لا يعتقدون أن الشخصيات الدينية المقدمة في الدراما الإيرانية هي شخصيات قريبة من الشخصيات الحقيقية، بينما ٢٢,٥% منهم محايدون، وفي المقابل نجد ٥,٣% يعتقدون أن الشخصيات الدينية المقدمة في الدراما الإيرانية هي شخصيات قريبة من الشخصيات الحقيقية (٢٨٠).

وهدفَت دراسة (رانبا خضري، ٢٠١٦م) إلى رصد العلاقة بين طبيعة المعالجة الفنية لنموذج البطيحي في أفلام السينما المصرية التي أنتجت بعد ثورة ٢٥ يناير وانعكاسها على اتجاهات المراهقين والشباب المصريين نحو نموذج البطيحي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المعالجة الفنية للأفلام السينمائية قدّمت نموذج البطيحي في صورة البطل الشجاع القويّ خفيف الظلّ الذي يأخذ حقه في الحياة بيديه ويعاقب من يعتدي عليه، متغافلاً سلطة القانون، وهو شخص غارق في ملذات الجنس والخمر، ولم تقدم المعالجة الفنية تعزيزاً لسلوكيات النموذج إلا في حالة نموذج البطيحي الذي اتخذ البطيحي سبيلاً للدفاع عن نفسه، بينما جاءت التأثيرات المانعة في الأفلام التي تمثل عقاب النموذج متأخرة؛ وهو ما يتيح فرصة للتعليم الاجتماعي من النموذج (٢٨١).

وسعت دراسة (محمد طاحون، ٢٠١٧م) إلى التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة في مشاهد العنف في الأفلام المصرية وعلاقتها بصورة المجرم لدى الشباب المصري، وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٨٠ مفردة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٤٢,٧% من إجمالي المبحوثين يشاهدون الأفلام التي تعرض مشاهد العنف غالباً، ونسبة ٣٨,٥% يشاهدونها أحياناً، في مقابل نسبة ١٨,٨% يشاهدونها نادراً، وفيما يتعلق بصورة المجرم المقدمة في الأفلام يرى ٢٢,٩% أنه صاحب حق، و ٢٠% يروونه شجاعاً، و ١٩,٨% يروونه بطيحياً و ١٨,٨% يروونه ضحية، و ١٨,٥% يروونه بطلاً (٢٨٢).

وهدفت دراسة (محمد عبود، ٢٠١٧م) إلى رصد وتحليل آراء واتجاهات الشباب الجامعيّ نحو صورة المريض النفسيّ المقدمة في المسلسلات التلفزيونية المصرية. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعيّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ جميع أفراد العينة يحرصون على متابعة الأعمال الدرامية التي تناوَلت صورة المريض النفسيّ، ولكن بنسب متفاوتة، وتأسّمت غالبية اتجاهات الشباب الجامعيّ نحو الصورة الإعلامية للمريض النفسي بالحيادية بنسبة ٦٣%، في حين بلغت نسبة الاتجاهات السلبية ٣٠,٨%، أمّا الاتجاهات الإيجابية فقد بلغت ٦,٢% (٢٨٣).

وركزت دراسة (سهير عثمان، ٢٠١٨م) على تأثير حرية تدفق المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعيّ على صورة الذات لدى الشباب المصريّ ومدرّكاتهم حول واقعهم السياسيّ والاجتماعيّ. وكشفت الدراسة عن ملامح الواقع السياسيّ المصريّ الذي تقدّمه شبكات التواصل الاجتماعيّ، باعتباره واقعاً مرتبكاً، وهو أمر يعكسه انعدام الشفافية من قِبل النظام المصريّ، وتراجع مستوى الحريات، كما كشفت عن ملامح الواقع الاجتماعيّ الذي تقدّمه شبكات التواصل الاجتماعيّ، والذي تمثّل في زيادة معدلات الفقر، وهو أيضاً أمر يعكسه تراجع مستوى الخدمات المقدّمة للمواطن المصريّ والارتفاع المستمر في أسعار السلع الأساسية (٢٨٤).

وتناولت دراسة (أماني ألبرت & بسنت محمد، ٢٠١٢م) صورة الثورة كما تعكسها أغاني الفيديو كليب الوطنية وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى الشباب المصريّ. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب الجامعيّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة من يشاهدون الأغاني الوطنية المصوّرة التي عُرضت بعد ثورة ٢٥ يناير حيث كانت نسبتهم (٨٨%)، مقابل (١٢%) لا يشاهدونها، واتفق أكثر من نصف العينة على أنّ هذه الأغاني نجحت في رسم صورة ذهنية حقيقية عن الثورة بنسبة (٦٨,٢%)، مقابل (٣١,٨%) لم يوافقوا على ذلك (٢٨٥).

وهدفت دراسة (خالد الصوفي، ٢٠١٢م) إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للحكام العرب لدى الشباب اليمنيّ بعد ثورات الربيع العربيّ. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب اليمنيّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى فقدان الثقة لدى جمهور الشباب اليمنيّ بوسائل الإعلام الحكومية بمختلف أنواعها. وخلصت الدراسة إلى أنّ الصورة العامة للحكام العرب لدى الشباب اليمنيّ تتسم بالسلبية بنسبة (٧٠,٧%)، بينما جاءت الاتجاهات الإيجابية بنسبة (١٠,٤%)، وكانت الاتجاهات المحايدة بنسبة (١٨,٩%) (٢٨٦).

وتناولت دراسة (رجاء الغمراوي & بسنت محمد، ٢٠١٢م) التعرض للبرامج الحوارية ودورها في تكوين صورة ذهنية عن الأحزاب الدينية لدى الشباب الجامعيّ بعد ثورة ٢٥ يناير. وأشارت نتائج الدراسة إلى ظهور رجال الدين بكثافة داخل البرامج الحوارية وتطرقهم إلى قضايا غير أساسية، والاعتماد على عدد محدود منهم؛ وهو ما أدّى إلى اتخاذ موقف سلبيّ تجاههم. وتمثّلت أهمّ

التأثيرات الناتجة عن مشاهدة البرامج الحوارية للأحزاب الدينية لدى الشباب الجامعي في أنهم تعرّفوا على أفكارهم بشكل جيد، وأصبح لديهم رؤية واضحة عما يدور في عقولهم (٢٨٧).

وهدفت دراسة (رباب حسين، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين معالجة الأفلام السينمائية المصرية والأمريكية والبريطانية واليابانية والكورية لموضوعات الباراسيكولوجي ومفاهيم الشباب المصري نحو السلوك البشري. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة مشاهدة الأفلام الباراسيكولوجية ٧٢,٦%، وهو ما يعكس أهمية هذه الأفلام، حيث إنها من الممكن أن تؤثر على مفاهيم الشباب نحو السلوك البشري وما هو مقبول أو غير مقبول اجتماعيًا، وتبيّن وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيًا بين معدل التعرض للأفلام الباراسيكولوجية والصورة المدركة لدى الشباب المصري عن السلوك البشري (٢٨٨).

وسعت دراسة (هبة الله جمال، ٢٠١٧م) إلى التعرف على تأثير صفحات الدعاية الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية على موقع فيس بوك على الشباب المصري. واستندت الدراسة في بنائها النظري إلى نظرية تأثير الشخص الثالث. وأشارت نتائج الدراسة إلى امتلاك صفحات الدعاية الإسرائيلية على موقع فيس بوك إمكانية تأثير ضعيفة على الشباب سواء على الذات أو الآخرين، كما تبين ارتفاع الاتجاه السلوكي الإيجابي لدى المبحوثين للقيام بإجراءات رقابية أو تصحيحية لمواجهة هذه الصفحات (٢٨٩).

وهدفت دراسة (أميمة رمضان، ٢٠١٨م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرّض الشباب الجامعي المصري للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين تعرّض المبحوثين للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري. وأجاب أكثر من نصف العينة حول رؤيتهم لتغطية المضامين الساخرة لقضايا المجتمع على أن هذه المضامين تعمل على تشويه صورة المجتمع المصري (٢٩٠).

وسعت دراسة (حيدر فالح & نور كريم، ٢٠١٨م) إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة الجزائريين تجاه الأحداث والقضايا التي تحيط بهم. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ مفردة من طلبة كلية الإعلام جامعة ذي قار. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٩٨% من المبحوثين مهتمين بمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي، وأن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في بناء المواقف واتخاذ القرارات إيجابي بنسبة ٦٤%، في مقابل ٣٦% يرون أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في بناء المواقف واتخاذ القرارات سلبي (٢٩١).

وهدفت دراسة (Nerrmeen Alazrak, 2017) إلى التعرف على تأثير تجديد الخطاب الديني على الشباب المصري واتجاهاتهم نحو خطاب الدعاة الإسلامي الجديد. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٨٧,٧% من عينة

الدراسة يتابعون خطاب الدعاة الإسلامي الجديد، في مقابل ١٢,٣% لا يتابعونه، ووافق ٦٨,٩% من أفراد العينة على أن حياتهم تغيرت نتيجة متابعة خطاب الدعاة الإسلامي الجديد، في حين أشار ٢,٨% أن حياتهم تغيرت نوعاً ما نتيجة متابعة خطاب الدعاة الإسلامي الجديد، في مقابل ٢٨,٢% لم يوافقوا على أن حياتهم تغيرت نتيجة متابعة خطاب الدعاة الإسلامي الجديد (٢٩٢).

وسعت دراسة (أميرة سمير، ٢٠١٥م) إلى قياس تقييم الشباب لردود الأفعال الرسمية المصرية نحو إسرائيل ومعرفة تأثير هذا التقييم على اتجاهاتهم نحو معاهدة السلام وتحديد دور وسائل الإعلام في تشكيل هذه التقييمات. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن كلاً من المتغيرات الخاصة بوسائل الإعلام (معدداً معدل قراءة الأخبار والموضوعات السياسية في الصحف)، ومستوى الاهتمام السياسي، ومستوى المعرفة السياسية، والانتماء الحزبي، ومستوى الالتزام الديني، والمتغيرات الديموغرافية كان لها دور في العلاقة بين تقييم الشباب لردود الأفعال الرسمية نحو إسرائيل واتجاهاتهم نحو معاهدة السلام، في حين لم يتضح وجود دور لمتغير مستوى الثقة في وسائل الإعلام في هذه العلاقة (٢٩٣).

وهدفَت دراسة (نهال عبد الرحمن، ٢٠١٥م) إلى رصد وتحليل تأثيرات التعرض لبرامج الترويع والخديعة على الاتجاهات العدائية للشباب المصري، سواء كانت هذه الاتجاهات نحو ذاته أو نحو الآخرين. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير لمشاهدة المواقف التي تعرضها برامج الترويع والخديعة بما تحتويه من مشاهد عنف ومقالب تحدث لضيوف البرامج على الاتجاهات العدائية للشباب نحو ذواتهم، في حين تبين عدم وجود تأثير لمشاهدة المواقف التي تعرضها برامج الترويع والخديعة بما تحتويه من مشاهد عنف ومقالب تحدث لضيوف البرامج على الاتجاهات العدائية للشباب نحو الآخرين (٢٩٤).

وسعت دراسة (عبد الكريم الدبيسي & زهير الطاهات، ٢٠١٣م) إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لديهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية من خلال حثهم على التظاهر أو الاعتصام، وهو ما يمثل دور التحفيز للتعبير عن مظهر من مظاهر الرأي العام (٢٩٥).

وهدفَت دراسة (علا عبد القوي، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين استخدامات الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم للقضايا الدينية المطروحة عبر تلك المواقع. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدراك القضايا الدينية المطروحة، كما تبين وجود علاقة ارتباطية طردية بين إدراك الشباب للقضايا الدينية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين التغيير في الاتجاهات الدينية والحياتية والمجتمعية (٢٩٦).

وسعت دراسة (نسرین حسام الدين، ٢٠١٦م) إلى اختبار العلاقة بين دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب المصري لمخاطر حروب الجيل الرابع. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع الباحثين يدركون المقصود بحروب الجيل الرابع، وشكلت المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية أكثر المصادر التي ناقشت المعلومات المضللة والشائعات المثيرة للبلبل، وفيما يتعلق بإدراك أبعاد قضية حروب الجيل الرابع على المستوى العربي؛ فقد أدرك أكثر من نصف الباحثين أن المشروع الأمريكي بتقسيم الشرق الأوسط من أولى أسباب حروب الجيل الرابع في المنطقة العربية والذي تتحدد مخاطره المحتملة في انتشار الفوضى داخل المنطقة والقضاء على الهوية العربية (٢٩٧).

وهدفَت دراسة (محمد جبر، ٢٠١٦م) إلى التعرف على سمات وخصائص الفواصل الإعلانية المتضمنة بفيدويوهات موقع يوتيوب كأحد مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب نحوها. وأسفرت نتائج الدراسة عن تخطي غالبية أفراد العينة للمحتوى الإعلاني المقدم عبر فيديوهات يوتيوب، في حين حرص عدد قليل منهم على أخذ فكرة سريعة عن الإعلان قبل التخطي بينما تجنب جميع مفردات العينة مشاهدة الإعلان إلى نهايته. وظهرت العديد من العوامل التي تسببت في تجنب مفردات عينة الدراسة مشاهدة هذه الإعلانات كان أبرزها التعرض الجبري للإعلان، وهو ما يشير إلى أن إكراه المتلقي على مشاهدة الإعلان يأتي في معظم الأحيان بنتائج عكسية (٢٩٨).

وتناولت دراسة (وليد النجار، ٢٠١٦م) معالجة الصحف المصرية الإلكترونية لقضايا الهجرة غير الشرعية واتجاه الشباب المصري نحوها. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن (٦٠,٧٥%) من عينة الدراسة يعتمدون بدرجة متوسطة على الصحف الإلكترونية في الحصول على المعلومات عن قضايا الهجرة غير الشرعية. أما فيما يتعلق بالحلول المقترحة للحد من الهجرة غير الشرعية، فقد جاء في مقدمة الحلول توجيه حملات التوعية للحد من الهجرة غير الشرعية والقضاء عليها بنسبة ٧٨,٢٥% (٢٩٩).

وهدفَت دراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين معالجة مقاطع يوتيوب لقضايا الأقليات المسلمة في الدول الغربية والصورة الذهنية للغرب عند المراهقين. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٧٨% من أفراد العينة يؤكدون على دور المعلومات بمقاطع فيديو الأقليات المسلمة على موقع يوتيوب في توعيتهم تجاه قضاياهم، وتبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد المراهقين في الحصول على المعلومات عن قضايا الأقليات المسلمة من خلال التعرض لموقع يوتيوب والثقة في هذه المعلومات (٣٠٠).

وسعت دراسة (تامر سكر، ٢٠١٦م) إلى التعرف على الانحرافات المجتمعية بالدراما المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية العربية المتخصصة وإدراك الشباب الجامعي المصري لهذه

الانحرافات المجتمعية. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعيّ المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ المبحوثين مرتفعي مستوى التعرض للانحرافات المجتمعية بالدراما التلفزيونية المصرية بلغت نسبتهم ٢٣,٨٧% من إجمالي مفردات العينة، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي مستوى التعرض للانحرافات المجتمعية بالدراما التلفزيونية المصرية ٢٩,٣٥%، في حين كان نصف أفراد العينة من منخفضي مستوى التعرض للانحرافات المجتمعية بالدراما التلفزيونية المصرية (٣٠١).

وهدفّت دراسة (Nagwa El Gazzar, 2016) إلى التعرف على مدركات المراهقين المصريين واتجاهاتهم نحو شبكات التواصل الاجتماعيّ وتحديدًا فيس بوك، والتعرف على الدور الذي لعبه فيس بوك في ثورة ٢٥ يناير. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تمّ تطبيقها على عينة قوامها ٢١٥ مفردة من المراهقين المصريين. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ فيس بوك ساهم بدور كبير في خلق روح الاحتجاجات في مصر حيث جذب المراهقين ليكون لهم دور فعال في إحداث التغيير الهائل الذي حدث في ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م (٣٠٢).

وسعت دراسة (داليا عثمان، ٢٠١٥م) إلى التعرف على العلاقة بين التعرض للدراما المصرية والتركيّة وتشكيل اتجاهات الشباب نحو الزواج. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصريّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ حجم تعرّض الشباب للمسلسلات المصرية والتركيّة جاء متوسطاً في المركز الأول بنسب ٥٢,٨% و ٥٩,٧% على الترتيب، ثم مرتفعاً في المركز الثاني بنسب ٣٧,٧% و ٢٨% على الترتيب، ومنخفضاً في المركز الثالث بنسب ٩,٥% و ١٢% على الترتيب، وفيما يتعلق باتجاه الشباب نحو الزواج فقد جاء ذوو الاتجاه المحايد في المركز الأول بنسبة ٧٢,٥%، وجاء ذوو الاتجاه الإيجابي في المركز الثاني بنسبة ٢٦,٥%، في حين جاء ذوو الاتجاه السلبي في المركز الأخير بنسبة ١% (٣٠٣).

وهدفّت دراسة (فرج خيرى، ٢٠١٥م) إلى الإجابة عن تساؤل رئيس: هل لاستخدام الشباب الجامعيّ للمواقع الإخبارية دور في تعزيز اتجاهاتهم نحو قبول الآخر؟ وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيّاً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين كثافة استخدام المواقع الإخبارية الإلكترونية والاتجاه الإيجابي نحو الآخر (٣٠٤).

وتناولت دراسة (حردان هادي، ٢٠١٥م) دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعيّ العراقيّ نحو القضايا الدينية المعاصرة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أهمّ القضايا المعاصرة التي عالجتّها المواقع الإسلامية كانت قضية "اضطهاد الأقليات المسلمة"، تلتها قضية "تشويه الغرب صورة الإسلام"، ثم قضية "الغزو الثقافيّ الغربيّ للمسلمين"، وتبيّن انخفاض معدلات التعرض للمواقع الإسلامية الافتراضية بين الشباب الجامعيّ العراقيّ، وضعف دور المواقع الإسلامية في تشكيل اتجاهات الشباب العراقيّ نحو القضايا الدينية المعاصرة (٣٠٥).

وهدفَت دراسة (عبدالرحيم درويش، ٢٠١٥م) إلى التعرف على اتجاهات الشباب الأردني نحو الدراما المصرية ومدى رضاهم عنها. وتمَّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من طلاب جامعة اليرموك. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ ٦٨,٣% من عينة الدراسة راضون إلى حدٍّ ما عن الدراما المصرية، وأنَّ ١٨,٣% راضون تمامًا عن الدراما المصرية (٣٠٦).

وسعت دراسة (ماجدة مخلوف، ٢٠١٥م) إلى التعرف على العلاقة بين التعرض لبرامج الحوار التلفزيوني واتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو ثقافة السلام. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية التلفزيونية وإدراكهم لثقافة السلام والاهتمام بها والاتجاه نحوها بالنسبة لبعض البرامج دون الأخرى (٣٠٧).

وركزت دراسة (عماد الدين جابر، ٢٠١٠م) على التعرف على دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضايا حقوق الإنسان، وأستندت في إطارها النظري على نظرية التهيئة المعرفية، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب الجامعات المصرية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ حقوق الإنسان السياسية كانت محور اهتمام الصحف المصرية حسب تقديرات المبحوثين، وكانت الصحف الحزبية ثم الصحف الخاصة ثم الصحف القومية هي الأكثر اهتماماً بحقوق الإنسان السياسية على التوالي (٣٠٨).

وهدفَت دراسة (داليا المتبولي، ٢٠١٥م) إلى التعرف على درجة اعتماد طالبات الجامعة العرب على الإعلان التلفزيوني بالقنوات الفضائية كمصدر للحصول على المعلومات عن السلع والخدمات المختلفة. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد طالبات الجامعة على الإعلان التلفزيوني واتجاهاتهنَّ الشرائية (٣٠٩).

وسعت دراسة (نهال عبد الرحمن، ٢٠١٤م) إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو الدلالات السلبية والإيجابية لمفردات الاعلانات التلفزيونية، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الغرس الثقافي، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب الجامعي المصري وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ الاعلانات التلفزيونية لها دور في تشكيل مدركات الشباب للواقع الاجتماعي المحيط من خلال المفردات التي تروج لها هذه الاعلانات التلفزيونية (٣١٠).

الاتجاه التاسع: الدراسات المرتبطة بتأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي فيما يتعلق بالعنف والتطرف والإرهاب.

ركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فيما يتعلق بالعنف والتطرف والإرهاب، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (ايهاب جمعة، ٢٠١٦م) التي سعت إلى التحقق من وجود علاقة ارتباطية بين سلوك العنف لدى

الشباب واستخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي. أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة ارتباطية دالة بين مستوى العنف لدى الشباب ومعدل استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي^(٣١١).

وركزت دراسة (فودة محمد، ٢٠١١م) على تعرض المراهقين في الريف المصري للإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو العنف، واستندت في إطارها النظري على نظرية الاستخدامات والاشباع، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من المراهقين طلاب المرحلة الثانوية، وأشارت نتائج الدراسة الى أن ٦٩,٢% من أفراد العينة يرون أن من أسباب العنف على الإنترنت سوء الأخلاق، و ٦١,٩% يرون أنه بسبب رفقاء السوء، و ٦١,٣% يرون أنه بسبب غياب الضمير، و ٥٩,٤% يرون أنه بسبب ضعف الوازع الديني، و ٥٥,٧% يرون أنه بسبب التنشئة الاجتماعية السيئة^(٣١٢).

وهدفت دراسة (نهى العبد، ٢٠١٥م) إلى التعرف على اتجاهات المراهقين المصريين نحو دور الأفلام السينمائية المنتجة حديثاً في نشر ثقافة العنف والاباحية وتأثيراتها عليهم. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين معدل مشاهدة الأفلام السينمائية المصرية الحديثة وأبعاد مقياس إدراك واقعية المضمون، كما وجدت علاقة ارتباطية بين معدل مشاهدة الأفلام السينمائية الحديثة ودوافع المشاهدة^(٣١٣).

وسعت دراسة (أحمد متولي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على العلاقة بين معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا العنف المجتمعي ومستوى الاغتراب الاجتماعي لدى المراهقين المصريين. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل اهتمام المراهقين بمتابعة أحداث العنف بالصحف الإلكترونية، وتبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تصفح المراهقين لقضايا العنف المجتمعي في الصحف الإلكترونية ومستوى الاغتراب الاجتماعي لديهم^(٣١٤).

وهدفت دراسة (محمود عبد الحليم، ٢٠١٥م) إلى التعرف على العلاقة بين تناول الدراما التلفزيونية بالقنوات الفضائية للأحداث السياسية وإدراك المراهقين المصريين للعنف السياسي. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٦٠٠ مفردة من المراهقين. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٢٨,٨% من المبحوثين يحرصون على مشاهدة أحداث العنف السياسي في الأفلام والمسلسلات السياسية دائماً، بينما بلغت نسبة من يحرصون على مشاهدة أحداث العنف السياسي في الأفلام والمسلسلات السياسية أحياناً ٦٧,١%، في حين بلغت نسبة من لا يحرصون على مشاهدة أحداث العنف السياسي في الأفلام والمسلسلات السياسية ٤,٢%^(٣١٥).

وسعت دراسة (انتصار سالم، ٢٠١٥م) إلى التعرف على مدى إدراك الشباب المصري لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت على سلوكهم الشخصي وسلوك أقرانهم وسلوك الآخرين عموماً، وكذلك على استقرار المجتمع وعلاقته باتجاهاتهم نحو فرض الرقابة على الإنترنت. واستندت الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية تأثير الشخص الثالث. وأظهرت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى من

الشباب الجامعي يهتمون بمتابعة قضايا العنف السياسي عبر الإنترنت بالرغم من الآثار النفسية التي يتركها المحتوى الإعلامي للعنف السياسي في نفوس الشباب، كما أشارت النتائج إلى أن اتجاهات المبحوثين نحو فرض رقابة على الإنترنت جاءت إيجابية (٣١٦).

وبحثت دراسة (Shira Gvirsman & others, 2014) علاقة تعرّض الشباب في الشرق الأوسط للعنف السياسي في وسائل الإعلام بممارسة السلوك العدواني. وتمّ تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٢٠٧ من الشباب الفلسطيني والإسرائيلي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين مشاهدة العنف وممارسة السلوك العدواني في الاتجاهين؛ أي أن مشاهدة العنف تحفز على ممارسة السلوك العدواني، وممارسة السلوك العدواني تحفز على مشاهدة العنف، وإن كانت مشاهدة العنف تحفز السلوك العدواني بدرجة أكبر مما يحفز السلوك العدواني مشاهدة العنف (٣١٧).

واهتمت بعض الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي بظاهرة التحرش الجنسي كأحد مظاهر العنف، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (كريستينا بدوي، ٢٠١٨م) والتي هدفت إلى الكشف عن كيفية تناول الأفلام السينمائية المصرية لظاهرة التحرش الجنسي وانعكاساتها على الاتجاهات التي يكوّنها الشباب الجامعي إزاء التحرش الجنسي في المجتمع المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن عدم وجود قانون واضح وفعال يُجرّم التحرش الجنسي جاء في مقدمة الأسباب المؤدية إلى التحرش الجنسي بنسبة بلغت ٧٥,٦% (٣١٨). وفي سياق متصل، سعت دراسة (زينهم حسب النبي، ٢٠١٧م) إلى التعرف على أطر معالجة الصحف المصرية لقضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية التحرش الجنسي. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين معدل قراءة الشباب الجامعي للصحف الورقية والإلكترونية وتبنيهم للأطر الإعلامية لمعالجة قضايا المرأة وقضية التحرش الجنسي (٣١٩).

وتناولت دراسة (أسماء الجيوشي & سحر مؤنس، ٢٠١٦م) أساليب العنف الفكري للتنظيمات الإرهابية في مواقع التواصل الاجتماعي لإقناع الشباب المصري بأفكارها، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين متوسطي التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها التنظيمات الإرهابية أكثر تأثراً واقتناعاً بأفكار التنظيمات الإرهابية من المبحوثين في المعدلات الأخرى من التعرض لتلك المواقع (٣٢٠).

وهدفت دراسة (فوزية آل علي، ٢٠١٨م) إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الإماراتي على وسائل الإعلام كمصادر للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية ورصد المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب، وتقويم أداء الإعلام العربي في التعامل معها من وجهة نظر الشباب الإماراتي، وتّضح أن وسائل الإعلام لم تستطع جذب أفراد العينة لمتابعة الأخبار والموضوعات المتعلقة بالإرهاب، وتبيّن عدم اكتراث أفراد العينة بتلك الموضوعات بسبب تتابعها وعدم استطاعة المجتمعات التصدي لها بشكل جذري (٣٢١).

وسعت دراسة (حنان عبد الوهاب، ٢٠١٦م) إلى التعرف على أطر التغطية الصحفية لقضية الإرهاب في الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتشكيل مدركات الشباب المصري نحوها. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتباط زيادة التعرض للصحف الإلكترونية لدى الشباب الجامعي في الحصول على المعلومات والمعارف بالأزمات وحالات العنف والصراع والإرهاب، وتعد بيئة وسائل الإعلام الجديدة أهم مصادر الحصول على المعلومات لدى الشباب الجامعي^(٣٢٢).

وهدفت دراسة (غادة البطريق، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الشباب العربي عينة الدراسة لم يبلور فكراً ورؤية واضحة واتجاهاً محدداً نحو التنظيمات الفكرية المتطرفة؛ وهو ما يدل على نجاح هذه التنظيمات التي استطاعت أن تشوّه فكره، مما يسهل عملية الانسياق وراء أفكار تلك التنظيمات^(٣٢٣).

وسعت دراسة (حسام فايز، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي المصري لقضايا الإرهاب الإلكتروني في الصحف الإلكترونية وعلاقته بالأمن النفسي. وتبين وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين تعرض الشباب الجامعي لقضايا الإرهاب الإلكتروني في الصحف الإلكترونية والأمن النفسي لديهم^(٣٢٤).

وهدفت دراسة (دعاء جمعة، ٢٠١٨م) إلى التعرف على كيفية معالجة برامج الصحافة الاستقصائية التلفزيونية لقضية الإرهاب، والدور الذي تقوم به في تشكيل معارف الشباب الجامعي نحوها. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى تعرض المبحوثين لبرامج الصحافة الاستقصائية وتشكيل معارفهم نحو ظاهرة الإرهاب^(٣٢٥).

وسعت دراسة (محمد علي، ٢٠١٦م) إلى رصد وتقييم الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي نحو التنظيمات الإرهابية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٨٦,٧% من أفراد العينة يرون أن دور البرامج الحوارية في إلقاء الضوء على التنظيمات الإرهابية كاف، في حين ترى نسبة ١٣,٣% أن دور البرامج الحوارية في إلقاء الضوء على التنظيمات الإرهابية غير كاف^(٣٢٦).

وهدفت دراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠١٦م) إلى التعرف على العلاقة بين معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعمليات الإرهابية في سيناء بعد أحداث ٣٠ يونيو واتجاهات الشباب الجامعي نحوها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت جاء في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها المبحوثون لمعرفة معلومات عن العمليات الإرهابية على سيناء بعد ثورة ٣٠ يونيو، وجاءت القنوات الفضائية في المرتبة الثانية. وتبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين معدل تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية المتتالية في سيناء بعد أحداث ٣٠ يونيو^(٣٢٧).

وسعت دراسة (عبد الحليم يعقوب، ٢٠١٥م) إلى التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أفكار المتطرفين والمنحرفين. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الجماعات المتطرفة أمنت في استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية لتجنيد الشباب باستخدام النصوص الشرعية المجتزأة خارج سياقها التاريخي والفقهّي والاستدلالي؛ مما أثر في بعض الشباب الذين استجابوا لتلك الرسائل وساهموا في إعادة نشرها؛ مما وسع دائرة نشاطهم الإعلامي^(٣٢٨).

وهدفّت دراسة (نسرین محمد، ٢٠١٧م) إلى رصد وتحليل دور البرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات المصرية في تشكيل وعي الشباب المصري بظاهرة الإرهاب. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن قضية حرب مصر على الإرهاب كانت أكثر القضايا التي ساهمت برامج التوك شو في توعية الشباب المصري بها^(٣٢٩).

وسعت دراسة (محمد عبد الوهاب & حاتم علي، ٢٠١٧م) إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالأخبار والمعلومات حول ظاهرة الإرهاب. ورأى غالبية الشباب أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت الجماعات الإرهابية في التواصل مع قاعدة جماهيرية عريضة بسهولة ويسر، كما سهّلت عملية اجتذاب مجندين جدد ضمن الجماعات الإرهابية، وعزّزت عملية تضخيم حجم وقوة الجماعات الإرهابية^(٣٣٠).

وهدفّت دراسة (محمود منصور، ٢٠١٥م) إلى التعرف على دور الصحف المصرية في تكوين تصورات طلاب الجامعات لمفهوم الإرهاب، وأستندت في إطارها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وأعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٤٠٠ مبحوث من طلاب جامعتي القاهرة والأزهر، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن للصحف المصرية دوراً رئيسياً في مواجهة الإرهاب كما يراه المبحوثون باعتبارها أحد الأدوات الرئيسية في تقديم المعلومات أولاً بأول، مع أخذها في الاعتبار الحيطة والحذر فيما يتعلق بعمليات الإرهاب وما يترتب عليها من أثار على القارئ، بالإضافة إلى أن دورها المساند للحكومة لم يكن أقل أهمية من الدور الرئيسي، وذلك للتناغم التام بينها وبين النظام القائم وتحديداً الصحف القومية في تعاملها مع تلك القضايا^(٣٣١).

الاتجاه العاشر: الدراسات المرتبطة بالشائعات وتأثيرها على الشباب العربي ومدى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

ركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على الشائعات ومدى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (ممدوح شتلة، ٢٠١٧م) التي هدفت إلى التعرف على دور الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ٦٥,٥% من أفراد

العينة يرون أنَّ الشائعات التي تُنشر على مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إحداث الفوضى في المجتمع (٣٣٢).

وتناولت دراسة (أسامة المدني، ٢٠١٧م) دور شبكة التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات بين طلاب الجامعات السعودية. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبدالعزيز، ممن يتعرضون لشبكة التواصل الاجتماعي تويتر. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعاً لاختلاف الجامعة (أم القرى - الملك عبد العزيز)، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعاً لاختلاف دوافع التعرض لشبكة التواصل الاجتماعي تويتر (٣٣٣)، وفي سياق متصل سعت دراسة (سكرة البريدي، ٢٠١٢م) إلى التعرف على اتجاهات شباب الجامعة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ترويج الشائعات، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٣٠٠) مبحث من طلاب الجامعات المصرية والسعودية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه فيما يتعلق باتجاهات المبحوثين نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد سعى المبحوثون إلى دعوة الأصدقاء إلى تكذيب الشائعات عبر الوسائل المختلفة، ثم البحث عن تكذيب الإشاعة من خلال مصدر مسئول، ثم القيام بتكذيب هذه الإشاعة عبر المواقع المختلفة، ثم المشاركة بالرأي والتعليق لتكذيب هذه الأخبار (٣٣٤).

وهدفَت دراسة (غادة عطية، ٢٠١٧م) إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين لواقعهم الاجتماعي والسياسي. وأشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس إدراك الواقع السياسي والاجتماعي تبعاً لدرجات خطورة الشائعات السياسية والاجتماعية بالمواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية (٣٣٥).

وسعت دراسة (أمين منصور، ٢٠١٦م) إلى التعرف على اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو الشائعات التي انتشرت خلال العدوان الإسرائيلي ٢٠١٤م على قطاع غزة، ودراسة تأثيراتها على مناحي الحياة المختلفة وسبل الحد منها. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ شبكات التواصل الاجتماعي احتلت المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات للشباب الفلسطيني أثناء الأزمات، واعتبر أفراد العينة أنَّ الشائعات سلوك عدواني ضد المجتمع، وكانت النساء الأكثر انسياقاً وراء الشائعات، وجاء اتجاه الشباب نحو الشائعات سلبياً. وأوصت الدراسة بالتصدي للشائعات من خلال تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات الصحيحة والرد على الشائعات من الجهات المختصة بسرعة (٣٣٦).

وهدفَت دراسة (Anastasia Kononova & Mohammed Akbar, 2012) إلى التعرف على تأثير الاتصال الشخصي والتعرض لوسائل الإعلام وقادة الرأي على إدراك الشباب الكويتي لمصداقية الأخبار وإعلانات التسويق السياسي خلال الانتخابات البرلمانية الكويتية لعام ٢٠١٢م.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ تدفُّق المعلومات في المجتمع الكويتيَّ اعتمد بشكل كبير على الاتصال الشفهيَّ، وتبيَّن أنَّ الكويتيين يقضون أوقاتاً طويلة في مناقشات سياسية تفاعلية بدرجة أكبر من استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، في حين لم يوجد اختلاف في الوقت الذي يستغرقه الكويتيون في المناقشات التي تجري وجهاً لوجه، والوقت المستغرق في استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعيَّ والمواقع الإخبارية والمدونات (٣٣٧).

وسعت دراسة (Naila Hamdy, 2013) إلى التعرف على تصوُّرات الشباب المصريِّ لمصادقية وسائل الإعلام في المرحلة الانتقالية بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه تمَّ تصنيف التلفزيون في الترتيب الأول فيما يتعلق بإدراك المبحوثين لمصادقية وسائل الإعلام، وأكدت على أنه لا تزال وسائل الإعلام الحكومية تتمتع بمصادقية عالية لدى الأقل تعليمًا والأقل ثراءً، ولوحظ أنَّ اتجاه المبحوثين إيجابيٌّ فيما يتعلق بإدراكهم لمصادقية الإنترنت، حيث زادت الثقة لديهم ليس فقط في المواقع الإخبارية، وإنما أيضاً في الإعلام البديل بما يشتمل عليه من تطبيقات التواصل الاجتماعيَّ والمدونات (٣٣٨).

وركزت دراسة (داليا المدبولي، ٢٠١٤م) على التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعيَّ وعلاقتها بمصادقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربويَّ بالجامعات المصرية، وأشارت النتائج إلى أنَّ مواقع التواصل الاجتماعيَّ لديها مستوى متوسط من المصادقية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة ٥٧%، يليها المستوى المرتفع بنسبة ٣١,٥%، ثم المستوى المنخفض بنسبة ١١,٥% (٣٣٩).

واهتمت دراسة (منى جابر، ٢٠١٧م) بالدور الذي تقوم به صحافة المواطن في تعزيز الثقافة السياسية للشباب المصريَّ من خلال مصادقية تناولها لقضايا الصراع العربيَّ. وأظهرت نتائج الدراسة أنَّ المبحوثين ممَّن يتعرضون بانتظام لصحافة المواطن هم الأكثرُ عرضة لزيادة ثقافتهم السياسية تجاه قضايا الصراع في الوطن العربيَّ من خلال تعرُّضهم لمضامين صحافة المواطن بمتوسط حسابيَّ أعلى من المبحوثين الذين لا يتعرضون بانتظام (٣٤٠).

وهدفَت دراسة (حسين ناصر، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مستويات ثقة الشباب الجامعيَّ العراقيَّ في المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعيَّ. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنَّ غالبية جمهور مواقع التواصل الاجتماعيَّ ينظرون إلى المعلومات والمضامين التي تنشر عبرها بأنها ليست جديرة بالثقة، وبالرغم من أنهم أجابوا بأنهم غير قادرين على تعميم الحكم على جميع الناشرين عبر مواقع التواصل الاجتماعيَّ، إلا أنهم اتفقوا على أنَّ المضامين المنشورة لا يمكن الوثوق بها في الغالب (٣٤١).

وسعت دراسة (محمد عبد العزيز، ٢٠١٧م) إلى التعرف على مستويات مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعيَّ والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لدى الشباب

المصريّ، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات حول الأحداث والقضايا المتلاحقة خلال فترتي الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤م والانتخابات البرلمانية ٢٠١٥م. وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ أهمّ العوامل التي تدعم مصداقية المضامين الإخبارية بوسائل إعلام المواطن والبرامج الحوارية لدى الشباب المصريّ جاءت كالتالي (مدى وضوح مصدر المضامين الإخبارية والثقة فيه - احتواء المضمون الإخباري على مقطع فيديو لتدعيم مصداقيته - مدى تمتّع القائم بالاتصال بالثقة لدى المبحوث - مدى حالية وأهمية القضايا والأحداث المطروحة للنقاش) (٣٤٢).

وهدفّت دراسة (فاطمة شعبان، ٢٠١٦م) إلى التعرف على مدى مصداقية المضمون الإخباري المُقدّم في مواقع التواصل الاجتماعيّ لدى الشباب. وأشارت نتائج الدراسة أنّ ٧٦% من المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعيّ في معرفة الأخبار، وهي نسب تعطي مؤشراً على أنّ الجمهور في تعامله مع مواقع التواصل الاجتماعيّ استحدث لها وظيفة جديدة وهي الوظيفة الإخبارية، حيث لم تعد وظائف مواقع التواصل قاصرة على تبادل الصور والفيديوهات، بل امتدّت لمعرفة الأخبار (٣٤٣).

وهدفّت دراسة (عبد الله الوزان، ٢٠١٥م) إلى التعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعيّ لدى الشباب الجامعي السعوديّ، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ تويتر أكثر وسائل التواصل الاجتماعيّ اعتماداً وانتشاراً بين الشباب السعوديّ، تلاه فيس بوك، ثم يوتيوب، وأنّ معدل ثقة الشباب السعوديّ في وسائل التواصل الاجتماعيّ كان مرتفعاً بالنسبة لتويتر، والذي يثق به معظم أفراد العينة، أما فيس بوك ويوتيوب فكان معدل الثقة فيهما منخفضاً (٣٤٤).

وركزت دراسة (دينا عرابي & بسنت العقباوي، ٢٠١٢م) على التعرف على مدى مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعيّ لدى الشباب السعوديّ، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واستندت الدراسة في بنائها النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات من خلال أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب السعوديّ في مدينة جدة وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ مواقع الصحف الاجتماعية هي الأكثر مصداقية في نقل المعلومة لدى الشباب عينة الدراسة بنسبة ٤٧%، تلاها تويتر واليوتيوب بنسبة متساوية لكلاً منهما ٢٣%، بينما جاء الفيس بوك في الترتيب الأخير بنسبة ٧% (٣٤٥).

وسعت دراسة (عبدالصديق حسن، ٢٠١٥م) إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعيّ المصريّ نحو مصداقية المواقع الإلكترونية الإسلامية بعد الثورات العربية. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود عدة عوامل تؤثر في عدم مصداقية المواقع الإلكترونية الإسلامية من أهمها: أنها لا تعبّر عن كافة طبقات المجتمع، وعدم القبول بوجهة النظر الأخرى، وتستخدم المواقع لمهاجمة التيارات

الأخرى، والاهتمام بالإثارة وتهيج المشاعر والعواطف، وأنها تعبّر عن المذاهب أو الجماعة التي تنتمي إليها، وعدم الفصل بين الرأي والخبر^(٣٤٦).

وركزت دراسة (سماح عبد الرازق، ٢٠١٤م) على تقييم الشباب المصري لمصادقية الصحف الإلكترونية، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، واعتمدت الباحثة في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مبحوث من الشباب المصري مستخدمي الصحف الإلكترونية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف الإلكترونية تتسم بمستوي مصادقية متوسط^(٣٤٧).

وتناولت دراسة (شيماء السيد، ٢٠٠٩م) اتجاهات الشباب المصري نحو مصادقية المشاهير في الإعلان، وتدرج هذه الدراسة تحت الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح، وأعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ مبحوث من الشباب، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن اتجاهات الشباب نحو بعدى جاذبية المشاهير وإدراكهم كمصدر موثوق فيه قد أثر إيجابياً على اتجاهاتهم نحو إعلانات المشاهير ونحو المنتجات المعلن عنها بواسطتهم^(٣٤٨).

المبحث الثاني: التحليل النقدي للدراسات عينة التحليل

بناءً على تقسيم الإنتاج الفكري إلى عدة اتجاهات، سيتم التحليل النقدي للدراسات عينة التحليل كالتالي:

أولاً: فئة الموضوع أو القضية البحثية والمجالات المرتبطة بها:

يلاحظ تنوع الموضوعات البحثية التي ركزت عليها البحوث الإعلامية التي تناولت الشباب العربي، وقد اهتم عدد كبير من الدراسات محل التحليل باستخدامات الشباب العربي للتكنولوجيا الاتصالية الحديثة ووسائل الإعلام الرقمي الجديدة، حيث ساهم التطور التكنولوجي الهائل الذي شهدته الإنسانية في الفترة الأخيرة في انتشار العديد من الوسائل التي جذبت الجمهور العربي بفئاته المختلفة وعلى رأسهم فئة الشباب، ومن بين هذه الوسائل: الهواتف الذكية والمواقع الإلكترونية المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الاتصالية التي سهّلت الاتصال بشكل كبير، واستغلتها المؤسسات الإعلامية المختلفة في تطوير خدماتها؛ مما جعلها محل اهتمام كثير من الدراسات والبحوث التي ركزت على استخدامات الشباب العربي للإنترنت والتكنولوجيا الاتصالية الحديثة ووسائل الإعلام الرقمي. ومن بين الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي للإنترنت بشكل عام: دراسة (محمد الحيدري، ١٤٣٦هـ) بعنوان: "علاقة استخدام الإنترنت ببعض السمات الشخصية"، ودراسة (نصر الدين لعياضي، ٢٠١٢م) بعنوان: "الشباب في دولة الإمارات والإنترنت"، ووجد اهتماماً كبيراً

من الدراسات الإعلامية بالبحث في استخدامات الشباب العربي للهواتف الذكية، وهذا يتماشى مع الانتشار الواسع لها بين فئات الجمهور المختلفة، فضلاً عن رخص ثمنها وسهولة استخدامها والمزايا الاتصالية والإعلامية التي تتمتع بها والتي تميزها عن وسائل الاتصال والإعلام الأخرى، ومن بين الدراسات التي اهتمت باستخدامات الشباب العربي للهواتف الذكية: دراسة (مطلق العتيبي، ٢٠١٤م) بعنوان: "استخدامات الشباب للهواتف الذكية"، ودراسة (حنان أحمد، ٢٠١٦م) بعنوان: "دوافع استخدامات الجوال لدى طلبة الجامعة في المملكة العربية السعودية"، ودراسة (عبيد الشقصي، ٢٠١٢م) بعنوان: "الاستخدامات والإشباع المتحققة من استخدام الشباب في سلطنة عمان للهاتف المحمول".

واستحوذت مواقع التواصل الاجتماعي على حيز كبير في نطاق الدراسات الإعلامية التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام الرقمي الجديد، ومن بين الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة (عادل فهمي، ٢٠١٧م) بعنوان: "تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهوية جيل الإنترنت والفجوة بين الأجيال"، ودراسة (رفعت البدري، ٢٠١٦م) بعنوان: "دور الشبكات الاجتماعية في إيمان الطلاب المراهقين لاستخدام الهواتف الذكية"، ودراسة (Mohamed Fadl, 2018) والتي تناولت استخدامات الشباب المصري لوسائل الإعلام الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، ودراسة (نايف آل سعود، ١٤٣٦هـ) بعنوان: "دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها"، ودراسة (يوسف الفيلكاوي، ٢٠١٦م) بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الكويت"، ودراسة (تحسين منصور، ٢٠١٤م) بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني"، ودراسة (Julie Wist & Nahed El Tantawy, 2012) التي تناولت استخدامات الشباب الإماراتي لوسائل الإعلام الاجتماعية، ودراسة (Karim Ziani & others, 2017) التي تناولت استخدامات الشباب العربي لفيسبوك وتأثيرات التعرض للإعلام الاجتماعي الرقمي.

واهتمت بعض الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي للإعلام الرقمي بالمنديات الإلكترونية مثل: دراسة (مها عبد العظيم، ٢٠١٦م) بعنوان: "دور المنديات النسائية على الإنترنت في ترتيب أولويات القضايا الأسرية للفتاة الجامعية". في حين اهتمت دراسات أخرى بالمواقع الإلكترونية مثل: دراسة (إبراهيم الخصاونة، ٢٠١٢م) بعنوان: "مدى إقبال الشباب على تصفح موقع الجزيرة نت والعربية نت الإخباريتين". كما اهتمت بعض الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي للإعلام الرقمي بالصحافة الإلكترونية مثل: دراسة (سعود العجمي، ٢٠١٥م) بعنوان: "اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحافة الإلكترونية في الكويت".

وبالرغم من أن غالبية الدراسات الإعلامية التي تناولت فئة الشباب خلال فترة التحليل قد ركزت على استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية والتكنولوجيا الاتصالية الحديثة، فإن وسائل الإعلام التقليدية لا تزال متواجدة على ساحة الدراسات الإعلامية، ولا يستطيع أحد أن ينكر تأثيرها في فئات الجمهور المختلفة بما فيها فئة الشباب. ومن بين الدراسات التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية: دراسة (عبدالصديق حسن، ٢٠١٥م) بعنوان: "اتجاهات المراهقين نحو برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية"، ودراسة (سلام أحمد، ٢٠١٥م) بعنوان: "دوافع استخدام طلاب الجامعات المصرية للأفلام الوثائقية والإشباع المتحققة منها"، ودراسة (ماهيناز رمزي؛ أنور الرواس، ٢٠١٧م) بعنوان: "استخدامات الشباب العماني لإذاعات FM والإشباع المتحققة منها".

وركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على البحث في انعكاسات استخدام وسائل الإعلام الجديد على استخدام وسائل الإعلام التقليدية، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (Klaus Schoenbach & others, 2018) التي تناولت ردود أفعال الشباب في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا نحو تدفق الفيديو الرقمي عبر الإنترنت وعلاقته بمشاهدتهم للتلفزيون التقليدي، ودراسة (عبدالصديق حسن، ٢٠١٤م) بعنوان: "تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية".

واهتمت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي بالبحث في تأثير استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على النسق القيمي والأخلاقي. ومن بين هذه الدراسات: دراسة (نجلاء فهمي، ٢٠١٦م) بعنوان: "دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب"، ودراسة (أسماء مصطفى، ٢٠١٦م) بعنوان: "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي"، ودراسة (فهد الطيار، ٢٠١٤م) بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة"، ودراسة (إلهام يونس، ٢٠١٦م) بعنوان: "اتجاهات الشباب الجامعي نحو القيم المطروحة في المسلسلات المذاعة في القنوات الدرامية المتخصصة"، ودراسة (مروة كامل، ٢٠١٨م) بعنوان: "العلاقة بين الخطاب الديني للدعاة الجدد في القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية لدى الشباب".

وركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على البحث في التأثيرات الاجتماعية والثقافية لاستخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة. ومن بين هذه الدراسات: دراسة (رضا الأشرم، ٢٠١٥م) بعنوان: "التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي"، ودراسة (سحر جابر، ٢٠١٤م) بعنوان: "الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني"، ودراسة (هزاع شرف، ٢٠١٦م) بعنوان: "استخدام الهاتف المحمول وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات في اليمن"، ودراسة (رحيمة الطيب، ٢٠١٤م) بعنوان: "استخدام طلاب جامعة الشارقة للإنترنت والهواتف النقالة

وتأثيراتها على تواصلهم الاجتماعي"، ودراسة (شيماء ذو الفقار، ٢٠١٤م) بعنوان: "العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في التلفزيون والهوية الثقافية لدى الشباب المصري"، ودراسة (غسان حرب، ٢٠١٥م) بعنوان: "دور البرامج الأجنبية المقدمة على الفضائيات العربية في الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي الفلسطيني"، ودراسة (فهيد الشمري، ٢٠١٦م) بعنوان: "دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات".

وزخرت فترة التحليل بالكثير من الدراسات التي تناولت التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي، حيث إن تلك الفترة تميزت بحراك سياسي هز أركان الأنظمة العربية فأسقط بعضها، وأدخل بعضها الآخر في صراعات داخلية لا تزال المجتمعات تعاني من ويلاتها؛ وهو ما دفع الباحثين إلى الاهتمام بدراسة الدور السياسي للإعلام بشكل أكبر في أعقاب ما أطلق عليه إعلامياً ثورات الربيع العربي؛ للتعرف على تأثيراته وانعكاساته على الشباب العربي. ومن بين الدراسات التي اهتمت بالتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي: دراسة (صفا فوزي، ٢٠١٦م) بعنوان: "علاقة السلوك الاتصالي لطلاب الجامعات المصرية بتشكيل الاتجاهات والسلوكيات السياسية لهم في إطار عملية التنشئة السياسية"، ودراسة (مجدي الداغر، ٢٠١٥م) بعنوان: "دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مصر"، ودراسة (عماد الدين جابر، ٢٠١٥م) بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية"، ودراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠١٦م) بعنوان: "استخدام الشباب الجامعي لمواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية وعلاقته بمعرفتهم بالقضايا السياسية"، ودراسة (انتصار سالم، ٢٠١٢م) بعنوان: "دور المدونات السياسية في دعم مفهوم حرية الرأي والتعبير السياسي لدى الشباب المصري"، ودراسة (آمال كمال، ٢٠١٥م) بعنوان: "دور الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية وهوية الدولة المصرية"، ودراسة (William Davie & others, 2013) التي تناولت مدى اعتماد الشباب في الولايات المتحدة الأمريكية والشرق الأوسط وشمال أفريقيا على تغطية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة للأحداث والقضايا السياسية بشكل عام، ولأحداث الربيع العربي على وجه الخصوص، ودراسة (أميرة سمير، ٢٠١٤م) بعنوان: "اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢م"، ودراسة (أبو بكر الصالحي، ٢٠١٥م) بعنوان: "دور المادة الخبرية في الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة المصرية بعد ٣٠ يونيو"، ودراسة (هشام رشدي، ٢٠١٣م) بعنوان: "معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب الجامعي".

واهتمت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي بالبحث في التأثيرات الاقتصادية والتنموية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (أيمن بريك،

٢٠١٦م) بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة"، ودراسة (أحمد العميري، ٢٠١٧م) بعنوان: "دور المواقع الإخبارية التلفزيونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصري"، ودراسة (لمياء سمير، ٢٠١٦م) بعنوان: "دور القنوات التلفزيونية المصرية في طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب"، ودراسة (عماد الدين عبدالعزيز، ٢٠١٧م) بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو دعم المشروعات الاقتصادية"، ودراسة (محمد الجبير، ٢٠١٥م) بعنوان: "تعرض الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وعلاقته بتعزيز الأنشطة التطوعية".

وركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على التأثيرات الأمنية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة ودورها في إدارة الأزمات والكوارث، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (ولاء الطاهر، ٢٠١٥م) بعنوان: "اعتماد الجمهور المصري على الإعلام الأمني في التصدي للشائعات والأكاذيب لتحقيق التواصل المجتمعي"، ودراسة (أمنية عبدالرحمن، ٢٠١٧م) بعنوان: العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد ووعي الشباب بقضايا الأمن السياسي المصري"، ودراسة (نسرین حسام الدين، ٢٠١٧م) بعنوان: "التعرض للصحافة المطبوعة والإلكترونية وعلاقته بمستوى معرفة الشباب الجامعي بقضايا الأمن القومي"، ودراسة (عمرو البدوي، ٢٠١٧م) بعنوان: "معالجة القنوات التلفزيونية الإقليمية لأزمات المجتمع المحلي وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها".

واهتمت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي بالتأثيرات المعرفية والتوعوية والتعليمية لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (محمد العربي، ٢٠١٤م) بعنوان: "استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والنشاط البدني"، ودراسة (سعيد النادي، ٢٠١٨م) بعنوان: "دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات عن السلامة المرورية"، ودراسة (فيصل الملا، ٢٠١٨م) بعنوان: "دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الوعي الرياضي بين الشباب الجامعي في مملكة البحرين"، ودراسة (إيمان فتحي، ٢٠١٧م) بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بكيفية مواجهة الحملات المضادة للمملكة العربية السعودية"، ودراسة (فوزية العلي، ٢٠١٦م) بعنوان: "اتجاه الطلبة تجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط تعليمية"، ودراسة Abdul-Karim Ziani & (Mokhtar Elareshi, 2018) التي تناولت تأثيرات تفاعلات الدارسين على مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي بالتطبيق على جروب المكتبة الإعلامية المفتوحة على فيس بوك، ودراسة (جيهان سيد، ٢٠١٤م) بعنوان: "أثر فيس بوك على مستويات الأداء الدراسي للشباب الجامعي"، ودراسة (خيرت عياد، ٢٠١٧م) بعنوان: "العلاقة بين استخدام الهاتف المحمول كوسيلة اتصال والأداء الأكاديمي لطلبة الجامعات".

وركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في بناء المبركات وتشكيل الاتجاهات والصور الذهنية، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (داليا المتبولي، ٢٠١٤م) بعنوان: "دور الأفلام والمسلسلات المصرية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية في تكوين صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الشباب السعودي"، ودراسة (نوران عثمان، ٢٠١٥م) بعنوان: "تجسيد الشخصيات الدينية في الدراما الإيرانية وعلاقتها بصورتهم الذهنية لدى المراهقين"، ودراسة (رانيا خضري، ٢٠١٦م) بعنوان: "المعالجة الفنية لصورة البلطجي في أفلام السينما المصرية وانعكاسها على اتجاهات المراهقين والشباب المصري نحوها"، ودراسة (خالد الصوفي، ٢٠١٢م) بعنوان: "دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للحكام العرب لدى الشباب اليمني بعد ثورات الربيع العربي"، ودراسة (داليا عثمان، ٢٠١٥م) بعنوان: "العلاقة بين التعرض للدراما المصرية والتركية وتشكيل اتجاهات الشباب نحو الزواج"، ودراسة (ماجدة مخلوف، ٢٠١٥م) بعنوان: "العلاقة بين التعرض لبرامج الحوار التلفزيوني واتجاهات الشباب الجامعي نحو ثقافة السلام".

واهتمت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي بالبحث في تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة فيما يتعلق بالعنف والتطرف والإرهاب، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (نهى العبد، ٢٠١٥م) بعنوان: "اتجاهات المراهقين نحو دور الأفلام السينمائية في فترة الثورات العربية وما بعدها في نشر ثقافة العنف وتأثيراتها"، ودراسة (انتصار سالم، ٢٠١٥م) بعنوان: "إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو فرض رقابة على الإنترنت"، ودراسة (Shira Gvirsman & others, 2014) التي تناولت العلاقة بين تعرض الشباب في الشرق الأوسط للعنف السياسي في وسائل الإعلام وممارسة السلوك العدواني. وركزت بعض الدراسات على ظاهرة التحرش الجنسي كأحد مظاهر العنف، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (كريستينا بدوي، ٢٠١٨م) بعنوان: "معالجة ظاهرة التحرش الجنسي في الأفلام السينمائية المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو واقعها في المجتمع المصري"، ودراسة (زينهم حسب النبي، ٢٠١٧م) بعنوان: "أطر معالجة الصحف المصرية لقضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية التحرش الجنسي". وتناولت العديد من الدراسات الإرهاب والتطرف الفكري، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (حنان عبد الحميد، ٢٠١٦م) بعنوان: "أطر التغطية الصحفية لقضية الإرهاب في الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتشكيل مبركات الشباب الجامعي نحوها"، ودراسة (غادة البطريق، ٢٠١٦م) بعنوان: "تعرض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية"، ودراسة (محمد علي، ٢٠١٦م) بعنوان: "علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو التنظيمات الإرهابية"، ودراسة (نسرین محمد، ٢٠١٧م) بعنوان: "اعتماد الشباب المصري على البرامج الحوارية المقدمة في

الفصائيات المصرية في تشكيل وعيه بشأن قضايا الإرهاب"، ودراسة (محمد عبد الوهاب & حاتم على، ٢٠١٧م) بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب".

وركزت العديد من الدراسات الإعلامية التي تناولت الشباب العربي على الشائعات ومدى مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (ممدوح شتلة، ٢٠١٧م) بعنوان: "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي"، ودراسة (أسامة المدني، ٢٠١٧م) بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية"، ودراسة (غادة عطية، ٢٠١٧م) بعنوان: "أطر معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع السياسي والاجتماعي". واهتمت بعض الدراسات بالمصداقية في وسائل الإعلام، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (Anastasia Kononova & Mohammed Akbar, 2012) التي تناولت تأثير الاتصال الشخصي والتعرض لوسائل الإعلام وقادة الرأي على إدراك الشباب الكويتي لمصداقية الأخبار وإعلانات التسويق السياسي خلال الانتخابات البرلمانية الكويتية لعام ٢٠١٢م، ودراسة (Naila Hamdy, 2013) التي تناولت تصورات الشباب المصري لمصداقية وسائل الإعلام في المرحلة الانتقالية بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م، ودراسة (منى جابر، ٢٠١٧م) بعنوان: "مصداقية تناول صحافة المواطن لقضايا الصراع ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب"، ودراسة (عبدالصادق حسن، ٢٠١٥م) بعنوان: "اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو مصداقية المضمون في المواقع الإلكترونية الإسلامية بعد الثورات العربية".

ثانياً: فئة الإطار النظري للدراسات عينة التحليل:

استندت غالبية الدراسات محل التحليل في بنائها النظري إلى أطر ومداخل نظرية مختلفة، وفيما يلي عرضاً لأهم الأطر النظرية التي تم الاعتماد عليها في الدراسات عينة التحليل، مع ذكر نماذج من الدراسات التي استندت إليها:

١- نظرية الاستخدامات والإشباع Uses and Gratification Theory

يعمل مدخل الاستخدامات والإشباع من افتراض وجود استجابات من الجمهور للوسائل الإعلامية؛ أي أن الجمهور قادر على صنع تفكيره؛ فيقبل بعض الرسائل ويرفض البعض الآخر، ويستخدم وسائل الإعلام من أجل أسباب متنوعة كما يستخدمها بطرق مختلفة في أوقات مختلفة. ولقد ألقى كل من بلومر وكاتز الضوء على العامل المهم والحاسم في النظرية في كتابهما (استخدامات وسائل الإعلام) عام ١٩٧٤م، وهو التأثير على الجماهير واتجاهاتهم الاجتماعية والثقافية من خلال استئارة حاجاتهم^(٣٤٩). وقد لوحظ أن عددًا كبيرًا من الدراسات عينة التحليل قد استندت إلى نظرية

الاستخدامات والإشباعات ووظيفتها كإطار نظري لها، ومن هذه الدراسات: دراسة (مايا أحمد، ٢٠١٦م)، ودراسة (Ali Al-Kandari & others, 2016)، ودراسة (Rahima Assani & Abdurahman Abdullah, 2018)، ودراسة (بشار عبدالرحمن، ٢٠١٧م)، ودراسة (حبيب ملح، ٢٠١٣م)، ودراسة (هندي البشري، ٢٠١٧م)، ودراسة (نصر الدين لعياضي، ٢٠١٢م)، ودراسة (يوسف الفيلكاوي، ٢٠١٢م)، ودراسة (سعود العجمي، ٢٠١٥م)، ودراسة (رباب صلاح، ٢٠١٧م)، ودراسة (غالية ناجي، ٢٠١٦م)، ودراسة (ياس خضير، ٢٠١٤م)، ودراسة (محمد السويد، ٢٠١٥م)، ودراسة (أسماء مصطفى، ٢٠١٦م)، ودراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠١٦م)، ودراسة (عبد الله الوزان، ٢٠١٥م)، ودراسة (هزاع شرف، ٢٠١٦م)، ودراسة (حسام فايز، ٢٠١٧م)، ودراسة (علاء الدين خليفة، ٢٠١٦م).

٢- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory

تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسة يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع؛ الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم (٣٥٠). وقد لوحظ أن عددًا كبيرًا من الدراسات عينة التحليل قد استندت إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لها، ومن هذه الدراسات: دراسة (حسين الشهري، ٢٠١٨م)، ودراسة (محمد السويد، ٢٠١٦م)، ودراسة (نهى العبد، ٢٠١٥م)، ودراسة (Naïla Hamdy, 2013)، ودراسة (ندية القاضي، ٢٠١٣م)، ودراسة (أحمد الرفاعي، ٢٠١٤م)، ودراسة (أمال كمال، ٢٠١٥م)، ودراسة (سماح محمد، ٢٠١٢م)، ودراسة (William Davie & others, 2013)، ودراسة (منى أحمد، ٢٠١٤م)، ودراسة (لبنى الجابري، ٢٠١٧م)، ودراسة (هشام رشدي، ٢٠١٣م)، ودراسة (سعيد مفتاح، ٢٠١٦م)، ودراسة (أحمد العميري، ٢٠١٧م)، ودراسة (لمياء سمير، ٢٠١٦م)، ودراسة (رحاب محمد، ٢٠١٧م)، ودراسة (علي حسن، ٢٠١٦م)، ودراسة (إيمان فتحي، ٢٠١٧م)، ودراسة (أميرة محمد، ٢٠١٥م)، ودراسة (انتصار سالم، ٢٠١٢م)، ودراسة (داليا المتبولي، ٢٠١٥م)، ودراسة (محمد علي، ٢٠١٦م)، ودراسة (نسرين محمد، ٢٠١٧م)، ودراسة (ممدوح شتلة، ٢٠١٧م).

٣- نظرية المجال العام Public Sphere Theory

تقوم نظرية المجال العام على محاولة فهم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في إتاحة النقاش العام، وتسهيل بلورة توافقات تعبر عن الرأي العام النشط، وتحدد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام

الجديدة في إدارة وتوجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع من أجل تعزيز المشاركة العامة، وتحديد مدخلات صناعة القرار وصولاً إلى دعم كفاءة العمل الديمقراطي في المجتمعات عبر بلورة رأي عام يحظى بأولويات تحظى باتفاق جماهيري وتمنح الشرعية للعمليات السياسية المختلفة. وقد حدّد هابر ماس ثلاثة عناصر لتعريف المجال العام وهي: أنّ المشاركة فيه مفتوحة للجميع، وأنه تتساوى مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بغضّ النظر عن أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية، وأنّ أيّ قضية قابلة لأن تكون موقع نقاش عام^(٣٥١). واستندت العديد من الدراسات محل التحليل المرجعي إلى نظرية المجال العام كإطار نظري لها ومن هذه الدراسات: دراسة (أسامة المدني، ٢٠١٧م)، ودراسة (نهى العبد، ٢٠١٥م)، ودراسة (عماد الدين جابر، ٢٠١٥م)، ودراسة (عبد الله العساف، ٢٠١٧م)، ودراسة (فتحي شمس الدين، ٢٠١٧م)، ودراسة (عالية عبد العال، ٢٠١٣م)، ودراسة (أميرة النمر، ٢٠١٤م)، ودراسة (ماجد سالم، ٢٠١٤م)، ودراسة (أميرة سمير، ٢٠١٤م)، ودراسة (فرج خيرى، ٢٠١٥م)، ودراسة (رباب الجمال، ٢٠١٤م)، ودراسة (أمنية عبدالرحمن، ٢٠١٧م).

٤- نظرية تأثير الشخص الثالث Third Person Effect Theory

عرّف دافيسون تأثير الشخص الثالث بأنه: ما يحدث عندما يدرك الفرد أنّ محتوى الرسائل الإعلامية له تأثير قويّ على الأفراد الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها على الذات؛ وبالتالي فإنّ هذا يؤدي إلى سلوك لاحق مبنيّ على هذا التصور^(٣٥٢)، حيث يفترض دافيسون أنّ أفراد الجمهور يدركون أنّ التأثير الأعظم للرسائل الإعلامية لا يقع عليهم أنفسهم "الشخص الأول" First Person ولا على أقرانهم الذين يشبهونهم "الشخص الثاني" Second Person وإنما يقع على الآخرين الأبعد من حيث المسافة الاجتماعية أو الذين يختلفون عنهم "الشخص الثالث" Third Person^(٣٥٣). واستندت العديد من الدراسات محل التحليل إلى نظرية تأثير الشخص الثالث كإطار نظري لها، ومن هذه الدراسات: دراسة (غادة حسام الدين، ٢٠١٤م)، ودراسة (بشار عبدالرحمن، ٢٠١٦م)، ودراسة (انتصار سالم، ٢٠١٥م)، ودراسة (غادة البطريق، ٢٠١٦م)، ودراسة (همت حسن، ٢٠١٥م)، ودراسة (هبة الله جمال، ٢٠١٧م)، ودراسة (بشار عبد الرحمن، ٢٠١٧م)، ودراسة (شريف اللبان & دينا عمر، ٢٠٠٩).

٥- نظرية التماس المعلومات Information Seeking Theory

تركز نظرية التماس المعلومات على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك؛ وبالتالي فإنّ هذه النظرية تستهدف متلقي الاتصال بدلاً من القائم بالاتصال أو الرسالة الإعلامية، وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها "أنّ التعرض الانتقائيّ للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة، ويفترض نموذج التماس المعلومات وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات

لمواجهة مشكلة ما أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة؛ بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة^(٣٥٤). واستندت العديد من الدراسات محل التحليل إلى نظرية التماس المعلومات كإطار نظري لها، ومن هذه الدراسات: دراسة (إيمان حسني، ٢٠١٣م)، ودراسة (ريم المطيري، ٢٠١٧م)، ودراسة (انتصار سالم، ٢٠١٥م)، ودراسة (داليا إبراهيم، ٢٠١٤م)، ودراسة (حنان أحمد، ٢٠١٦م)، ودراسة (محمد عبد الوهاب & حاتم علي، ٢٠١٧م).

٦- نظرية الغرس الثقافي :cultivation theory

تطلق نظرية الغرس الثقافي من افتراض أساسي هو: أن الأكثر تعرضًا للتلفزيون، ويشار إليهم بكثيفي المشاهدة Heavy Viewers يكون لديهم قدرة أكبر لإدراك الواقع بطريقة مطابقة لعالم التلفزيون عن الأشخاص الذين يشاهدون التلفزيون لفترات أقل، والذين يشار إليهم بقليلي المشاهدة Light Viewers^(٣٥٥). وقد استندت العديد من الدراسات محل التحليل في إطارها النظري إلى نظرية الغرس الثقافي ومن بين هذه الدراسات: دراسة (نهي العبد، ٢٠١٤م)، ودراسة (محمد عبود، ٢٠١٧م)، ودراسة (رباب حسين، ٢٠١٧م)، ودراسة (نهال عبدالرحمن، ٢٠١٥م)، ودراسة (تامر سكر، ٢٠١٦م)، ودراسة (ماجدة مخلوف، ٢٠١٥م)، ودراسة (عبدالرحيم درويش، ٢٠١٥م)، ودراسة (أمين منصور، ٢٠١٦م)، ودراسة (محمود لطفي & ونورة عبد الله، ٢٠١٤م).

ثالثًا: فئة التصميم المنهجي للدراسات عينة التحليل:

تنوّعت الدراسات عينة التحليل من حيث تصميماتها المنهجية، وتبيّن فيما يتعلق بنوع الدراسات عينة التحليل أن أغلبية الدراسات تتدرج تحت الدراسات الوصفية، ومن نماذج هذه الدراسات: دراسة (زكريا الدسوقي، ٢٠١٦م)، ودراسة (ندية القاضي، ٢٠١٣م)، ودراسة (يوسف الفيلكاوي، ٢٠١٦م)، ودراسة (فهد الشمري، ٢٠١٦م)، ودراسة (نصر الدين لعياضي، ٢٠١٢م)، ودراسة (علاء الشامي، ٢٠١٣م)، ودراسة (رحيمة الطيب، ٢٠١٦م)، ودراسة (وديع العززي، ٢٠١٥م)، ودراسة (خيرت عياد، ٢٠١٧م)، في حين وُجد إقبال محدود من الباحثين على إجراء الدراسات التجريبية إذا ما قورن بكمّ الدراسات الوصفية التي تضمنتها عينة التحليل، ومن نماذج الدراسات التجريبية: دراسة (رحاب محمد، ٢٠١٧م)، ودراسة (غادة اليماني، ٢٠١٥م)، ودراسة (نادية عبد الحافظ، ٢٠١٥م)، ودراسة (سماح الشهاوي، ٢٠١٦م).

وأيضًا، تنوّعت المناهج التي اعتمدت عليها الدراسات محل التحليل، وغلب على هذه الدراسات الاعتماد على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، حيث نجد بعض هذه الدراسات اعتمدت بشكل أساسي على المسح الميداني مثل: دراسة (عادل فهمي، ٢٠١٧م)، ودراسة (رفعت البديري، ٢٠١٦م)، ودراسة (يوسف الفيلكاوي، ٢٠١٦م)، ودراسة (وديع العززي، ٢٠١٥م)، ودراسة (حسين الشهراني، ٢٠١٨م)، ودراسة (بشار عبدالرحمن، ٢٠١٦م). في حين اعتمدت بعض

الدراسات الأخرى على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، ومن هذه الدراسات: دراسة (مها عبد العظيم، ٢٠١٦م)، ودراسة (منى أحمد، ٢٠١٣م)، ودراسة (أحمد عثمان، ٢٠١٥م)، ودراسة (نجية العناني، ٢٠١٦م)، ودراسة (فتحي شمس الدين، ٢٠١٦م). كما وُجدت بعض الدراسات التي استخدمت مناهج أخرى مثل: منهج دراسة العلاقات الارتباطية ومنهج دراسة الحالة، والمنهج المقارن، ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت منهج دراسة العلاقات الارتباطية: دراسة (همت حسن، ٢٠١٥م)، ودراسة (علا عبدالقوي، ٢٠١٥م). ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت المنهج المقارن: دراسة (هيثم جودة، ٢٠١٦م)، دراسة (أميرة النمر، ٢٠١٤م)، ودراسة (عهد أبو دراز، ٢٠١٨م)، ودراسة (انتصار سالم، ٢٠١٣م). ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت منهج دراسة الحالة: دراسة (سحر عبدالموجود، ٢٠١٤م). واعتمدت بعض الدراسات على المنهج التجريبي مثل: دراسة (رشا مزروع، ٢٠١٨م)، ودراسة (سماح الشهاوي، ٢٠١٦م). في حين لم يوجد بين الدراسات عينة التحليل سوى دراسة واحدة اعتمدت على المنهج التاريخي وهي دراسة (عبد الحليم يعقوب، ٢٠١٥م). كما لم توجد بين عينة التحليل سوى دراسة واحدة اعتمدت على المنهج الإتيولوجي الذي يهتم بدراسة معاني الكلمات ودلالاتها وانتشارها وذيوها وهي دراسة (لميس الوزان، ٢٠١٦م).

أما فيما يتعلق بالأدوات التي استخدمتها الدراسات عينة التحليل في جمع البيانات، فقد تصدرت أداة الاستبيان الأدوات البحثية المستخدمة في جمع البيانات، ومن أمثلة الدراسات التي استخدمت أداة الاستبيان في جمع البيانات: دراسة (إسلام عثمان، ٢٠١٦م)، ودراسة (فهيد الشمري، ٢٠١٦م)، ودراسة (مجدي الداغر، ٢٠١٥م)، ودراسة (ماجدة مراد، ٢٠١٢م). في حين اعتمدت بعض الدراسات الأخرى بالإضافة إلى أداة الاستبيان على صحيفة تحليل المضمون، ومن أمثلة هذه الدراسات: دراسة (زينهم حسب النبي، ٢٠١٧م)، ودراسة (دعاء جمعة، ٢٠١٨م)، ودراسة (غادة عطية، ٢٠١٧م)، ودراسة (محمد عبدالعزيز، ٢٠١٧م)، ودراسة (محمود عبدالحليم، ٢٠١٥م)، ودراسة (أحمد متولي، ٢٠١٧م)، ودراسة (كريستينا، بدوي، ٢٠١٨م). واستخدمت بعض الدراسات مجموعات النقاش المركزة في جمع بيانات الدراسة مثل: دراسة (رحاب محمد، ٢٠١٧م)، ودراسة (Bahjat Abuzanouna, 2015)، ودراسة (حسنا منصور، ٢٠١٧م). واعتمدت بعض الدراسات على المقابلة كأداة لجمع بيانات الدراسة، ومن أمثلة هذه الدراسات: دراسة (سحر عبدالموجود، ٢٠١٤م)، ودراسة (ثرثيا البدوي، ٢٠١٥م)، ودراسة (ممدوح الحيطي، ٢٠١٢م). كما استعانت بعض الدراسات بالملاحظة كأداة مساعدة في جمع بيانات الدراسة، ومن أمثلة هذه الدراسات: دراسة (غادة اليماني، ٢٠١٥م)، واستعانت دراسات أخرى بالمحادثات التلفونية كأداة مساعدة في جمع بيانات الدراسة، ومن أمثلة هذه الدراسات دراسة (ثرثيا البدوي، ٢٠١٥م).

رابعاً: فئة النتائج:

من خلال تحليل الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من ١ يناير ٢٠٠٩م إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٨م؛ تمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج المهمة التي يمكن استعراضها في النقاط التالية:

١- أن ظهور الإنترنت شكّل ثورة في مجال الاتصال والإعلام، وأثر بشكل كبير على الجمهور بفئاته المختلفة، وألقي بظلاله بشكل واضح على فئة الشباب بشكل عام، والشباب العربي بشكل خاص؛ وحوّلهم من نمطية عصر الاتصال الجماهيري إلى تنوع عصر الاتصال الرقمي.

٢- كشفت نتائج الدراسة عن الارتفاع الملحوظ لاستخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام الرقمية، وهو ما انعكس بالسلب على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، فعلى الرغم من أن الوسائل التقليدية لا تزال متواجدة على الساحة الإعلامية فإن استخدامها من قبل الشباب العربي في طريقه للانخفاض التدريجي، وهو ما يمكن أن نطلق عليه - مجازاً - الهجرة التدريجية لاستخدامات الشباب العربي من البيئة الاتصالية والإعلامية التقليدية إلى البيئة الرقمية والافتراضية.

٣- محدودية الدراسات الإعلامية الأجنبية التي تناولت الشباب العربي خلال فترة التحليل من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨م، إذا ما قورنت بالكُم الهائل من الدراسات الإعلامية العربية التي تناولت استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وظهور اهتمام واضح وملحوظ من كل من الدراسات العربية والأجنبية خلال فترة التحليل بالتركيز على البحث في التأثيرات السياسية الناجمة عن استخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة؛ وربما يرجع ذلك إلى أن تلك الفترة التي أجريت فيها الدراسات محل التحليل حدثت فيها أحداث الثورات العربية التي كان للشباب دور فاعل ومؤثر فيها؛ وهو ما دفع إلى الاهتمام من خلال الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية بالبحث في دور الإعلام في التنشئة السياسية للشباب العربي.

٤- أن الجيل الرقمي الجديد أصبح يشعر بانفصال نسبي عن المجتمع التقليدي؛ لاندماجه في شبكات التواصل الاجتماعي التي تنتشر وتتنوع بقدر تنوع الاهتمامات والمجالات، حيث تصدرت مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي استخدامات الشباب لوسائل الإعلام الجديد، لدرجة جعلت العديد منهم يدمنون على هذه المواقع والتطبيقات، وهو ما انعكس أثره بالسلب على العلاقات الاجتماعية؛ فأدى بالشباب إلى العزلة وتفكك الروابط الأسرية، وتفضيل التواصل الشبكي من خلال الهواتف الذكية على التواصل الواقعي، حيث حلت محل العلاقات الاجتماعية الواقعية علاقات افتراضية في الفضاء الإلكتروني، كما أوجدت وسائل الإعلام الجديد فجوة بين الأجيال، حيث أصبح الجيل الرقمي يتعرض لمصادر متنوعة، ولم يعد البيت والمدرسة والمسجد هي المحاضن التربوية والموجهات الوحيدة للشباب العربي.

٥- أن وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والرقمي قد ساهمت في تغيير المنظومة القيمية والأخلاقية للشباب العربي، وأصبح الإنترنت يمثل فضاءات مفتوحة يَبْتُ من خلالها الغث والسمين دون قيود على محتواها؛ مما جعل هوية الشباب العربي مصدراً للتهديد المحتمل الوارد من مجتمعات وثقافات مغايرة لثقافتنا؛ سواء من خلال القنوات الفضائية عبر الإنتاج البرامجي الوافد أو من خلال الفضاءات الإلكترونية المفتوحة على الإنترنت.

٦- كشفت نتائج الدراسة عن محدودية الدراسات الإعلامية التي تناولت التأثيرات الاقتصادية والتنموية لوسائل الإعلام التقليدي والجديد على الشباب العربي، بالرغم من أن للشباب دوراً كبيراً ومهماً في تنمية المجتمعات وبنائها، حيث إن الشباب وسيلة التنمية وغايتها، فالشباب يسهمون بدور فاعل في تشكيل ملامح الحاضر واستشراف آفاق المستقبل، والمجتمع لا يكون قوياً إلا بشبابه، والأوطان لا تُبنى إلا بسواعد شبابها.

٧- أبرزت نتائج الدراسة أنه في أوقات الأزمات تزداد حاجة الشباب إلى المعلومات؛ لفهم ومعرفة ما الذي يحدث حولهم، وتكون وسائل الإعلام هي المصدر الأول الذي يلجأون له لاستقاء معلوماتهم بشأن تلك الأزمات، حيث تتصاعد درجات ومستويات اعتماد الشباب على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات في حالة وقوع أزمة، كما أصبحت الوسائل الإعلامية الحديثة ذات تأثير كبير على مختلف الأزمات والصراعات الداخلية والدولية؛ لذلك فوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والرقمي تمتلك القوة في التأثير على مختلف الأحداث والأزمات.

٨- رصد التحليل المرجعي الانعكاسات والتأثيرات السلبية لاستخدام وسائل الإعلام، وخاصة وسائل الإعلام الرقمية على التحصيل الدراسي والأكاديمي للشباب العربي، حيث أوضحت العديد من الدراسات أن انشغال الشباب بوسائل بالإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي قد أثر سلبياً على أدائهم الدراسي ومعدلهم الأكاديمي.

٩- أسهمت وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والرقمي في تصدير صور نمطية للشباب العربي أثرت في تكوين مدركاته وتشكيل اتجاهاته وتوجيه سلوكه فيما يتعلق بالموضوعات والقضايا المختلفة، بعض هذه الصور قد تشبه الواقع، والبعض الآخر مخالفة تماماً لما توجد عليه في الحياة الواقعية.

١٠- كشفت نتائج الدراسة وجود علاقة بين تعرُّض الشباب العربي للعنف المقدم من خلال وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والرقمي والسلوك العدواني لديهم، وأن العلاقة متبادلة في الاتجاهين؛ بمعنى أن التعرض للعنف يحفز ممارسة السلوك العدواني، وممارسة السلوك العدواني في الاتجاه المقابل تحفز سلوك التعرض للعنف في وسائل الإعلام.

١١- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت أصبح بيئة آمنة للتنظيمات الإرهابية التي أُمِنَتْ في استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية عبر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي؛ للتأثير على الشباب وإقناعهم بتوجهاتها وتجنيدهم وانضمامهم إلى صفوفها، من خلال الاستناد إلى نصوص

شرعية مجتزأة خارج سياقها التاريخي والفقهّي والاستدلالي؛ مما كان له أثرٌ في بعض الشباب الذين استجابوا لتلك الرسائل، وساهموا في إعادة نشرها؛ مما وسّع دائرة النشاط الإعلاميّ للتتظيمات الإرهابية.

١٢- أكدت نتائج الدراسة على أنّ صعوبة فرض رقابة حكومية على الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعيّ مهّد البيئة الرقمية لتكون أرضاً خصبة تنمو فيها الشائعات وتنتشر، وهو ما يترك انعكاساتٍ سلبية على الشباب العربيّ، تثير البلبلة وتؤثر على الأمن والسلم المجتمعيّ.

١٣- أوضحت نتائج الدراسة لجوء كثير من الدراسات العربية إلى تكرار الأفكار البحثية نفسها، مع اختلاف في العينة أو اختلاف في الفترة الزمنية، وتندرج غالبية هذه الدراسات تحت الدراسات الوصفية، في حين نجد ندرة في الدراسات الإعلامية التجريبية التي أجريت على الشباب العربيّ، بالإضافة إلى استناد بعض الدراسات العربية في إطارها النظريّ إلى نظريات ونماذج تفسيرية غريبة لا تتلاءم مع واقع البيئة العربية وظروفها.

١٤- كشفت نتائج الدراسة عن ندرة الدراسات الإعلامية العربية التي اهتمت بالبحث في استخدامات الشباب من ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، بالرغم من أنّ الملاحظ في الواقع أنّ هذه الفئات من الشباب تستخدم وسائل الإعلام بشقيها التقليديّ والرقميّ بأشكال مختلفة بما يلبي حاجاتهم ويتناسب مع إعاقاتهم.

المبحث الثالث

الرؤية المستقبلية والأجندة البحثية المستخلصة من العرض التحليلي

من خلال العرض التحليلي، يمكن وضع تصوّر للرؤية المستقبلية والأجندة البحثية حول اتجاهات بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في النقاط التالية:

١- التوسع في الدراسات الإعلامية التي تهتم بالبحث في استخدامات الشباب العربيّ لوسائل الإعلام في البيئة الرقمية، والتعرف على تأثيراتها الإيجابية والسلبية عليهم في مختلف النواحي، وعلى كافة الأصعدة.

٢- توجيه الاهتمام للبحوث الإعلامية العربية التي يتمّ تطبيقها على النخبة الإعلامية من المتخصصين الأكاديميين والمهنيين؛ بهدف التعرف على كيفية النهوض بالمضمون المقدم بوسائل الإعلام التقليدية، والبحث عن عناصر جذب ينفرد ويتميز بها عن وسائل الإعلام الرقمية؛ من أجل تحقيق قدر من التوازن يحافظ على بقائها واستمرارها أمام المنافسة الشرسة من وسائل الإعلام الرقمية بما تتمتع به من مزايا اتصالية فائقة.

٣- اهتمام الجامعات ومراكز البحوث بإجراء الدراسات التي تبحث في التأثيرات الاقتصادية والتنموية لوسائل الإعلام التقليدي والجديد على الشباب العربيّ، حيث يمثل الشباب عصب التنمية؛ مما يحتم

الاهتمام بدراسة القضايا الاقتصادية المختلفة كالفقر والبطالة، والتحول من الاستهلاك إلى الإنتاج، ومساندة المشروعات الاقتصادية، والمشاركة المجتمعية في الأعمال التطوعية والخيرية، والتنمية المستدامة، وهجرة العقول العلمية، وغيرها من القضايا الاقتصادية؛ للتعرف على انعكاسات معالجتها من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الشباب العربي.

٤- الاهتمام بالبحوث الإعلامية التي يتم تطبيقها على المتخصصين من الإعلاميين والتربويين الأكاديميين والمهنيين؛ بهدف التوصل إلى إجراءات وآليات تساعد الشباب العربي في الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام الرقمية، بما يجعلهم يستثمرون هذه الوسائل بالشكل الأمثل، ويستفيدون من المزايا الاتصالية التي توفرها التكنولوجيا الحديثة، وفي الوقت نفسه يخلق حصانة ذاتية تحميهم من المخاطر والسلبيات التي تتسرب من خلالها.

٥- الاهتمام بالدراسات الإعلامية العربية التي تركز على العنف المقدم من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بأوعيته المتعددة وأشكاله المختلفة وانعكاساته على السلوك العدواني للشباب العربي، خاصة وأن المجتمعات العربية في الفترة الأخيرة قد شهدت موجات متكررة من العنف سادت معظم الدول العربية، ولا تزال بعض الدول تعاني ويلاتها حتى الآن.

٦- توجيه المزيد من الاهتمام للدراسات الإعلامية العربية التي تركز على التأثيرات الثقافية للمضمون الإعلامي الوافد من ثقافات مغايرة لثقافتنا العربية والإسلامية وانعكاساتها على الشباب العربي سواء تدفق هذا المضمون من خلال القنوات الفضائية أو عبر فضاءات الإنترنت المفتوحة.

٧- الاهتمام بإجراء دراسات إعلامية عربية للتعرف على الأساليب الإقناعية والدعائية التي تتبعها التنظيمات الإرهابية والحركات المتطرفة فكرياً وأساليب توعية الشباب العربي وتحصينه ضد التأثير بأفكار هذه الجماعات المتطرفة والطرق والأساليب المثلى لمواجهة الإرهاب الإلكتروني في البيئة الرقمية.

٨- الحرص على اختيار أفكار بحثية أصيلة للدراسات الإعلامية العربية ومراعاة عدم تكرار الموضوعات والقضايا البحثية، والتركيز بشكل أكبر على الدراسات التجريبية التي يتم إجراؤها على الشباب العربي، والعمل على تنويع أدوات جمع البيانات في الدراسات الإعلامية، بما يؤدي إلى إثراء النتائج وتكاملها.

٩- تخصيص مقررات في برنامج الماجستير والدكتوراه بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية لتدريب الباحثين على كيفية بناء النظرية العلمية، بما يساعدهم على إيجاد نظريات ونماذج تفسيرية للظواهر المختلفة في الدراسات الإعلامية العربية، بحيث تكون نابعة من البيئة والثقافة العربية، مع مراعاة عدم إقحام نظريات أجنبية في غير موضعها لمجرد الاستناد إلى إطار نظري.

- ١٠- الاهتمام بالدراسات الإعلامية العربية التي تركز على البحث في استخدامات الشباب من ذوي الاحتياجات الخاصة لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، بما يتناسب مع إعاقاتهم ويُسبغ حاجاتهم ويلبي رغباتهم.
- ١١- الاهتمام بإجراء المزيد من الدراسات التي تبحث في مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ومخاطر انتشار الشائعات في البيئة الرقمية، وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
- ١٢- حتمية مناقشة النخب الإعلامية والأكاديمية والتشريعية والقائمين بالاتصال في نتائج الدراسات الإعلامية المتعلقة بالعلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي والجديد مما يمكن أن يثري النقاش، ويثير تصورات لمستقبل الرقابة على التجاوزات التي تحدث في وسائل الإعلام الجديد مثلما النقاش المجتمعي المحتد بخصوص الرقابة على وسائل الإعلام التقليدية.
- ١٣- العمل على إيجاد برنامج وطني يدرّب الشباب على الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي دون تقييد لحريتهم في الرأي والتعبير، والاستفادة من أطروحات الشباب وأفكارهم ومبادراتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وتحويلها إلى مشروع وطني لخدمة وتنمية المجتمع يتم تنفيذه بمشاركة منهم.

قائمة المراجع:

- ١- علم الدين، محمود. (٢٠١٣م). الإعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل. ط١، القاهرة: دار السحاب، ص ٥٨.
- ٢- شفيق، حسنين. (٢٠١٠م). الإعلام الجديد: الإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية. ط١، القاهرة: دار فكر وفن، ص ٧٩.
- ٣- الدليمي، عبد الرازق. (٢٠١٨م). الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار الابتكار، ص ٣٠٩.
- 4-Card, Noel. (2012). **Applied Meta-Analysis for Social Science Research**. New York: Guilford press, p.5.
- ٥- الحيدري، محمد سليمان. (١٤٣٦هـ). علاقة استخدام الإنترنت ببعض السمات الشخصية في ضوء بعض المتغيرات لدى عينة من طلاب جامعة الملك سعود. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عمادة البحث العلمي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد السابع والثلاثون، ص ص ١٤٣ - ١٩٨.
- ٦- عبد البديع، محمد. (٢٠١٢م). دوافع استخدام الشباب السعودي للإنترنت والاشباعات التي تحققها. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الثامن والثلاثون، ص ص ٣٢٧-٣٥٨.
- ٧- البشري، هنيدي عطية. (٢٠١٧م). مقاهي الإنترنت وأثرها على الشباب: دراسة ميدانية بمدينة جدة. **مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية**، المجلد العاشر، العدد الأول، ص ص ١١٥-١١٠.
- ٨- لعياضي، نصر الدين. (٢٠١٢م). الشباب في دولة الإمارات والإنترنت: مقارنة للتمثيلات والاستخدامات. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد الثامن، ص ص ٨٠-١١.

- ٩- عبد العزيز، عزة. (٢٠١١م). العوامل المؤثرة في تعامل الفتاة العربية مع الإنترنت دراسة سوسيو إعلامية مقارنة بين الفتيات المصريات والسعوديات. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والثلاثون، ص ص ٧٥-١٢٠.
- ١٠- فيصل، رعد. (٢٠١١م). دوافع استخدام الشباب الكويتي للمواقع الالكترونية عبر الإنترنت. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثالث، ص ص ٤٥٥-٤٩٣.
- ١١- فاروق، دينا. (٢٠٠٩م). استخدامات الشباب الجامعي لغرف المحادثة الالكترونية الأجنبية دراسة مقارنة بين الشباب العربي والشباب الأجنبي. **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات،** في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، الجزء الثاني، ص ص ٩١١-٩٥٥.
- ١٢- عبد الغني، أمين سعيد. (٢٠١٢م). استخدام وسائل الموجة الرقمية الثالثة وتكوين الشباب المصري للشبكات متعددة الأبعاد. **المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة، بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة،** الجزء الأول، ص ص ٢٧٣-٣٣٠.
- ١٣- العتيبي، مطلق طلق. (٢٠١٤م). استخدامات الشباب للهواتف الذكية دراسة إثنوجرافية بمكة المكرمة. **مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية،** المجلد السابع، العدد الأول، ص ص ١١-٧٤.
- ١٤- أحمد، حنان. (٢٠١٦م). دوافع واستخدامات الجوال لدى طلبة الجامعة في المملكة العربية السعودية. **المجلة العربية للإعلام والاتصال،** العدد الخامس عشر، ص ص ١٨٣-٢٢٤.
- ١٥- حمدي، نورة. (٢٠١٤م). استخدامات الشباب السعودي للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والأربعون، ص ص ٥٦٥-٦١٩.
- ١٦- الشقصي، عبيد بن سعيد. (٢٠١٢م). الاستخدامات والإشباع المتحققة من استخدام الشباب في سلطنة عمان للهاتف المحمول. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، ص ص ٤١٥-٤٤٨.
- ١٧- سعدان، فؤاد علي والميتي، معين. (٢٠١٧م). دوافع استخدام طلبة الجامعات للهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها: دراسة مسحية مقارنة بين الطلاب الخليجيين واليمنيين. **المجلة العربية للإعلام والاتصال،** العدد الثامن عشر، ص ص ١١٣-١٦٦.
- ١٨- ملح، حبيب خلف. (٢٠١٣م). استخدامات طلبة جامعة تكريت للموبايل كوسيلة اتصالية وإعلامية والإشباع المتحققة منه. **مجلة آداب الفراهيدي،** المجلد الثاني، العدد الرابع عشر، ص ص ٤٧١-٥٢٤.
- ١٩- عبد السلام، نجوى وعبد المجيد، مها. (٢٠١٧م). استخدام الشباب العربي للمضمون الإخباري عبر المنصات الإلكترونية المحمولة. **المجلة العربية للإعلام والاتصال،** العدد الثامن عشر، ص ص ١٦٧-٢٢٤.
- ٢٠- فهمي، عادل. (٢٠١٧م). تعرّض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بهوية جيل الإنترنت والفجوة بين الأجيال. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ص ص ٥١-١٠٤.
- ٢١- البدر، رفعت محمد. (٢٠١٦م). دور الشبكات الاجتماعية في إيمان الطلاب المراهقين لاستخدام الهواتف الذكية: دراسة ميدانية. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، ص ص ٩٣-١٣٣.
- 22 - Fadl, Mohamed. (2018). Beyond Access to Social Media Comparison of Gratifications, Interactivity, and Content Usage among Egyptian Adults. **Global Media Journal**, Vol.16, Issue.30, pp.1-13.
- ٢٣- الزهري، محمد محفوظ. (٢٠١٦م). استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والخمسون، ص ص ١٤٩-١٨٢.
- ٢٤- فايز، فاطمة. (٢٠١٨م). العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال،** جامعة الأهرام الكندية، العدد الثالث والعشرون، السنة السادسة، ص ص ٢١٢-٢٣٦.

٢٥- صلاح الدين، خالد. (٢٠١١م). اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية الثراء الإعلامي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، ص ص ١-٥٣.**

٢٦- كمال، أمال. (٢٠١١م). استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي بالتطبيق على موقع Face book. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، ص ص ١٠٣-١٤٧.**

٢٧- شتلة، ممدوح السيد. (٢٠١٧م). استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك- تويتر) والإشباع المتحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعات المصرية. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، ص ص ٣٤٥-٤٥٩.**

٢٨- السقا، همت حسن. (٢٠١٥م). إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي- دراسة في تأثير الشخص الثالث. **بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.**

٢٩- آل سعود، نايف بن ثنيان. (١٤٣٦هـ). دوافع استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمادة البحث العلمي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد الرابع والثلاثون، ص ص ٢٠١-٢٦٢.**

٣٠- محمد، فاطمة الزهراء وعبد المحسن، بسنت. (٢٠١٣م). استخدامات الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بأنماط الشخصية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والأربعون، ص ص ١١٩-١٤٣.**

٣١- الكندي، عبد الله بن خميس والرشيدي، هلال بن علي. (٢٠١٦م). استخدامات طلبة جامعة السلطان قابوس لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية والإشباع المتحققة. **مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد الثالث عشر، العدد الأول، ص ص ١١٥-١٤٣.**

٣٢- الفيلكاوي، يوسف محمد. (٢٠١٦م). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الكويت: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والخمسون، ص ص ٥٧٥-٦٣٩.**

33- Wist, Julie & El-Tantawy, Nahed. (2012). Social Media Use among UAE College Students One Year after the Arab Spring. **Journal of Arab & Muslim Media Research, Vol.5, No.3, pp. 209-226.**

٣٤- منصور، تحسين. (٢٠١٤م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني. **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد السابع، العدد الثاني، ص ص ٢٨٧-٣٠٦.**

٣٥- الخصاونة، إبراهيم فؤاد. (٢٠١٥م). اتجاهات الشباب نحو شبكات التواصل الاجتماعي: (طلبة جامعة البتراء نموذجاً). **مجلة آداب الفراهيدي، العدد الحادي والعشرون، ص ص ٢٧٥-٣٠٣.**

٣٦- عبد الرحمن، بشار. (٢٠١٦م). علاقة الشباب الأردني الجامعي بالمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحوها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والخمسون، ص ص ٤٨٧ - ٥٣١.**

٣٧- الشهراني، حسين فايز. (٢٠١٨م). اعتماد الطلبة الخليجين على مواقع التواصل الاجتماعي في تواصلهم مع الهيئات الدبلوماسية لدول مجلس التعاون الخليجي. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثامن عشر، ص ص ٢١٥-٢٤٠.**

٣٨- عابد، زهير عبد اللطيف. (٢٠١٦م). استخدام الشباب الجامعي الفلسطيني للإعلانات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ص ص ٤٢-١.**

٣٩ - الطيب، رحيمة. (٢٠١٦م). أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي. **المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الخامس عشر، ص ص ١١-٩٠.**

40 - Ziani, Abdul Karim & others. (2017). Social Impact of Digital Media: Growth Pattern of Facebook in the Arab World. **Media Watch**,8,(2), pp. 177-191.

٤١- العززي، وديع محمد. (٢٠١٥م). استخدام الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك: دراسة مسحية على طلاب كليات وأقسام الإعلام في أربع جامعات عربية. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد الرابع عشر، ص ص ٧٩-١٣٤.

٤٢- عبده، منال. (٢٠١١). التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والثلاثون، ص ص ١٧٥-٢٢٨.

43 - Zoghaib, Shaima.(2016). The Relationship between Personality Traits and Active versus Interactive Facebook Usage among Female University Students in Egypt. **The Scientific Journal of Radio and TV Research**, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Issue No.8, PP.1-24.

٤٤- محمود، إيناس. (٢٠١٣م). دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على فيس بوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث والأربعون، ص ص ١٣٩-١٨٩.

٤٥- عبد الرحمن، بشار. (٢٠١٧م). علاقة الشباب الجامعي اليمني والإماراتي بموقع فيس بوك. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والخمسون، ص ص ٢٩٧ - ٣٥٠.

46 -Assani, Rahima & Abdullah, Abdurahman. (2018). Motives for the Use of Twitter by Arab Youth. **Communication Today**, Vol.9, No.1.

47 -Al- Kandari, Ali & others.(2016). Needs and Motives of Users that Predict Self-Disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait. **Journal of Creative Communications**, 11, (2), pp. 85-101.

٤٨- مراد، ماجدة. (٢٠١٢م). قدرات التحكم الذاتي لدى الشباب المصري الجامعي وعلاقتها بالتعرض للتلفزيون وموقع يوتيوب. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث والأربعون، ص ص ١-٥٢.

٤٩- علاونة، حاتم سليم وآخرون. (٢٠١٧م). استخدامات طلبة جامعة اليرموك للمدونات الإلكترونية والإشباع المتحققة منها. **مجلة اتحاد الجامعات العربية للأدب**، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، ص ص ٦٦٩-٦٩٨.

٥٠- عبد العظيم، مها أحمد. (٢٠١٦م). بحث دور المنتديات النسائية على الإنترنت في ترتيب أولويات القضايا الأسرية للفتاة الجامعية - دراسة تحليلية وميدانية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث، ص ص ٣٧٥-٤٠٦.

51 -Martin, Justin & Schoenbach, Klaus. (2016). Predictors of Blogging in six Arab Countries. **International Communication Gazette**, Vol.78, Issue.8, PP 733-754.

٥٢- ناجي، غالية زكي. (٢٠١٦م). استخدام المراهقين للمواقع الإلكترونية الرسمية والإشباع المتحققة منها. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

٥٣- الخصاونة، إبراهيم فؤاد. (٢٠١٢م). مدى إقبال الشباب على تصفُّح موقعي الجزيرة نت والعربية نت الإخباريتين: دراسة ميدانية. **مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية**، المجلد الثاني عشر، العدد الأول، ص ص ٩٣-١٠٦.

٥٤- حامد، حمدي أحمد. (٢٠١٦م). علاقة سيمبولوجيا تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتشكيل الواقع الافتراضي لدى المراهقين. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

٥٥- العجمي، سعود عبده. (٢٠١٥م). اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحافة الإلكترونية في الكويت: دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، ص ص ٢٨٣-٣٢٩.

٥٦- النجار، وليد عبد الفتاح وزقزوق، عبد الخالق إبراهيم. (٢٠١٧م). إدراك طلاب الإعلام لمفهوم صحافة الفيديو الإلكترونية واتجاهاتهم نحوها. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، ص ص ٧٩-١٨٥.

٥٧- عجيزة، مروة. (٢٠١١م). استخدام الشباب الكويتي المغترب بمصر لمواقع الصحف الكويتية والإشباع المتحققة منها. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، ص ص ٤٤١-٥٠٠.**

٥٨- آل سعود، نايف. (٢٠١١م). اتجاهات طلاب الجامعات الأهلية نحو الصحافة الإلكترونية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثالث، ص ص ٢٦٦-٢٣١.**

٥٩- صلاح، رباب. (٢٠١٨م). استخدام طلاب الجامعة للمواد الفكاهية المقدمة بوسائل الإعلام والإشباع التي تحققها لهم. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثامن عشر، ص ص ١٥٩-٢٠٧.**

٦٠- حسن، عبد الصادق. (٢٠١٥م). اتجاهات المراهقين نحو برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية: دراسة في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ص ص ٤٣-١٠٣.**

٦١- عبده، سلام أحمد. (٢٠١٥م). دوافع استخدام طلاب الجامعات المصرية للأفلام الوثائقية والإشباع المتحققة منها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون، ص ص ٣٨٣-٤٤٦.**

٦٢- عبد العاطي، محمود. (٢٠١٢م). تأثير الإعلان التليفزيوني بالقنوات الفضائية على السلوك الاستهلاكي للشباب الجامعي. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثامن والثلاثون، ص ص ٦٩-١٠.**

٦٣- المزاهرة، منال. (٢٠١٣م). تأثير إعلانات القنوات الفضائية في دعم السلوك الشرائي للشباب الأردني. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الأربعون، ص ص ٤١٩-٤٥٤.**

٦٤- درويش، عبد الرحيم والسمايسيري، محمود. (٢٠١٢م). استخدامات الشباب الجامعي للسلسلات التركيبية وإدراكهم لتأثيراتها: دراسة على عينة من طلاب جامعة اليرموك. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الحادي والأربعون، ص ص ٤٦١-٥٢٥.**

٦٥- المتبولي، داليا. (٢٠١٠م). استخدامات الشباب الجامعي للسلسلات التركيبية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة منها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس والثلاثون، ص ص ٢٧٣-٣٤٦.**

66-Sarnelli, Viola & Kobibi, Hafssa. (2012). National, Regional, Global T.V in Algeria: University Students and Television Audience after the 2012 Algerian media law. **Global Media and Communication**, vol.13, (1), pp. 57-83.

٦٧- حبزطي، إبراهيم. (٢٠١٨م). استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر. **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جمعية كليات الإعلام العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، ص ص ٢٢٧-٢٤٦.**

٦٨- فوزية، عبو. (٢٠١٨م). تمثلات الشباب الجزائري للبرامج الرياضية من خلال القنوات الفضائية الرياضية الخاصة: دراسة ميدانية على عينة من متتبعي قناة الهدف. **مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الرابع، ص ص ٢٦٩-٢٨٣.**

٦٩- رمزي، ماهينار والرواس، أنور. (٢٠١٧م). استخدامات الشباب العماني لإذاعات FM والإشباع المتحققة منها. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العاشر، ص ص ١٦٩-٢٣٣.**

٧٠- السويد، محمد. (٢٠١٦م). واقع قراءة الشباب للصحف وتأثيره على مستقبل علاقتهم بالصحافة الورقية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الدارسين في بعض المؤسسات الجامعية والتدريبية بمدينة الرياض. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني، ص ص ٢١٧-٣٠١٦.**

٧١- أبو حطب، عبد الحكم. (٢٠١١م). قارئية الشباب الجامعي للصحف الدينية دراسة مسحية لعينة من طلاب جامعتي الأزهر والزقازيق. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الخامس والثلاثون، المجلد الثاني، ص ص ٤٦٧-٤٩٨.**

٧٢- فاروق، سحر. (٢٠٠٩م). دور الصحافة الرياضية في تقديم نموذج القدوة للشباب دراسة مسحية للجمهور والمضمون. **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، الجزء الأول، ص ص ٣٨٩-٣٣١.**

73 -Schoenbach, Klaus. (2018). Audience Responses to Online Video in MENA: New Favorite Genres or Just More of The Same as on Television?. **International Communication Gazette**, Vol.80, Issue. 8.

٧٤- عبد الدايم، صفا محمد. (٢٠١٦م). استخدامات الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٧٥- حسن، عبدالصادق. (٢٠١٤م). تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية. **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية**، المجلد السابع، العدد الأول.

٧٦- السويد، محمد. (٢٠١٥م). استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض. **بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي للتطبيقات والإشكالات المنهجية**، كلية الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

٧٧- عيسوي، أحمد. (٢٠١٧م). استخدام الشباب السعودي للإعلام التفاعلي للمؤسسات الرسمية الإسلامية وعلاقته بالوسائل التقليدية دراسة ميدانية على عينة من طلاب وطالبات جامعة أم القرى. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد السابع والأربعون، ص ٦٤-١٣.

٧٨- عقل، نشوة. (٢٠١٠م). العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثاني، ص ٢٣٧-٢٨٨.

٧٩- عفيفي، محمود. (٢٠١٦م). العوامل المؤثرة في قراءة الصحف المصرية المطبوعة لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة أسوان. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، ص ٣٢٥-٣٩١.

٨٠- حميدان، سلمى وحيدان، بدر الدين. (٢٠١٨م). تأثير الصحافة الإلكترونية على مقروئية الشباب الجزائري للصحافة الورقية. **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد الخامس، ص ١٨٤-١٩٨.

٨١- خليل، أيسر. (٢٠١٧م). التعرض للصحافة الإلكترونية والمطبوعة: بحث ميداني على عينة من طلبة الجامعة. **مجلة الجامعة العراقية**، المجلد الأول، العدد التاسع والثلاثون، ص ٦٣٨-٦٤٨.

٨٢- الحربي، عدنان. (٢٠١٠م). تعرض الشباب الجامعي السعودي للإنترنت وانعكاسه على قراءة الصحف اليومية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الرابع والثلاثون، ص ٢٦٩-٣٠٥.

٨٣- فهمي، نجلاء. (٢٠١٦م). دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشباب المصري. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، ص ١٧٣-٢٢٩.

٨٤- مصطفى، أسماء محمد. (٢٠١٦م). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، ص ٢٧٥-٣٢١.

٨٥- الطيار، فهد بن علي. (٢٠١٤م). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجًا): دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود. **المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب**، المجلد (٣١)، العدد (٦١)، الرياض، ص ١٩٣-٢٢٤.

86- Abokhodair, Nora. (2017). Privacy and Social Media Use in the Arabian Gulf: Saudi Arabian & Qatari Traditional Values in the Digital World. **The Journal of Web Science**, Vol.3.

٨٧- الجمال، رباب. (٢٠١٤م). تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد الحادي عشر، ص ٨٩-١٦٨.

٨٨- اللبان، شريف وعمر، دينا. (٢٠٠٩م). المخاطر المتعلقة بالإباحية الإلكترونية على الشباب المصري وآليات مكافحتها دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي. **المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩، الجزء الثاني، ص ٨١١-٨٦٦.

٨٩- نصر، وسام. (٢٠٠٩م). اتجاهات الشباب المصري نحو الحملات الإعلامية الخاصة بتعزيز القيم الدينية والأخلاقية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد التاسع، العدد الثالث، ص ٢٨٣-٣٦٠.

90 - Mansour, Amin. (2017). The Role of Social Networks in Enhancing the Ethical Values inside the Palestinian Society: A Field Study on Media Students at Gaza Universities. **Journal of Humanities Research**, Vol.25, No.1, pp. 1-20.

٩١- خضير، ياس. (٢٠١٤م). اتجاهات الشباب الجامعي في مشاهدة الفضائيات وتأثيراتها المحتملة على القيم والسلوك. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثاني، ص ٢٠-٥٤.

٩٢- أحمد، منى. (٢٠١٣م). اكتساب عينة من الأطفال والمراهقين المصريين للقيم المقدمة في مسلسل يوميات ونيس. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني، ص ٢٧٩-٣٧٩.

٩٣- يونس، إلهام. (٢٠١٦م). اتجاهات الشباب الجامعي نحو القيم المطروحة في المسلسلات المذاعة في القنوات الدرامية المتخصصة. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، ص ٥٦٩-٦٦٣.

٩٤- خليفة، علاء الدين. (٢٠١٦م). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (المكان الثالث) وعلاقته بالهوية والخصوصية: دراسة ميدانية لأثر هذه المواقع على القيم الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية. **مجلة الجامعة العراقية**، المجلد الثالث، العدد السادس والثلاثون، ص ٥٢٠-٥٨٦.

٩٥- كامل، مروة. (٢٠١٨م). العلاقة بين الخطاب الديني للدعاة الجدد في القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية لدى الشباب. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.

٩٦- فتحي، دعاء. (٢٠١١م). استخدامات الشباب الجامعي السعودي للمواقع الاجتماعية على الإنترنت وعلاقتها بقيمهم المجتمعية دراسة على موقع الفيس بوك. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الخامس والثلاثون، المجلد الثاني، ص ٢٢٦-٢٩٣.

٩٧- أبو المكارم، ياسر. (٢٠٠٩م). القيم الاجتماعية كما تعكسها عناوين الصحف المصرية الخاصة وعلاقتها بالنسق القيمي لدى الشباب الجامعي دراسة في إطار مدخل ما بعد الحداثة ونظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة. **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات**، في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، الجزء الثالث، ص ١٤٦٧-١٤٩٦.

٩٨- سعد، محمد. (٢٠٠٩م). دور شبكة الإنترنت في إكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التي تتعارض مع القيم الأسرية. **المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩، الجزء الثاني، ص ٨٧٧-٩٣٣.

٩٩- جودة، هيثم. (٢٠١٦م). إيمان مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية لدى الشباب الجامعي المصري والسعودي: دراسة مقارنة في إطار نظرية رأس المال الاجتماعي. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ص ٢٣٣-٣٥٥.

١٠٠- لطفي، محمود وعبد الله، نوره. (٢٠١٤م). اتجاهات الشباب المصري نحو الآثار الاجتماعية والسلوكية لبرامج تليفزيون الواقع الترفيهية. **المؤتمر العلمي الدولي العشرون لكلية الإعلام جامعة القاهرة، بعنوان: مستقبل الإعلام المصري في ظل دستور ٢٠١٤م**، في الفترة من ٢٢-٢٣ يونيو، ص ١٥٣-١٩٣.

١٠١- عاشور، إيمان. (٢٠١٦م). تعرّض الشباب للبرامج الساخرة في القنوات الفضائية وعلاقته بالقيم التربوية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

- ١٠٢- عمران، منى والرفاعي، أحمد. (٢٠١٦م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الشباب الجامعي المصري قيم المواطنة. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد العاشر، ص ص ٤٢- ١١٢.**
- ١٠٣- النجار، وليد عبد الفتاح. (٢٠١٧م). دور الصحف المصرية الإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية لقيم المواطنة لدى الشباب المصري. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العاشر، ص ص ٩٧-٢٠٤.**
- ١٠٤- خليل، حسن. (٢٠١٠م). معالجة قضايا المواطنة والديمقراطية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وعلاقتها بإدراك المراهقين لها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والثلاثون، ص ص ٢١٩-٢٩٠.**
- ١٠٥- شتلة، ممدوح السيد. (٢٠١٦م). دور صفحات فيس بوك الدعوية الإسلامية في تعزيز القيم الدينية لدى الشباب المصري. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، ص ص ٢٣١-٣٢٣.**
- ١٠٦- عثمان، أحمد. (٢٠١٥م). دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب. **رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.**
- ١٠٧- منصور، محمود. (٢٠١٤م). تأثير استخدام الانترنت علي اخلاقيات طلاب الجامعة. **المجلة العربية لبحوث الاعلام وعلوم الاتصال، جامعة الاهرام الكندية، العدد الرابع، السنة الثانية، ص ص ٩٠- ١١٥.**
- ١٠٨- البيضا، مايا أحمد. (٢٠١٦م). استخدامات الشباب المصري لتطبيقات التفاعل بوسائل التكنولوجيا الحديثة وتأثيراتها على العلاقات الأسرية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والخمسون، ص ص ٢٣٩-٢٢٩٨.**
- ١٠٩- الأشرم، رضا. (٢٠١٥م). التأثير الاجتماعي لوسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي. **بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والاشكالات المنهجية، كلية الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، في الفترة من ١٠-١١ مارس ٢٠١٥.**
- ١١٠- جابر، سحر. (٢٠١٤م). الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني. **رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس.**
- ١١١- آل علي، فوزية. (٢٠٠٩م). الآثار الاجتماعية والنفسية للإنترنت على الشباب في دولة الإمارات دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشارقة. **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، الجزء الثاني، ص ص ١١٣٧-١١٨٧.**
- ١١٢- عبد الله، غفاف وحعفر، عبد الرحمن. (٢٠٠٩م). تأثير الإنترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الخرطوم السودان. **المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩، الجزء الثاني، ص ص ٧٥٣-٨١٠.**
- ١١٣- خطاب، أمل. (٢٠١٣م). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة المجتمعية للشباب المصري دراسة مقارنة بين واقع شباب الريف والحضر. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الأربعون، ص ص ٣٨٣-٤١٥.**
- ١١٤- النعيمي، عائشة. (٢٠١٣م). دراسة حول استخدامات الإنترنت والتفاعل الاجتماعي لدى الشباب في الإمارات العربية المتحدة. **مجلة شؤون اجتماعية، العدد ١١٧، السنة ٣٠.**
- ١١٥- منصور، حسناء. (٢٠١٣م). مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على تفاعل الشباب الجامعي العربي مع أسرهم. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الأربعون، ص ص ٢٠٣-٢٥٥.**
- ١١٦- غريب، محمد. (٢٠١١م). الاتصال عبر الإنترنت وتأثيره في إكتساب المهارات الاجتماعية لدى طلاب الجامعات. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، ص ص ١٨٧-٢٣٥.**
- ١١٧- شرف، هزاع. (٢٠١٦م). استخدام الهاتف المحمول وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لطلاب الجامعات في اليمن. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ص ص ٣٠١-٣٩٢.**

- ١١٨- عز الدين، سمر. (٢٠١٨م). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**. جامعة الأهرام الكندية، العدد الثالث والعشرون، السنة السادسة، ص ص ٢٠٠-٢١١.
- ١١٩- الضبع، ماهر. (١٤٣٦م). العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي- دراسة في الخصائص والمحددات. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد السابع والثلاثون، ص ص ١٣-٦٥.
- ١٢٠- الشيعي، حصة. (٢٠١٥م). الآثار السلبية المترتبة على استخدام طالبات الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي ودور الخدمة الاجتماعية في ضوء النموذج المعرفي: دراسة مطبقة على عينة من طالبات كلية الخدمة الاجتماعية والاختصاصات الاجتماعية بجامعة الأميرة نورة. **مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية**، المجلد السابع، العدد الثاني، ص ص ٤٣-١٤٠.
- ١٢١- يحيى، دينا. (٢٠١٣م). إدراك الشباب الجامعي لمحددات الواقع المصري وعلاقته بمتغيرات الواقع الإعلامي الجديد. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس والأربعون، ص ص ٢٢٧-٢٨٢.
- ١٢٢- الشامي، علاء. (٢٠١٣م). مواقع التواصل الإلكتروني ورأس المال الاجتماعي في المجتمع السعودي: دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي فيس بوك في مدينة الرياض. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد العاشر، ص ص ٧٩-١٤٤.
- ١٢٣- جودة، عبد الوهاب وآخرون. (٢٠١٦م). تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية وعلاقتها بالاغتراب لدى الشباب الجامعي في سلطنة عمان. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والخمسون، ص ص ٢٥١-٢٠٣.
- ١٢٤- الطيب، رحيمة. (٢٠١٤م). استخدام طلاب جامعة الشارقة للإنترنت والهواتف النقالة وتأثيراتها على تواصلهم الاجتماعي. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد الحادي عشر، ص ص ١٦٩-٢٤٨.
- ١٢٥- البريكان، لؤلؤة. (١٤٣٥هـ). تأثير مواقع وبرامج التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية للفتيات في المجتمع السعودي. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- ١٢٦- عادل، أحمد. (٢٠١٣م). التفاعلية بالمواقع الإلكترونية الصحفية والاجتماعية وعلاقتها بمستوى التفاعل الاجتماعي والسياسي لدى الشباب المصري في إطار نظريتي ثراء الوسيلة والحضور الاجتماعي. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- ١٢٧- مراد، ماجدة. (٢٠١٤م). فاعلية الذات المدركة لدى طلاب أقسام الإعلام التربوي وعلاقتها بالتعرض لوسائل الاتصال والاتجاه نحو المشاركة المجتمعية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والأربعون، ص ص ٨١-١٢٨.
- ١٢٨- حسام الدين، غادة. (٢٠١٤م). أنماط مشاهدة الشباب لبرامج تليفزيون الواقع العربية وإدراكهم لمدى تأثيرها على المجتمع - دراسة في تأثير الشخص الثالث. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والأربعون، ص ص ٤٢١-٤٨٨.
- ١٢٩- الوزان، لميس. (٢٠١٦م). تعرُّض الشباب للسلسلات المصرية وعلاقتها بسلوكياتهم. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ١٣٠- منصور، حسناء. (٢٠١٧م). تأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على درجة الإفصاح عن الذات لدى الفتاة السعودية وعلاقته برأس المال الاجتماعي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والخمسون، ص ص ٢٥٧-٣١١.
- ١٣١- عبد البديع، محمد. (٢٠١٦م). دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثاني عشر، ص ص ٩٩-١٦٢.
- ١٣٢- النمر، أميرة. (٢٠١٤م). استخدامات طالبات الجامعات المصرية والسعودية لوسائل الإعلام الجديد وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي لديهن: دراسة ميدانية بالتطبيق على ظاهري اضطراب صورة الجسم والعزلة الاجتماعية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث عشر، العدد الأول مزدوج، ص ص ١٨٥-٢٥٦.

١٣٣- زكريا، نرمين. (٢٠٠٩م). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدم موقع Face book. **المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩، الجزء الثاني، ص ص ٩٣٥-١٠٣٥.

١٣٤- غريب، محمد وحلمي، وجدي. (٢٠١٧م). الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الشباب الجامعي السعودي والمصري للسناب شات كأحد قنوات التواصل الاجتماعي. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الخامس عشر، ص ص ٩-٧٣.

١٣٥- مصطفى، نجلاء. (٢٠١٧م). معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية بالبرامج الاستقصائية بالقنوات الفضائية وتأثيراتها على المراهقين. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

١٣٦- الخصاونة، إبراهيم فؤاد. (٢٠١٤م). تأثير المحطات التلفزيونية الأردنية الخاصة على طلاب الجامعات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، جامعة الأردن، المجلد الحادي والأربعون، العدد الأول، ص ص ٢٣٦-٢٥٦.

137- Lemith, Dafna. (2014). Inhabiting Two Worlds: The Role of News in The Lives of Jewish and Arab Children and Youth in Israel. **The International Communication Gazette**, Vol.76, Issue.2, pp.128-151.

١٣٨- عبد السلام، أحمد. (٢٠١٥م). علاقة الاستراتيجيات الإعلانية بأبعاد الهوية الاجتماعية المدركة لدى الشباب المصري في ظل العولمة - دراسة كيفية. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، ص ص ٤٠٧-٤٨٨.

139- Mellor, Noha. (2013). Countering Cultural Hegemony: Audience Research in The Arab World. **Journal of Arab & Muslim Media Research**, Vol.6, No.2-3, pp. 201-216.

١٤٠- ذو الفقار، شيماء. (٢٠١٤م). العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في التلفزيون والهوية الثقافية لدى الشباب المصري. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والأربعون، ص ص ٧٣-١٣٩.

١٤١- حرب، غسان. (٢٠١٥م). دور البرامج الأجنبية المقدمة على الفضائيات العربية في الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي الفلسطيني. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

١٤٢- البدوي، ثريا. (٢٠١٥م). هل تؤثر تكنولوجيا الاتصال على الهوية الثقافية للمجتمع العربي - رؤية نقدية لواقع الشباب الجامعي العربي في سياق المدخل البنائي. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، ص ص ١٤١-١٩٩.

١٤٣- عثمان، إسلام. (٢٠١٦م). استخدام الشباب المصري لتطبيقات الدردشة عبر الهاتف وعلاقته بمستوى ثقافة الحوار لديهم. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس، ص ص ٣٠١-٣٨٧.

١٤٤- صالح، سهير. (٢٠١٠م). استخدام مواقع الإنترنت التفاعلية وعلاقته بدعم ثقافة الحوار لدى الشباب المصري. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثاني، ص ص ٢٨٩-٣٥٤.

١٤٥- الشمري، فهد. (٢٠١٦م). دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والخمسون، ص ص ٦٩٥-٧٤٦.

١٤٦- العناني، نجية محمد. (٢٠١٦م). أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

١٤٧- أبو دراز، عهد ماهر. (٢٠١٨م). دور الصحافة الإلكترونية في تعزيز الانتماء الوطني لدى طلبة الجامعات الفلسطينية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

148 -Davie, William & others. (2013). The Arab Spring and the U.S Response: American and Middle Eastern Students Speak. **Global Media Journal**, Vol.12, Issue.22, pp.1-23.

١٤٩- فوزي، صفا. (٢٠١٦م). علاقة السلوك الاتصالي لطلاب الجامعات المصرية بتشكيل الاتجاهات والسلوكيات السياسية لهم في إطار عملية التنشئة السياسية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، ص ص ١- ١٨٠.

١٥٠- مراد، ماجدة. (٢٠١٢م). تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم الوعي السياسي لدى الشباب المصري الجامعي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والأربعون، ص ص ٧٣- ١٤٦.

١٥١- النجار، وليد. (٢٠١١م). الوسائط المتعددة بالمواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بإمداد طلبية الإعلام بالمعلومات حول أحداث ٢٥ يناير المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، ص ص ٣٠١- ٣٧٠.

١٥٢- الداغر، مجدي. (٢٠١٥م). دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مصر بعد ثورة يناير ٢٠١١. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والخمسون، ص ص ٥٠٩- ٦٠٧.

١٥٣- جابر، عماد الدين. (٢٠١٥م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب العربي نحو الثورات العربية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخمسون، ص ص ١٥٣- ٢٣٤.

١٥٤- العبد، نهى. (٢٠١٥م). اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون، ص ص ٥٥- ١٥٤.

١٥٥- مسعد، أسماء. (٢٠١٤م). معالجة القضايا السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصري نحو أحداث ٣٠ يونيو. **المجلة العربية لبحوث الإعلام وعلوم الاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد الرابع، السنة الثانية، ص ص ١٩٦- ٢١١.

١٥٦- نورة، غالون. (٢٠١٨م). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري (فيس بوك وتويتر نموذجًا). **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد الرابع، ص ص ٣٠٧- ٣٣٠.

١٥٧- الرفاعي، أحمد. (٢٠١٤م). العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

158- Roselyn, Du. (2018). Tined Revolutions in Prismatic News: Ideological Influences in Greater China Reporting on The Role of Social Media in The Arab Uprisings. **Journalism**, Vol.19, Issue.9 - 10.

159- Al- Harbi, Sawsan. (2018). The Role of New Media in Forming The Saudi Collegiate Youth Political Knowledge toward Arab- Arab Relations: A Descriptive Survey Study on a sample of students from King Saud University. **Arabian Journal of Media and Communication**, No.19.

١٦٠- الدسوقي، زكريا. (٢٠١٦م). استخدام الشباب الجامعي لمواقع الإذاعات الأجنبية الموجهة باللغة العربية وعلاقته بمعرفتهم بالقضايا السياسية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، ص ص ٥٢٥- ٥٦٧.

١٦١- سالم، انتصار. (٢٠١٢م). دور المدونات السياسية في دعم مفهوم حرية الرأي والتعبير السياسي لدى الشباب المصري - دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الحادي عشر، العدد الرابع، ص ص ٤٩- ١٠٨.

١٦٢- خليف، سعدية فوزي. (٢٠١٦م). دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحولات السياسية في مصر. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.

١٦٣- كمال، آمال. (٢٠١٥م). دور الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو الأحزاب السياسية وهوية الدولة المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع عشر، العدد الثالث، ص ص ٤٥٣-٥٠٤.**

١٦٤- القاضي، ندية. (٢٠١٣م). اتجاهات الشباب المصري نحو دور المواقع الإخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث والأربعون، ص ص ٢٨٣-٣٤٥.**

165 -Abu Zanouna, Bahjat. (2015). Palestinian Television and Public Participation. **International Communication Gazette**, Vol.77,(6), pp. 519-532.

١٦٦- سهام، حميدشي. (٢٠١٨م). دور الصحافة المكتوبة في تكوين الثقافة السياسية في الجزائر (جريدة الخبر نموذجًا): دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات الوسط جامعة الجزائر وجامعة تيزي وزو. **مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الرابع، ص ص ٣٣١-٣٥٢.**

167 -Tufekci, Zynep & Wilson, Christopher. (2012). Social Media and Decision to Participate in Political Protest: Observation from Tahrir Square. **Journal of Communication**, 62, pp. 363-379.

١٦٨- محمد، سماح. (٢٠١٢م). اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية: دراسة ميدانية بالتطبيق على الجولة الأولى في الانتخابات. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأربعون، ص ص ١١٩-١٩٦.**

١٦٩- الشربيني، عبير. (٢٠١٣م). تأثير حملات التسويق السياسي لمرشحي الرئاسة على السلوك الانتخابي للشباب المصري في انتخابات الرئاسة ٢٠١٢م. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والأربعون، ص ص ٢٢٧-٢٩٣.**

١٧٠- حجازي، جهاد. (٢٠١٥م). دور حملات التسويق السياسي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية دراسة تطبيقية على الانتخابات الرئاسية ٢٠١٤م. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، العدد الثامن، السنة الثالثة، ص ص ١٦٨-١٨٧.**

١٧١- عثمان، إسلام. (٢٠١٥م). تعرّض الشباب المصري للحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة وعلاقته بمستوى التعصب السياسي لديهم: دراسة تطبيقية على انتخابات ٢٠١٤م. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون، ص ص ٢٥٥-٣٢٣.**

١٧٢- سمير، أميرة. (٢٠١٤م). اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢م. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والأربعون، ص ص ٥٢١-٥٦٤.**

173 -Saad, Hassna. (2015). The Effect of Browsing Social Networking Websites: The Effect of Browsing YouTube on The Attitudes of Egyptians towards those who have Different Political Views. **Global Media Journal**, Vol.13, Issue, 25, pp. 1-32.

174- El Marzouki, Mohamed. (2015). Staire as Conter Discourse: Dissent, Cultural Citizenship, and Youth Culture in Morocco. **The International Communication Gazette**, Vol. 77,(3), pp. 282-296.

175-Elsayed, Yomna. (2016). Laughing Through Change Subversive Humor in Online Videos of Arab Youth. **International Journal of Communication**, 10, pp.5102-5122.

١٧٦- سالم، انتصار. (٢٠١٣م). تأثير التعرض للصحافة والإعلام الإلكتروني على تقييم الشباب الجامعي للأداء السياسي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والأربعون، ص ص ٣٨١-٤٣٨.**

١٧٧- سالم، ماجد. (٢٠١٤م). دور صحافة المواطن في تعزيز ثقافة التغيير السياسي والاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والأربعون، ص ص ٥٧٩-٦٤٣.**

١٧٨- الحسيني، أماني. (٢٠١٥م). العلاقة بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي والفاعلية السياسية الداخلية والخارجية: دراسة على عينة من شباب الجامعات المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخمسون، ص ٧٢-١**.

١٧٩- حمدي، محمود. (٢٠٠٩م). دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية. **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، الجزء الثالث، ص ١٥٥١-١٦٠٥**.

180- Shehata, Mostafa. (2017). Political Participation and Power Relations in Egypt: The Scope of Newspapers and Social Network Sites. **Media and Mass Communication**, Vol.5, Issue.3, pp. 53-63.

١٨١- جاد المولى، محمد. (٢٠١٧م). تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والخمسون، ص ٣٨٣-٤٤٣**.

١٨٢- عبد القوي، علا. (٢٠١٧م). دور وسائل الإعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والخمسون، ص ٥١٧-٥٦٥**.

١٨٣- قطبي، رضوان. (٢٠١٨م). شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي في المغرب. **مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الأول، ص ٢٥٩-٢٨٤**.

١٨٤- الجندي، رحاب محسن. (٢٠١٧م). البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بإدراك عينة من المراهقين للصراع السياسي. **رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس**.

١٨٥- فاروق، داليا. (٢٠١٨م). معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا الإسلام السياسي وعلاقته بإدراك عينة من المراهقين لها. **رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس**.

١٨٦- آل سعود، سعد بن سعود. (٢٠١٨م). الأخبار السلبية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستوى القلق السياسي لدى الشباب الجامعي. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد التاسع عشر، ص ٣١-٦٩**.

١٨٧- عبد الغفار، عادل. (٢٠٠٩م). العلاقة بين متابعة الشباب الجامعي لتطورات الإصلاح السياسي كما يعرضها التلفزيون واتجاهاتهم نحو مستقبل العمل السياسي في مصر. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، ص ١-٤٤**.

١٨٨- أحمد، منى. (٢٠١٤م). دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد الإعلامي والسياسي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والأربعون، ص ٢١٣-٣١٦**.

١٨٩- عبد الرحمن، أسامة. (٢٠١٤م). دور فيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري. **رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس**.

١٩٠- الدسوقي، زكريا. (٢٠٠٩م). قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بمعرفة المراهقين بهذه القضايا. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الحادي والثلاثون، ص ٩٥-١٥٩**.

١٩١- الجابري، لبنى. (٢٠١٧م). استخدام الشباب الجامعي للإنترنت في الحصول على المعلومات حول الانتخابات الرئاسية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العاشر، ص ٥٢١-٥٤٦**.

١٩٢- العساف، عبد الله. (٢٠١٧م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب السعودي تجاه القضايا العربية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العاشر، ص ٣٢٥-٣٧٠**.

١٩٣- شمس الدين، فتحي. (٢٠١٧م). معالجة القضايا السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي واتجاه الشباب المصري نحو أحداث ٣٠ يونيو (صفحة حركة تمرّد، وجهة الإنقاذ الوطني - نموذجًا). **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العاشر، ص ٥٧-٩٠**.

- ١٩٤- شمس الدين، فتحي. (٢٠١٦م). معالجة البرامج الحوارية للقضايا السياسية في مرحلة التحول الديمقراطي وعلاقتها بقلق المستقبل لدى الشباب المصري. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ص ص ١٤٥-١٠١.
- ١٩٥- مصطفى، ميرال. (٢٠١٦م). التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستويات الاغتراب السياسي لدى الشباب المصري. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس، ص ص ١٧٣- ٢٣٢.
- ١٩٦- ذو الفقار، شيماء. (٢٠٠٩م). العلاقة بين حجم التعرض للمدونات السياسية والأخبار التلفزيونية ومستوى الاغتراب السياسي لدى الشباب المصري. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، ص ص ١٢١- ٢٣٢.
- ١٩٧- جمعة، إيمان السيد. (٢٠١٦م). دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين المغتربين بالدول العربية. *رسالة دكتوراه غير منشورة*، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- ١٩٨- الوزان، عبد الله محمد. (٢٠١٤م). دور القنوات الإخبارية العربية في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات أثناء ثورة ١٧ فبراير الليبية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الخامس، ص ص ١٦-٤٨.
- ١٩٩- السمان، أحمد. (٢٠١٥م). اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام المختلفة وعلاقته بعملية المشاركة السياسية والتصويت بانتخابات مجلس النواب ٢٠١٥. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، ص ص ٣٢٧-٣٥٩.
- ٢٠٠- الشريف، سامح محمد. (٢٠١٦م). استخدامات الشباب المصري للمواقع الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم السياسية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ص ص ٥٢٧ - ٥٦٧.
- ٢٠١- زقزوق، عبد الخالق إبراهيم. (٢٠١٦م). دور الصحف الورقية والإلكترونية في تشكيل الصورة الذهنية للشباب الجامعي نحو الأداء الحكومي بمصر. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس، ص ص ٨٩-١.
- ٢٠٢- رشدي، هشام. (٢٠١٣م). معالجة الصحافة الإلكترونية لقضايا الفساد في المجتمع المصري وتأثيرها على المشاركة السياسية للشباب الجامعي. *رسالة دكتوراه غير منشورة*، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- ٢٠٣- سالمان، بسام عبد الستار. (٢٠١٢م). العلاقة بين تعرض المراهقين للصحف الإلكترونية وأبعاد التنشئة السياسية لديهم. *رسالة دكتوراه غير منشورة*، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- ٢٠٤- الدقناوي، شادية. (٢٠١٤م). دور الفيس بوك في التنشئة السياسية للشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة دمياط. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، العدد الثاني والأربعون، ص ص ١٩٣-٢٢١.
- ٢٠٥- الصالحي، أبو بكر حبيب. (٢٠١٥م). دور المادة الخيرية في الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة المصرية بعد ٣٠ يونيو. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ص ص ٢٨٥-٣٣٨.
- ٢٠٦- عبد البديع، محمد. (٢٠١٤م). دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري بعد ثورتي ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣. *المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة فاروس بالإسكندرية*، بعنوان: *مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة*، في الفترة من ١-٣ نوفمبر ٢٠١٤.
- ٢٠٧- مفتاح، سعيد. (٢٠١٦م). اعتماد الشباب الجامعي الليبي على مواقع القنوات الإخبارية العربية في تشكيل معارفه واتجاهاته نحو القضايا السياسية. *رسالة دكتوراه غير منشورة*، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- ٢٠٨- عبد العال، عالية أحمد. (٢٠١٣م). أغاني يوتيوب الاحتجاجية ومشاركة الشباب في المجال العام. *المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة*، بعنوان: *الإعلام وثقافة الديمقراطية*، في الفترة من ٢٣-٢٥ أبريل ٢٠١٣، الجزء الأول، ص ص ٢٧١-٣٢٣.
- ٢٠٩- حسني، إيمان. (٢٠١٣م). التماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات التعصبية لدى الشباب المصري الجامعي. *المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة*، بعنوان: *الإعلام وثقافة الديمقراطية*، في الفترة من ٢٣-٢٥ أبريل ٢٠١٣، الجزء الأول، ص ص ١١٥-١٦٣.

- ٢١٠- ممدوح، غادة. (٢٠١٧م). دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٢١١- هاشم، محمد أحمد والصيفي، حسن نيازي. (٢٠١٢م). دور الإنترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢. المؤتمر العلمي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة، في الفترة من ١-٣ يوليو ٢٠١٢، الجزء الأول، ص ص ٣٨٦-٣٣١.
- ٢١٢- الحيطي، ممدوح عبد الواحد. (٢٠١٢م). شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري. المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة، بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة، في الفترة من ١-٣ يوليو ٢٠١٢، الجزء الأول، ص ص ٦١-١١٤.
- ٢١٣- بريك، أيمن. (٢٠١٦م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثالث عشر، ص ص ٢٥٣-٢٩٢.
- ٢١٤- العميري، أحمد محمد. (٢٠١٧م). دور المواقع الإخبارية التلفزيونية في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الاقتصاد المصري. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ص ص ٤١٣-٣٥٩.
- ٢١٥- سمير، لمياء. (٢٠١٦م). دور القنوات التلفزيونية المصرية في طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ص ص ٣٥٥-٣٩١.
- ٢١٦- عبد العزيز، عماد الدين محمود. (٢٠١٧م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو دعم المشروعات الاقتصادية (مشروع قناة السويس الجديدة نموذجًا). المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، ص ص ٢٩٧-٣٤٤.
- ٢١٧- محفوظ، مي. (٢٠١٧م). حملات التسويق الاجتماعي في وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في تحفيز الشباب المصري على المشاركة المجتمعية. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- ٢١٨- الجبير، محمد بن فهد. (٢٠١٥م). تعرّض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي توتر وعلاقته بتعزيز الأنشطة التطوعية: دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض. المطبوعات العلمية المحكمة لكرسي اليونسكو للإعلام المجتمعي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- ٢١٩- جلال، عزة. (٢٠١٧م). تعرّض طالبات الإعلام بجامعة أم القرى للحملات الإعلامية للجمعيات الخيرية السعودية على بعض القنوات الفضائية وعلاقتها بثقافة العمل التطوعي لديهم. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، ص ص ١٥٩-٢٠١.
- ٢٢٠- الطاهر، ولاء محمد. (٢٠١٥م). اعتماد الجمهور المصري على الإعلام الأمني في التصدي للشائعات والأكاذيب لتحقيق التواصل المجتمعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والخمسون، ص ص ٤٤١-٥٠٧.
- ٢٢١- عبد الرحمن، أمنية. (٢٠١٧م). العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الجديد ووعي الشباب بقضايا الأمن السياسي المصري. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الستون، ص ص ٣١٣-٣٤٠.
- ٢٢٢- حسام الدين، نسرين. (٢٠١٧م). التعرض للصحافة المطبوعة والإلكترونية وعلاقته بمستوى معرفة الشباب الجامعي بقضايا الأمن القومي. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ص ص ٥٦١-٦١١.
- ٢٢٣- مزروع، رشا. (٢٠١٨م). أثر الملصق الارشادي كأحد وسائل الإعلام التربوي في تعزيز الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية - دراسة تجريبية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والستون، ص ص ٣٦٣-٤٣٥.
- ٢٢٤- محمد، رهاب. (٢٠١٧م). أثر تعرّض الشباب الجامعي للصور الصحفية للصراعات العربية على استجاباتهم الوجدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الستون، ص ص ٣٧١-٤٤٦.

٢٢٥- الغزاوي، آمال وعرابي، دينا. (٢٠١٢م). دور وسائل الإعلام في إدارة الكوارث الطبيعية: دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تشكيل معارف الشباب عن كارثة سيول جدة ٢٠١١م. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأربعون، ص ٣٧١-٤٥٨.

226- El Gazzar, Nagwa. (2015). The Use of Social Media Among Qatari Youth During Crises. **The Scientific Journal of Public Relations & Advertising Research**, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Issue No.4, PP 43-87.

٢٢٧- بن لبد، سلمان فيحان. (٢٠١٧م). وسائل الإعلام السياسي التي يعتمد عليها الشباب السعودي أثناء الأزمات ودورها في تعزيز الوعي السياسي لديهم. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد السادس عشر، ص ص ٧٩-١١٥.

٢٢٨- كمال، داليا. (٢٠١٦م). بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو هذه الأزمات. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

٢٢٩- البدوي، عمرو أحمد. (٢٠١٧م). معالجة القنوات التلفزيونية الإقليمية لأزمات المجتمع المحلي وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحوها. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

٢٣٠- جمعة، علي حسن. (٢٠١٦م). الشباب السوري ومدى اعتماده على البرامج الحوارية التلفزيونية أثناء الأزمات. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، ص ص ٦٤٧-٦٩٨.

٢٣١- السيد، أمل. (٢٠١٤م). اعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات خلال المرحلة الانتقالية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام وعلوم الاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد الرابع، السنة الثانية، ص ص ٤-٢٧.

٢٣٢- محمد، فودة. (٢٠١٤م). اعتماد الشباب البحريني على التلفزيون في الحصول على المعلومات حول الأزمات في مصر وأثره على اتجاهاتهم نحوها. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الثاني والأربعون، ص ص ٦٣-١٠٤.

٢٣٣- فتحي، إيمان. (٢٠١٦م). دور فيس بوك الدعوي في نشر التنقيف الديني لدى الشباب السعودي. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس، ص ص ٣٨٩-٤٤٣.

٢٣٤- محمد، أميرة. (٢٠١٥م). دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، ص ص ١٥٣-٢١٨.

٢٣٥- الخصال، إبراهيم فؤاد. (٢٠١٣م). دور إذاعة القرآن الكريم الأردنية في تثقيف الطلبة الجامعيين دينيًا. **مجلة آداب الفراهيدي**، جامعة البتراء، العدد السابع عشر، المجلد الثاني، ص ص ٥٣٤-٥٧٨.

٢٣٦- الشلفاني، نشوى. (٢٠١٠م). دور القنوات الدينية المتخصصة في تكوين الوعي الديني لدى الشباب المصري. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الثالث والثلاثون، ص ص ١٧٥-٢٧٨.

٢٣٧- خليفة، علاء الدين وربابعة، محمد. (٢٠١٨م). واقعية البرامج الحوارية الدينية وعلاقتها بالثقافة الدينية دراسة ميدانية على الشباب الجامعي العربي وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد العشرون، ص ص ٢٨٠-٢٨٥.

٢٣٨- العربي، محمد عثمان. (٢٠١٤م). استخدام الشباب السعودي لوسائل الإعلام والوعي الصحي عن البدانة والتغذية والنشاط البدني. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد الثاني عشر، ص ص ٨٨-١١.

٢٣٩- فتحي، إيمان. (٢٠١٧م). تعرّض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الإلكترونية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لديهم. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والستون، ص ص ٥٩٥-٦٥٨.

٢٤٠- النادي، سعيد. (٢٠١٨م). دور التلفزيون الأردني في إمداد الشباب الجامعي بمعلومات عن السلامة المرورية. **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد الثالث، ص ص ١٠٦-١٣٣.

٢٤١- الوزان، عبد الله محمد. (٢٠١٥م). استخدامات طلاب الجامعة لوسائل الإعلام الجديد (تويتر) والإشباع المتحققة في زيادة الوعي البيئي: دراسة ميدانية على طلاب بعض الكليات بجامعة الحدود الشمالية المملكة العربية السعودية. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد التاسع، ص ص ٦٣- ١٠٢.**

٢٤٢- فتحي، إيمان. (٢٠١٣م). دور الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية في توعية الشباب الجامعي بالقضايا المجتمعية. **رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.**

٢٤٣- الدسوقي، زكريا. (٢٠١٨م). دور الحملات الإعلامية في القنوات الفضائية في توعية المراهقين بقضية المخدرات. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والستون، ص ص ٦٢٩- ٦٨٧.**

٢٤٤- خضير، ياس. (٢٠١٥م). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي في مواجهة الشغب والجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعي. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد الثامن، ص ص ٩- ٤٩.**

٢٤٥- الملا، فيصل. (٢٠١٨م). دور القنوات الفضائية الرياضية في نشر الوعي الرياضي بين الشباب الجامعي في مملكة البحرين. **مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، المجلد (٤٤)، العدد (١٧٠).**

٢٤٦- فتحي، إيمان. (٢٠١٧م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بكيفية مواجهة الحملات المضادة للمملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على عينة من الشباب الجامعي السعودي. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، ص ص ١٠٥- ١٥٨.**

٢٤٧- حبق، يسري محمد. (٢٠١٥م). معالجة الصحف المصرية لدور منظمات المجتمع المدني في توعية الشباب الجامعي بحقوقهم. **رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.**

٢٤٨- محمد، إيمان. (٢٠١٢م). المعرفة الإعلامية الناقدة: الشباب الجامعي المصري كمكون لإعلامه الخاص دراسة في ضوء مدخل الإدراك فوق المعرفي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأربعون، ص ص ١- ٦٥.**

٢٤٩- الشهاوي، سماح. (٢٠١٦م). تأثير الإنفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى: دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعات. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والخمسون، ص ص ١٧١- ٢٣٣.**

٢٥٠- العمروسي، نيللي وآل مداوي، عبير. (٢٠١٦م). اتجاهات طالبات جامعة الملك خالد نحو مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية. **مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، المجلد الثامن، العدد الثاني، ص ص ٧٩- ١٥٢.**

٢٥١- العلي، فوزية. (٢٠١٦م). اتجاه الطلبة تجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط تعليمية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كليات الإعلام في الجامعات العربية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والخمسون، ص ص ٢٥٣- ٢٨٦.**

٢٥٢- عبد الرازق، جيلان. (٢٠١١م). مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، ص ص ٢٣٧- ٢٩٩.**

253- Zianin, Abdul-Karim & Elareshi, Mokhtar. (2018). The Impact of Educated Users Interactions on Social Media (Face Book) in the Arab World. **Journal of Arab Muslim Media Research**, Vol.11, No.1, pp. 25-44.

٢٥٤- سيد، جيهان. (٢٠١٤م). أثر فيس بوك على مستويات الأداء الدراسي للشباب الجامعي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والأربعون، ص ص ٣٥٥- ٣٨٨.**

255- Melki, Jad. (2015). Guiding Digital and Media Literacy Development in Arab Curricula through Understanding Media Uses of Arab Youth. **Journal of Media Literacy Education**, 6. (3), pp 14-29.

- ٢٥٦- عياد، خيرت. (٢٠١٧م). العلاقة بين استخدام الهاتف المحمول كوسيلة اتصال والأداء الأكاديمي لطلبة الجامعات. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد الثامن عشر، ص ص ١١- ٣٨.
- ٢٥٧- الخيشني، صباح. (٢٠١٨م). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الطلابية لطلبة كلية الإعلام بجامعة صنعاء. **مجلة الدراسات الاجتماعية**، جامعة العلوم والتكنولوجيا، المجلد (٢٤)، العدد (٢)، ص ص ١٢٣-١٤٨.
- ٢٥٨- منصور، حسن. (٢٠١٧م). شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر تعليمي وإخباري لدى طلبة الجامعة: دراسة مقارنة في إطار نموذج الاستخدام والاعتمادية. **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت، العدد (١٣٩).
- ٢٥٩- بركع، وفاق حافظ. (٢٠١٧م). دور تصفُّح المواقع الإلكترونية في تدني المستوى العلمي لطلبة الجامعات. **مجلة آداب الفراهيدي**، المجلد الأول، العدد الثامن والعشرون، ص ص ٢٥٦- ٢٨٧.
- ٢٦٠- يحيى، دينا. (٢٠١٥م). تقييم طلاب الإعلام للأداء المهني لبرامج التوك شو التلفزيونية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون، ص ص ١-٥٤.
- ٢٦١- معروف، عبد القادر صالح. (٢٠١٤م). تعرُّض طلبة الجامعة للقنوات الفضائية التلفزيونية ودورها في التأثير على سلوكهم وأدائهم الدراسي: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعة العراقية. **مجلة الجامعة العراقية**، المجلد الأول، العدد الثاني والثلاثون، ص ص ٤٧٥- ٤٩٨.
- ٢٦٢- المطيري، ريم فاطم. (٢٠١٧م). التماس الشباب السعودي للمعلومات من خلال المواقع الإلكترونية للجامعات وانعكاساتها على تشكيل صورة المؤسسة لديهم. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد السابع عشر، ص ص ٢٤٣- ٢٩٢.
- ٢٦٣- سالم، دعاء فتحى. (٢٠١٦م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في إكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات التعلم الذاتي Self-Learning. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والخمسون، ص ص ٣٤٧- ٤٣٢.
- ٢٦٤- بصفر، حسان. (٢٠١٥م). دور وسائل الإعلام الرقمي الجديد في نشر وتشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين للتعليم القرآني دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الثالث والأربعون، ص ص ٣٧٦- ٤١٢.
- ٢٦٥- النجار، وليد عبد الفتاح. (٢٠١٦م). الإعلام الجديد وعلاقته بدرجة الرضا التعليمي لدى طلاب الإعلام بالجامعات المصرية في إطار نظرية ثراء الوسيلة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، ص ص ١٤٧- ٢٣٩.
- ٢٦٦- عبد الحافظ، نادية محمد. (٢٠١٥م). تعرُّض الشباب الجامعي للمواد البصرية وعلاقتها باستجاباتهم المعرفية والبصرية: دراسة شبه تجريبية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، ص ص ٥٩١- ٦٣٨.
- ٢٦٧- المزاهرة، منال. (٢٠١٣م). واقع تصفُّح واستخدام المواقع الإلكترونية من قبل طلبة قسم الصحافة والإعلام في جامعة البتراء. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني عشر، العدد الثالث، ص ص ١٦٥- ٢١٢.
- ٢٦٨- سالم، انتصار. (٢٠١٥م). دور الصحافة المدرسية في تلبية احتياجات طلاب المرحلة الثانوية واتجاهات تقييمهم لها كنشاط إعلامي مدرسي: دراسة على عينة من الطلاب في ضوء نظرية التماس المعلومات. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، ص ص ١٠٩- ١٥٢.
- ٢٦٩- اليماني، غادة. (٢٠١٥م). التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية: دراسة تجريبية على طلاب الصحافة. **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ص ص ١١١- ١٨٠.
- ٢٧٠- حامد، إيناس محمود. (٢٠١٧م). تعرُّض المراهقين لجشطلتية الكاريكاتير وتداولهم له عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) وعلاقته بتنمية بعض القدرات الإبداعية لديهم. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السادس عشر، العدد الأول، ص ص ٥٦١- ٦٠١.

- ٢٧١- حمزة، جيلان. (٢٠١٠م). دور وسائل الإعلام في تشويه اللغة المنطوقة لدى الشباب الجامعي. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الثالث والثلاثون، ص ص ٥١٧-٤٦١.**
- ٢٧٢- البريدي، سكرة. (٢٠١٧م). واقع استخدام طلاب المرحلة الثانوية للمواقع الالكترونية المدرسية ودورها في تحقيق التوافق الأكاديمي. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السابع والأربعون، ص ص ٢٦٤-٢٢١.**
- ٢٧٣- عبد الله، دريبي. (٢٠١٧م). فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بالجامعات السعودية دراسة ميدانية على طلاب كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السابع والأربعون، ص ص ٣٠٥-٣٤٩.**
- ٢٧٤- العبد، نهى. (٢٠١٥م). اعتماد الشباب على المواقع الدينية: دراسة مسحية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث والخمسون، ص ص ١١٣-٢٠١.**
- ٢٧٥- مقلد، إيمان إبراهيم. (٢٠١٥م). صورة الواقع السياسي المصري قبل ٢٥ يناير في المسلسلات التلفزيونية واتجاهات طلاب الجامعات نحوها. **رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.**
- ٢٧٦- عبد الفتاح، ناصر. (٢٠١٣م). إدراك شباب الجامعات لصورة مصر بعد ثورة ٢٥ يناير كما تعكسها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالعربية. **مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الأربعون، ص ص ١٣٧-٢٠٠.**
- ٢٧٧- العبد، نهى. (٢٠١٤م). صورة الأسرة في المسلسلات العربية والتركية وتأثيراتها على الشباب العربي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث عشر، العدد الأول مزدوج، ص ص ١-٧٢.**
- ٢٧٨- المتبولي، داليا. (٢٠١٤م). دور الأفلام والمسلسلات المصرية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية في تكوين صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الشباب السعودي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والأربعون، ص ص ٣٩٣-٤٦٤.**
- ٢٧٩- الفقيه، محمد عبد الوهاب. (٢٠١٧م). التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي كمصادر معلومات في تشكيل صورة الجامعات الخاصة لدى طلابها في اليمن. **مجلة الدراسات الاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، المجلد (٢٣)، العدد (١)، ص ص ١-٣٧.**
- ٢٨٠- عثمان، نوران السيد. (٢٠١٥م). تجسيد الشخصيات الدينية في الدراما الإيرانية وعلاقتها بصورتهم الذهنية لدى المراهقين. **رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.**
- ٢٨١- خضري، رانيا سعيد. (٢٠١٦م). المعالجة الفنية لصورة البلطجي في أفلام السينما المصرية وانعكاسها على اتجاهات المراهقين والشباب المصري نحوها. **رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس.**
- ٢٨٢- طاحون، محمد السيد. (٢٠١٧م). الأساليب الإقناعية المستخدمة في مشاهد العنف في الأفلام المصرية وعلاقتها بصورة المجرم لدى الشباب. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي عشر، ص ص ٣٠٣-٣٦٩.**
- ٢٨٣- عبود، محمد أحمد. (٢٠١٧م). اتجاهات الشباب الجامعي نحو صورة المريض النفسي في المسلسلات التلفزيونية المصرية. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، ص ص ١٧٥-٢٦١.**
- ٢٨٤- عثمان، سهير. (٢٠١٨م). تأثير حرية تدفق المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صورة الذات لدى الشباب المصري ومذكراتهم حول واقعهم السياسي والاجتماعي. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والستون، ص ص ٢٠١-٢٦٠.**
- ٢٨٥- ألبرت، أماني ومحمد، بسنت. (٢٠١٢م). صورة الثورة كما تعكسها أغاني الفيديو كليب الوطنية وعلاقتها بصورتها الذهنية لدى الشباب الجامعي. **المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة، في الفترة من ١-٣ يوليو ٢٠١٢، الجزء الأول، ص ص ٢٢٣-٢٧١.**
- ٢٨٦- الصوفي، خالد. (٢٠١٢م). دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للحكام العرب لدى الشباب اليمني بعد ثورات الربيع العربي. **المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة، في الفترة من ١-٣ يوليو ٢٠١٢، الجزء الأول، ص ص ٧٧١-٧٧٣.**

٢٨٧- الغمراوي، رجاء ومحمد، بسنت. (٢٠١٢م). التعرض للبرامج الحوارية ودورها في تكوين صورة ذهنية عن الأحزاب الدينية لدى الشباب الجامعي بعد ثورة ٢٥ يناير. **المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة، بعنوان: الإعلام وبناء الدولة الحديثة**، في الفترة من ١-٣ يوليو ٢٠١٢، الجزء الأول. ص ص ٥٩٩-٦٤٦.

٢٨٨- حسين، رباب. (٢٠١٧م). معالجة الأفلام السينمائية لموضوعات الباراسيكولوجي وعلاقتها بمفاهيم الشباب المصري عن السلوك البشري. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٢٨٩- جمال، هبة الله (٢٠١٧م). إدراك الشباب المصري لتأثير صفحات الدعاية الاسرائيلية باللغة العربية على موقع فيس بوك: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثيرية الشخص الثالث. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

٢٩٠- رمضان، أميمة أحمد. (٢٠١٨م). تعرض الشباب الجامعي للمضامين الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع المصري. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

٢٩١- فالح، حيدر وكريم، نور. (٢٠١٨م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء مواقف طلبة الجامعة (طلبة كلية الإعلام - جامعة ذي قار - نموذجاً). **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، العدد الخامس، ص ص ٣٢٥-٣٤٦.

292 - Alazrak, Nermeen. (2017). Renewing the Religious Discourse in Egypt: Attitudes of the youth towards the new Islamic preachers discourse & its impact on them. **Egyptian Journal of Mass Communication Research**, Faculty of Mass Communication, Cairo University , Vol (61), p p. 1-59.

٢٩٣- سمير، أميرة. (٢٠١٥م). محددات اتجاهات الشباب المصري نحو معاهدة السلام بين مصر وإسرائيل بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، ص ص ٣٦٥-٤١٢.

٢٩٤- عبد الرحمن، نهال. (٢٠١٥م). علاقة التعرض لبرامج الترويع والخديعة بالاتجاهات العدائية لدى الشباب المصري. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، ص ص ٢١٣-٢٥٨.

٢٩٥- الديبسي، عبد الكريم والطاهات، زهير. (٢٠١٣م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، المجلد الأربعون، العدد الأول، ص ص ٦٦-٨١.

٢٩٦- عبد القوي، علا. (٢٠١٦م). استخدامات الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بإدراكهم للقضايا الدينية المطروحة عبر تلك المواقع. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الرابع، ص ص ٣٦٥-٤٠٧.

٢٩٧- حسام الدين، نسرين. (٢٠١٦م). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب المصري لمخاطر حروب الجيل الرابع. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني، ص ص ٣٠٧-٣٥٦.

٢٩٨- جبر، محمد أحمد. (٢٠١٦م). الفواصل الإعلانية بمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب نحوها: دراسة كيفية لإعلانات فيديو موقع يوتيوب. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثاني، ص ص ٤٩٥-٥٢٤.

٢٩٩- النجار، وليد عبد الفتاح. (٢٠١٦م). معالجة الصحف المصرية الإلكترونية لقضايا الهجرة غير الشرعية واتجاهات الشباب المصري نحوها. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث، ص ص ٥٥٥-٦٩٩.

٣٠٠- الدسوقي، زكريا. (٢٠١٧م). معالجة مقاطع يوتيوب لقضايا الأقليات المسلمة في الدول الغربية وعلاقتها بالصورة الذهنية للغرب عند المراهقين. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العاشر، ص ص ٣٧١-٤٣٥.

٣٠١- سكر، تامر. (٢٠١٦م). إدراك الشباب الجامعي المصري للانحرافات المجتمعية بالدراما المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية العربية المتخصصة. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، ص ص ٣٥٧-٤٥٣.

³⁰² - El Gazzar, Nagwa. (2016). Adolescents Perception and Attitudes Towards Social Media Networks in Egypt. **The Scientific Journal of Radio and TV Research**, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Issue No.5, PP 1-61.

٣٠٣- عثمان، داليا. (٢٠١٥م). العلاقة بين التعرض للدراما المصرية والتركيية وتشكيل اتجاهات الشباب نحو الزواج. **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، ص ص ٣٥٣- ٤١٠.

٣٠٤- خيرى، فرج. (٢٠١٥م). أنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإخبارية ودوره في تعزيز الاتجاه نحو قبول الآخر. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد التاسع، ص ص ١٠٣- ١٢٤.

٣٠٥- هادي، حردان. (٢٠١٥م). دور المواقع الإسلامية الافتراضية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي العراقي نحو القضايا الدينية المعاصرة. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

٣٠٦- درويش، عبد الرحيم. (٢٠١٥م). اتجاهات طلاب جامعة اليرموك بالملكة الأردنية الهاشمية نحو الدراما المصرية ومدى رضاهم عنها. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد السادس، ص ص ١١- ٤٣.

٣٠٧- مخلوف، ماجدة. (٢٠١٥م). العلاقة بين التعرض لبرامج الحوار التلفزيوني واتجاهات الشباب الجامعي نحو ثقافة السلام. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، ص ص ٢٥٣- ٣٠٤.

٣٠٨- جابر، عماد الدين. (٢٠١٠م). دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضايا حقوق الإنسان. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الأول، ص ص ١٢٧- ١٩٤.

٣٠٩- المتبولي، داليا. (٢٠١٥م). اتجاهات طالبات الجامعة نحو الإعلان التلفزيوني: دراسة مقارنة على عينة من طالبات الجامعات الحكومية المصرية والبحرينية. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، ص ص ١٨١- ٢٥٢.

٣١٠- عبد الرحمن، نهال. (٢٠١٤م). ادراك الشباب الجامعي المصري لدلالات لغة الاعلانات التلفزيونية. **المجلة العربية لبحوث الاعلام وعلوم الاتصال**، جامعة الاهرام الكندية، العدد الرابع، السنة الثانية، ص ١٧٢ - ١٩٥.

٣١١- جمعة، إيهاب حمدي. (٢٠١٦م). شبكات التواصل الاجتماعي وثقافة العنف لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على استخدامات طلاب جامعة الاسكندرية لمواقع الفيديو الرقمي. **المؤتمر العلمي الدولي الثاني والعشرون لكلية الاعلام جامعة القاهرة، بعنوان: الإعلام وثقافة العنف**، في الفترة من ٣-٤ مايو ٢٠١٦، ص ص ٥١٩-٥٥٩.

٣١٢- محمد، فودة. (٢٠١١م). تعرض المراهقين في الريف المصري للإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو العنف دراسة ميدانية على عينة من طلاب المرحلة الثانوية. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الخامس والثلاثون، المجلد الثاني، ص ص ٥٨- ١٢١.

٣١٣- العبد، نهى عاطف. (٢٠١٥م). اتجاهات المراهقين نحو دور الأفلام السينمائية في فترة الثورات العربية وما بعدها في نشر ثقافة العنف وتأثيراتها. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، ص ص ١٥٩- ٢١٨.

٣١٤- متولي، أحمد. (٢٠١٧م). أطر معالجة الصحف الإلكترونية لقضايا العنف المجتمعي وعلاقتها بالاغتراب الاجتماعي لدى المراهقين. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

٣١٥- عبد الحليم، محمود. (٢٠١٥م). تناول الدراما التلفزيونية بالقنوات الفضائية للأحداث السياسية وعلاقتها بإدراك المراهقين للعنف السياسي. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

٣١٦- سالم، انتصار. (٢٠١٥م). إدراك الشباب الجامعي لتأثير محتوى العنف السياسي بالإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو فرض رقابة على الإنترنت. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والخمسون، ص ص ٣٢٥- ٣٨٢.

317 - Gvirsman, Shira & others. (2014). The Effects of Mediated Exposure to Ethnic Political Violence on Middle East Youth's Subsequent Post-Traumatic Stress Symptoms and Aggressive Behavior. **Communication Research**, Vol.41, Issue.7.

٣١٨- بدوي، كريستينا. (٢٠١٨م). معالجة ظاهرة التحرش الجنسي في الأفلام السينمائية المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو واقعها في المجتمع المصري. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

٣١٩- حسب النبي، زينهم. (٢٠١٧م). أطر معالجة الصحف المصرية لقضايا المرأة وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية التحرش الجنسي. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

٣٢٠- الجيوشي، أسماء ومؤنس، سحر. (٢٠١٦م). أساليب العنف الفكري للتنظيمات الإرهابية في مواقع التواصل الاجتماعي لإقناع الشباب بأفكارها. **المؤتمر العلمي الدولي الثاني والعشرون لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان: الإعلام وثقافة العنف**، في الفترة من ٣-٤ مايو ٢٠١٦، ص ص ٤٠٩-٤٨٨.

٣٢١- آل علي، فوزية عبد الله. (٢٠١٨م). اتجاهات الشباب الإماراتي نحو مسئولية وسائل الإعلام عن معالجة قضايا الإرهاب. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والستون، ص ص ٢٦١-٣١١.

٣٢٢- عبد الوهاب، حنان. (٢٠١٦م). أطر التغطية الصحفية لقضية الإرهاب في الصحف الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتشكيل مدرجات الشباب الجامعي نحوها. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث، ص ص ٥٠٧-٥٥٤.

٣٢٣- البطريق، غادة. (٢٠١٦م). تعرّض الشباب العربي للمواقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية: دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة**، العدد الثالث عشر، ص ص ١٧٧-٢٠٨.

٣٢٤- فايز، حسام. (٢٠١٧م). التعرض لقضايا الإرهاب الإلكتروني في الصحف الإلكترونية وعلاقته بالأمن النفسي لدى الشباب الجامعي. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

٣٢٥- جمعة، دعاء هشام. (٢٠١٨م). معالجة برامج الصحافة الاستقصائية التليفزيونية لقضية الإرهاب ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعي نحوها. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.

٣٢٦- علي، محمد. (٢٠١٦م). علاقة تعرّض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو التنظيمات الإرهابية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والخمسون، ص ص ٥٣٣-٦١٦.

٣٢٧- الدسوقي، زكريا. (٢٠١٦م). معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية للعمليات الإرهابية التي وقعت في سيناء بعد أحداث ٣٠ يونيو وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحوها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع والخمسون، ص ص ٦٤١-٦٩٣.

٣٢٨- يعقوب، عبد الحليم موسى. (٢٠١٥م). حتمية الإعلام الجديد التكنولوجية بين الذوبان الثقافي والانتماء الوطني إزاء التطرف الديني والانحراف الأخلاقي: دراسة تحليلية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الملك فيصل. **بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية**، كلية الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، في الفترة من ١٠-١١ مارس ٢٠١٥.

٣٢٩- محمد، نسرين. (٢٠١٧م). اعتماد الشباب المصري على البرامج الحوارية التوك شو المقدمة في الفضائيات المصرية في تشكيل وعيه بشأن قضايا الإرهاب. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الستون، ص ص ٥٠٩-٥٥٤.

٣٣٠- عبد الوهاب، محمد وعلي، حاتم. (٢٠١٧م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب: دراسة مقارنة بين الشباب في أربع دول عربية. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد السابع عشر، ص ص ٢٧٣-٣٢٠.

- ٣٣١- منصور، محمود. (٢٠١٥م). دور الصحف المصرية في تكوين تصورات لدى طلاب الجامعات لمفهوم الإرهاب. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، العدد الثامن، السنة الثالثة، ص ص ٣٨-٧١.
- ٣٣٢- شنتلة، ممدوح. (٢٠١٧م). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد السادس عشر، ص ص ١١٧-١٩٢.
- ٣٣٣- المدني، أسامة بن غازي. (٢٠١٧م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية (تويتر نموذجًا). **مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية**، المجلد التاسع، العدد الثاني، ص ص ٩-٨١.
- ٣٣٤- البريدي، سكرة. (٢٠١٢م). اتجاهات شباب الجامعة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ترويج الشائعات. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الثامن والثلاثون، ص ص ٢٨٩-٣٢٣.
- ٣٣٥- عطية، غادة. (٢٠١٧م). أطر معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع السياسي والاجتماعي. **رسالة دكتوراه غير منشورة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- ٣٣٦- منصور، أمين. (٢٠١٦م). اتجاهات الشباب الفلسطيني نحو الشائعات أثناء العدوان الصهيوني على قطاع غزة ٢٠١٤. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس والخمسون، ص ص ٥٣١-٥٩٣.
- 337- Kononova, Anastasia & Akbar, Mohammed. (2015). Interpersonal Communication, Media Exposure, Opinion Leadership and Perceived Credibility of News and Advertising During The December 2012 Parliamentary Election in Kuwait. **International Journal of Communication**, 9, pp. 1215-1228.
- 338- Hamdy, Naila. (2013). Prediction of Media Credibility in Egypt's Post Revolution Transitional Phase. **Global Media Journal**, Vol 12, Issue.22, pp. 1-42.
- ٣٣٩- المدبولي، داليا. (٢٠١٤م). التماس المعلومات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمصداقية المضمون لدى دارسي الإعلام التربوي بالجامعات المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والأربعون، ص ص ٣٨٩-٤٣٣.
- ٣٤٠- جابر، منى. (٢٠١٧م). مصداقية تناول صحافة المواطن لقضايا الصراع ودورها في تشكيل الثقافة السياسية للشباب. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الستون، ص ص ٣٤١-٣٦٩.
- ٣٤١- ناصر، حسين. (٢٠١٧م). ثقة الشباب الجامعي في المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. **مجلة الجامعة العراقية**، المجلد الأول، العدد الثامن والثلاثون، ص ص ٤٦٩-٤٩١.
- ٣٤٢- عبد العزيز، محمد. (٢٠١٧م). مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٣٤٣- شعبان، فاطمة. (٢٠١٦م). مصداقية المضمون الإخباري المقدم في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب: دراسة تطبيقية على شباب الجامعات المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس عشر، العدد الثالث، ص ص ٢٨١-٣٣٥.
- ٣٤٤- الوزان، عبد الله محمد. (٢٠١٥م). مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي. **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد السابع، ص ص ١٨٨-٢١٥.
- ٣٤٥- عرابي، دينا و العقباوي، بسنت. (٢٠١٢م). مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي. **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد السابع والثلاثون، ص ص ٣٩٧-٤١٧.

٣٤٦- حسن، عبد الصادق. (٢٠١٥م). اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو مصداقية المضمون في المواقع الإلكترونية الإسلامية بعد الثورات العربية: دراسة على عينة من طلاب الجامعات الإقليمية المصرية. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان،** كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ص ص ٢٠٩-٢٥٥.

٣٤٧- عبد الرازق ، سماح. (٢٠١٤م). مصداقية الصحف الالكترونية المصرية وعلاقتها باستخدام الشباب لها : دراسة ميدانية علي الشباب المصري. **المجلة العربية لبحوث الاعلام وعلوم الاتصال،** جامعة الاهرام الكندية، العدد الرابع ، السنة الثانية ، ص ص ٢٢٨-٢٤٥.

٣٤٨- السيد، شيماء. (٢٠٠٩م). اتجاهات الشباب نحو مصداقية المشاهير في الإعلانات. **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة بعنوان الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات،** في الفترة من ٧-٩ يوليو ٢٠٠٩، الجزء الأول، ص ص ١٦٣-٢١٢.

349 - Watson , James. (1998). **Media Communication: An Introduction to Theory and Process.** Hong Kong: Mc Milian Press Ltd, P. 62

٣٥٠- الطرابيشي، ميرفت والسيد، عبد العزيز. (٢٠٠٦م). **نظريات الاتصال.** القاهرة: دار النهضة العربية، ص ١٢٢.

٣٥١- جابر، عماد الدين. (٢٠١٥م). **مرجع سابق،** ص ١٧٧.

352 - Duck, Julie & Mullin, Barabara. (1995). The Perceived Impact of Mass Media: Reconsidering the Third Person Effect. **European Journal of Social Psychology**, Vol. (25), p.77.

353 - Chapin, John. (2008). Third Person Perception and Racism. **International Journal of Communication**, Vol (2), p 100.

٣٥٤- مكاي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين. (٢٠١٤م). **الاتصال ونظرياته المعاصرة.** ط ١١، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ص ٣٣٧-٣٣٨.

³⁵⁵ - Morgan, Michael & Signorielli, Nancy. (1990). **Cultivation Analysis New Directions In Media Effects Research.** California: Sage Publication, P.9.

Modern Trends in Arab Youth Use Research for Traditional and New Media from January 2009 to December 2018

Associate Prof. Dr. Moustafa Saber Elnemr

mostafa_elnemr25@yahoo.com

Department of Educational Media

College of Specific Education

Zagazig University

Assistant Prof. Dr. Ghada Moustafa Elbatrik

Ghada_elbatrik@yahoo.com

Department of Media and Communication Sciences

College of Art

Taif university

Abstract

The objective of the analytical presentation is to study scientific literature in the field of modern trends in the research of the uses of Arab youth for the traditional and new media. It includes doctoral dissertations and scientific researches published in scientific journals and those presented at scientific conferences during the last 10 years from 1 January 2009 to 31 December 2018.

The current analytical study belongs to meta-analysis studies and aims at:

- 1 - Monitoring the studies that dealt with the uses of Arab youth for the traditional and new media, during the period from 1 January 2009 to 31 December 2018.
- 2 - Discovery of topics and research issues addressed by the studies sample analysis.
- 3 - Identify the methodological and theoretical frameworks, as well as the most important findings of those studies.
- 4 - To reach a vision for the future, and propose a research agenda to develop research in the field of Arab youth uses of traditional and new media.

The study reached a number of results, the most important of which are:

- The noticeable increase in the use of digital media by Arab youth, which was reflected negatively on their use of traditional media.
- The new digital generation is beginning to feel a relative separation from the traditional society, because it is integrated into social networks that vary and diverse as much as interests and domains.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
 And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

E- Site Manager

Mohamed Ali

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jpr. epra.org.eg

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Journal



of P R e s e a r c h

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Seventh year - Twenty Third Issue - April / June 2019

Arab Impact Factor 2018 = 1.48

French Researches:

- **Prof. Dr. Redouane BOUDJEMA** - Université d'Alger3
Dr. Nor El Houda BOUZEGAOU - Université d'Alger3
La régulation des médias de service public : Système et législations en Algérie 7

English Researches:

- **Associate Prof. Dr. Akhmed Khamis Kaleel** - American University in the Emirates
Associate Prof. Dr. Thouraya Snoussi - University of Sharjah
Impact of Social Media Use on Identity: A Case Study 23
- **Safia Mohammad Saleh** - University of Sharjah
The Impact of Social Media on Newsroom Operations in the UAE 37

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Moustafa Saber Elnemr** - Zagazig University
Dr. Ghada Moustafa Elbatrik - Taif university
Modern Trends in Arab Youth Use Research for Traditional and New Media from January 2009 to December 2018 55
- **Associate Prof. Dr. Omar Ibrahim Boussada** - King Khalid University
The Role of Modern Techniques in News Production Television:
A Theoretical Study 56
- **Dr. Dalia Moustafa El Sawah** - Helwan University
The Role of Social Networking Sites in Supporting the Concept of Social Accountability of University Students: Field Study on a Sample of Egyptian University Students in Public and Private Universities 57
- **Dr. Nasruddin Abdulqader Osman** - Ajman University
The Role of the New Media in the Promotion of Rumors and Mechanisms to Prevent them: Field Study on Media Professors and Journalists 59
- **Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali** - Suez University
The Arab Communication Studies in Crises: An Analytical Study: (Meta-Analysis) 60
- **Khadijah Hammad Hamdi Alkabkabi** - Umm Al-Qura University
Strategies of Public Relations Agencies in Management of the Crises of Enterprises: "Survey Study" 61

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit number : 24380 /2019

Copyright 2019@APRA

www.jprr.epra.org.eg

