تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع

د.محمد سامي صبري (*)

مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة هائلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ظهرت آثارها في مختلف جوانب الحياة- الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتعليمية والصناعية- وقد نتج عن هذه الثورة مواقع عديدة للتواصل الاجتماعي ساعدت على تطوير منظومة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات والشعوب دون التقيد بالحواجز المكانية والزمانية، وأتاحت كذلك التواصل الفوري المباشر وتداول المعلومات بأقل جهد وتكاليف ممكنة؛ مما جعلها أدوات أساسية لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها[1].

وقد أدى التقدم الهائل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تطور الصحف الإلكترونية على اختلاف أنماطها وأشكالها، وكذا تطور وسائل التواصل الاجتماعى (كالفيس بوك- تويتر-.....الخ)، وذلك عن طريق تضمين الموضوعات والقضايا الهامة بالفيديوهات الصحفية والتي انتشرت كثيراً عبر هذه الوسائل ولا سيما في الفترة الأخيرة، فلقد أصبح لهذه الفيديوهات دوراً كبيراً في تنافسية وسائل الإعلام الجديد مع وسائل الإعلام التقليدية الأخرى لما لهذه الوسائل من قدرة كبيرة على البث الفوري والمباشر للأحداث وقت حدوثها وبأقصى سرعة وبأعلى جودة ممكنة، الأمر الذى يؤدى إلى التفاعلية النشطة من جانب المستخدمين مع القضايا والموضوعات والمشكلات التى تتضمنها هذه الفيديوهات.

إن القضايا والمشكلات الاجتماعية فى مصر عديدة ومتشعبة، منها ما يعانى منه المجتمع المصري على مر عقود كقضايا السكان والإسكان والتعليم والبحث العلمى والعشوائيات والبطالة وغيرها، ومنها ما أطل برأسه حديثاً كالإرهاب والتطرف والعنف والانفلات الأمني والفتن الطائفية، وهي قضايا لم يكن يعرفها المجتمع المصري منذ القدم إلا في حالات نادرة وفردية، وقد قام الشعب المصري بثورة 25 يناير 2011م احتجاجاً على تردى الأوضاع المعيشية والاجتماعية التى شهدتها مصر خلال الفترة الأخيرة[2].

فنجد أن مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، وكذا مواقع التواصل الاجتماعي تنشر بين موضوعاتها مضامين تحريرية مدعمة بفيديوهات متعلقة ببعض القضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة والتي يعاني منها المجتمع عامة وتؤثر بدورها على أفراده ومن بينهم فئة المراهقين حيث أن هذه الفيديوهات يمكن أن يتم بثها بصورة مباشرة لمواكبة الأحداث التي تحدث فور وقوعها، وبالتالى فإن هذه الفيديوهات أتاحت لمستخدميها إمكانية متابعة الموضوعات والقضايا الهامة بطرق أكثر جذباً وسهولة في التعرض لها، وإمكانية تحميلها، والتعرض لها مراراً وتكراراً، وكذا إمكانية النقاش حول هذه الموضوعات والقضايا التي تتضمنها هذه الفيديوهات، ومعرفة مغزاها ومحاولة الوصول إلى حلول لها.

(*) مدرس بقسم الإعلام التربوي – كلية التربية النوعية– جامعة دمياط.

حيث تعتبر صحافة الفيديو **Online Video Journalism** بمثابة الخطوة المتقدمة التي تتجاوز تصوير الأخبار للتليفزيون، حيث أنها تمثل تحول عن المسار التقليدي الذي ظل التليفزيون مقيداً به منذ إنشائه، ولهذا فهي تعتبر تليفزيون المستقبل وذلك لاختلاف طريقة سرد القصص الصحفية بدون أن تتقيد بالقيود العديدة للإنتاج التقليدي للأخبار(3).

فصحافة الفيديو تستطيع مواكبة الأحداث بسهولة ويسر أكثر من أى وسيلة أخرى، وكذا إمكانية تناول القضية أو القصة التي يتناولها الفيديو من منظورات مختلفة، فهي وسيلة اتصالية من وسائل الإعلام الجديد والتي يتوفر بها مميزات وخصائص جديدة كالتفاعلية، وكذا تدعيمها بالصوت والصورة معاً، وكذا إضافة المؤثرات الصوتية المناسبة للقصة الصحفية، أو القضايا المختلفة، وهي بذلك تستطيع أن تجعل جمهورها يتفاعل مع مضمونها سواء بالتعليق أو المشاركة أو المشاهدة أو حتي تسجيل الإعجاب بها عبر وسائل الإعلام الجديدة مثل مواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية.

ولم تظهر ثورة صحافة الفيديو الحقيقية إلا في أواخر القرن العشرين وبدايات القرن التإلى، حين انتشرت تقنيات الفيديو الرقمي، وأصبحت متاحة للجميع وسهلة الاستخدام، بدءاً من التصوير حتى البث إلى أرجاء العالم في زمن قياسي للغاية. كما أنتج الانقلاب الرقمي كاميرات ذات جودة عالية للغاية، إذا ما قورن بالكاميرات التليفزيونية التقليدية، هذه الكاميرات توفر سهولة كبيرة في الاستخدام حتى إن مشغلها ما عادت تؤرقه كثيراً المسائل الهندسية كضبط الإضاءة والوضوح بقدر ما يشغله المحتوى، كما ظهر أيضاً المونتاج اللاخطي، وتطورت أجهزة الحاسب حتى أصبح بالإمكان وبسهولة فائقة عمل المونتاج وتصحيح أي عيوب بالصورة ومكساج الصوت، كل هذا على حاسوب شخصي متنقل غير مكلف(4).

وتوجد عدة سمات تجعل مستخدمي الإنترنت ينجذب لصحافة الفيديو، من أهمها القدرة على توظيف المحتوى المؤثر الجاذب للأفراد سواء كان قصة إخبارية، أو موضوع غير إخباري، والصياغة الموجزة المركزة، فالمستخدمون لديهم مجال انتباه قصير، إذا لم يتم جذبهم من البداية لن يكملوا القصة، فضلاً عن البساطة وعدم التعقيد التي تتسم به أشرطة النشرات الإخبارية التليفزيونية، والقدرة على جذب الجمهور من خلال صورة قوية يضغط عليها المستخدم ليشاهد الفيديو، وجذب المستخدمين بنص مصحوب للفيديو قوي ومباشر ومركز(5).

ويرى بول براد شو أنه يمكن تصنيف صحافة الفيديو على الإنترنت إلى أربعة أنماط تتمثل في: **نمط الصور المتحركة Moving Pictures ويسمى مدخل الناقل اليومى** ، حيث يتم عرض الصور المتحركة بشكل رائع، ويتم إضافة الصور إلى نص يضم كلاماً فقط بدون رواية معه، كما تستخدم الصور الثابتة بالضبط ، **ونمط الفيديو التدوينى The Video blog/Vlog**:وهو عبارة عن فيديو لشخص يتحدث أمام كاميرا عن أفكاره، أرائه، خبراته، **ونمط الفيديو التسجيلى Edited Narrative (السرد التحريرى):** هذا هو تطبيق للفيلم التسجيلى التليفزيونى، ولكنه بشكل عام أقصر منه، ويطلق عليه (فيديو رجل الشارع)، وأخيراً **نمط عروض الفيديو-الفودكاست TV shows/Vodcast**: وهو بمثابة إعادة استعمال لما يرسله الشخص من لقطات نشرة فيديو.

وهناك من يصنف أنماط الفيديو على الإنترنت من خلال تجربة المواقع الإنجليزية إلى ثلاثة أنماط هى: **نمط الفيديو الوصفى: Disruptive video أو الAttached Video**: نوع من

الفيديو يعتبر شاهد عيان على قصة، يؤخذ بسرعة، ويعرض بقليل من المونتاج، و**قناة فيديو Channel Video:** ويكون مفصولاً عن القصة الإخبارية، ويتم الإشارة له من خلال رابط بحيث يصبح فعلا مثل قناة فيديو على الصفحة، تعطى للمستخدم فرصة التفاعل بالاختيار، ونمط **فيديو الوسائط المتعددة Multimedia Video:** وتستخدم بشكل منفصل كفيديو مدمج من خلال برامج أوسع من عرض الفلاش، كمحتوى مدمج فى الفلاش، أو بمفرده كملفات من خلال وصلات للفلاش، قد يكون فيلماً كاملاً أو لقطات[6].

وتأسيساً على ما سبق فقد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على المراهقين باعتبارهم الفئة المعنية والأكثر تأثراً في علاقتها بالتعرض لمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وكذا لبحث علاقة تعرضهم لفيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية المقدمة في تلك الوسائل بتصوراتهم للواقع.

مشكلة الدراسة:

نظراً للأزمات والقضايا الاجتماعية والاقتصادية التي يعاني منها المجتمع في الآونة الأخيرة، ومن خلال الإطلاع على ما جاء بالدراسات السابقة فقد لاحظ الباحث بروز العديد من القضايا الاقتصادية والاجتماعية كارتفاع أسعار بعض السلع وتعويم الجنيه المصري، وغياب الأطفال، وارتفاع نسبة الجريمة، وغيرها من القضايا الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر في المجتمع بأكمله.

فقد ساعد انتشار شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها لدى المتعاملين مع الإنترنت على أن تأتي في مقدمة الوسائل في الحصول على المعلومات والأخبار، وبإعتبار الصحف أحد أهم مصادر المعلومات الإخبارية وخصوصاً الإلكترونية منها؛ أدي ذلك إلى اعتماد متصفحيها على الفيديوهات الصحفية المقدمة بهما، والتي تتناول العديد من القضايا الاجتماعية والاقتصادية التي يعاني منها المجتمع، حيث أثبتت بعض الدراسات السابقة أن فئة المراهقين من أكثر الفئات استخداماً للإنترنت بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية، وكذا اندماجهم وتفاعلهم مع هذه الوسائل ومشاركتهم فيها، وكذا حرصهم الدائم للتعبير عن آرائهم والمشاركة الفعالة على هذه المواقع من خلال نشاطات تفاعلية مختلفة مثل التعليق على الفيديوهات المنشورة أو حتي مشاركتها وتمريرها للأصدقاء أو رفعها على مواقع إخبارية أو مواقع لصحافة المواطن، بالإضافة إلى طرح وجهة نظرهم حول القضايا التي تتناولها هذه الفيديوهات وخاصة فيديوهات القضايا الاجتماعية والاقتصادية.

وبالتالى وجد الباحث ضرورة التعرف على مدى تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع، وكذا التعرف على مدى تفاعلهم مع هذه الفيديوهات، وأسباب تعرضهم لها، وكذا التأثيرات المتحققة من هذا التعرض، هذا بالإضافة إلى التعرف على مكونات الواقع المدرك من هذه الفيديوهات بالنسبة لهم، ومدى تأثير هذه الفيديوهات على الواقع الاجتماعي لهم، وذلك في ضوء قصور الدراسات السابقة بالاهتمام بتناول مدى تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاجتماعية والاقتصادية على الرغم من انتشار الفيديوهات الصحفية وتزايد الاهتمام بصحافة الفيديو كوسيلة هامة من وسائل الإعلام الجديد، وكذا كثرة الفيديوهات المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي والتي تتناول قضايا مجتمعية هامة، **ولذلك تمحورت مشكلة الدراسة**

في التساؤل الرئيسي التالى: "ما مدى تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع؟

أهمية الدراسة:

1- ندرة الدراسات والبحوث العلمية التي بحثت في تعرض المراهقين للفيديوهات الصحفية وخاصة الفيديوهات المتعلقة بأهم القضايا التى تشغل اهتمام الجمهور ولاسيما القضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي والتي باتت محور اهتمام كل مواطن، وكذا علاقتها بمدى إدراكهم للواقع الاجتماعي.

2- كون الدراسة انطلقت من بروز العديد من القضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية على الساحة والتي أثرت بدورها على مختلف قطاعات الجمهور بجميع مستوياتهم العمرية والتي اهتمت جميع وسائل الإعلام بتناولها وتغطيتها وعلى رأسها الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

3- معرفة الدور الهام والأساسي الذي تلعبه الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات حيث لوحظ أنها لعبت دوراً هاماً منذ أحداث 25 يناير وحتى الآن.

4- معرفة مدى تعرض فئة المراهقين (طلاب الثانوية العامة) للأزمات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة أنهم من أكثر الفئات استخداماً للإنترنت والدخول على هذه المواقع ومتابعة كل ما هو جديد يطرح على الساحة.

5- تطبيق نظرية التوقعات الاجتماعية والتي لم تحظ بالتطبيق في مجال بحوث الصحافة كثيراً، وبالتالى جاءت أهمية الدراسة في تناولها لنظرية أغلب استخداماتها وتطبيقاتها في مجال التليفزيون.

6- اعتماد المواطنين بصفة عامة علي وسائل الإعلام بصورة متزايدة في أوقات الأزمات، ولاسيما عند بروز أزمات اقتصادية واجتماعية تهدد المجتمع بجميع فئاته، والتي تعد شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية أهم هذه الوسائل في الحصول على المعلومات بشأن هذه القضايا والأزمات.

7- دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بجانب الصحف الإلكترونية كوسيلة اتصال تكنولوجية حديثة في الاتصال بين الأفراد حول العالم، وخصوصا بين المراهقين (طلاب الثانوية العامة) لما تتميز به هذه المرحلة من خصائص وسمات تجعلها تقبل على هذه المواقع.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على:

1- معدل تعرض المراهقين لشبكة الإنترنت، والصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي.
2- الصحف الإلكترونية التي يتصفحها المراهقون.
3- مواقع التواصل الاجتماعي التي يتصفحها المراهقون.
4- مدى اهتمام المراهقين بمتابعة فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
5- أكثر فيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية التي يتصفحها المراهقون من خلال

الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

6- مدى تفاعل المراهقين مع فيديوهات الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

7- وسائل دخول المراهقين لفيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية.

8- أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية.

9- التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

10- أنواع الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول الأزمات الاقتصادية والاجتماعية.

11- الشروط التي يجب أن تتوفر في الفيديوهات التي يشاركها أو يتعرض لها المراهقون.

12- مكونات الواقع المدرك من فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمراهقين.

13- مدى تأثير فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية على الواقع الاجتماعي للمراهقين.

14- أسباب عدم تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التى تناولت اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتعرضهم للقضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية:

1- **دراسة Tiance Dong & Chenxi Liang (2017)**[7] بعنوان:"تناول وسائل الإعلام الاجتماعية والإنترنت للأحداث العامة".

يستهدف هذا البحث دراسة الأحداث العامة للإنترنت في الصين من خلال منظور نظرية التحول الاجتماعي، وخاصة نظريات المجتمع المدني والمجال العام، وقد استخدمت دراسة الحالة لاستكشاف الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام الاجتماعية في التغيير الاجتماعي في الصين من خلال تحليل متعمق من 57 حالة نموذجية، **وتوصلت الدراسة إلى:** أن وسائل التواصل الاجتماعي ليست فقط مصدراً مهما للمعلومات ووسائل للتعبئة المدنية عبر الإنترنت، ولكنها توفر أيضا للمواطنين مساحة مفتوحة ومجانية لمناقشة الأحداث العامة على الإنترنت .

2- **دراسة رحيمة الطيب عيساني**(2016) بعنوان:"أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي"[8]

هدفت الدراسة إلى التعرف على أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي من خلال معرفة عاداتهم في استخدام هذه الشبكات ومدى تفاعلهم مع المحتويات والمستخدمين الأخرين، واعتمدت الباحثة على منهج المسح الوصفي لعينة من الشباب المستخدم لأشهر شبكات التواصل الاجتماعي، **وتوصلت إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:** استفاد الشباب العربي مما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من أشكال التفاعلية أبرزها: البحث عن المحتويات والمضامين، الفعل أو رجع الصدى، والتواصل مع الأخرين، المشاركة بالنشر، وكذا اقتراح الموضوعات النقاشية.

3- **دراسة سماح محمد المحمدى**(2016) بعنوان:"أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية"[9]

استهدفت الدراسة رصد وتحليل أطر المعالجة الصحفية للأزمات في الجرائد والمجلات الأسبوعية خلال عام 2016، وتحديد نوعية هذه الأزمات، وكذا الكشف عن الأطراف الفاعلة في الأزمات، واستخدمت منهج المسح، والمنهج المقارن، كما اعتمدت على أداة تحليل المضمون، **وتوصلت إلى:** أن الموضوعات الاقتصادية جاءت في صدارة نوعية الأزمات التي تم مناقشتها في الصحف الأسبوعية عينة الرصد والتحليل بنسبة 47.8%، وجاءت الأزمات الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 20%، تلتها الأزمات السياسية بنسبة 18.9%، ثم الأزمات الأمنية، وأزمة السياسة الخارجية، أزمة ارتفاع الأسعار سواء السلع أو الخدمات وتحديداً من السلع الأدوية، وبالنسبة للأزمات الاجتماعية جاءت قضية تسريب الامتحانات في المرتبة الأولى بنسبة 27.7%.

4- **دراسة شيماء أبو مندور عبد الغني** (2016) بعنوان: "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في مصر في الصحف وقنوات التليفزيون العربية بعد ثورة 25 يناير"[10]

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير أساليب معالجة بعض الصحف العربية، وبعض قنوات التليفزيون العربية للقضايا الاجتماعية في مصر بعد أحداث ثورة 25 يناير، حيث تناولت الدراسة أبرز قضايا المجتمع المصري بعد أحداث ثورة 25 يناير، المتمثلة في قضية العدالة الاجتماعية، وقضية البطالة، وقضية الفقر، وقضية الإسكان والعشوائيات، **وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:** جاءت قضية البطالة في مصر أثناء فترة الدراسة بصحيفة عكاظ بنسبة 74%، وتناولت قضية الفساد والرشوة والقضايا الأخرى بنسبة 8.2%، بينما جاءت قضية البطالة بصحيفة الراية القطرية بنسبة 60.3%.

5- **دراسة هيام أنور أحمد أبو زيد** (2016) بعنوان:"دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية"[11]

توصلت هذه الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك جاء في الترتيب الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي كأكثر المواقع استخداماً من قبل أفراد العينة، تلاه في المراكز الأربعة الأولى بالترتيب موقع اليوتيوب، ثم جوجل بلاس، ثم تويتر، فموقع انستجرام، وأن نسبة 73% من أفراد العينة حريصون على متابعة الأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعى، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة بين حجم اهتمام الشباب بمتابعة الأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين حجم التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على هذا الاهتمام.

6- **دراسة داليا كمال عواد محمد (2016) بعنوان** : "بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو هذه الأزمات"[12]

هدفت الدراسة إلى التعرف على بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو تلك الأزمات. **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:** وجود علاقة ارتباطية بين معدلات تعرض المراهقين للمواقع الإخبارية ومدى اعتمادهم عليها أوقات الأزمات، وكذا وجود علاقة ارتباطية بين

معدلات تعرض المراهقين للمواقع الإخبارية وتأثيرات الاعتماد عليها أوقات الأزمات (معرفية - وجدانية - سلوكية).

7- **دراسة عدلات عبد المعطي** (2015) بعنوان: "دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية"[13]

استهدفت الدراسة التعرف على دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية، ومدى اهتمام الجمهور الفلسطيني بهذه القضايا، حيث استخدمت منهج المسح الإعلامي، وقد استخدمت الباحثة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء والمقابلة في جمع البيانات، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:** أن درجة متابعة المبحوثين للقضايا الاقتصادية عبر الصحف الإلكترونية الفلسطينية منخفضة.

8- **دراسة صفاء عبد الحميد عبد السميع**(2015) بعنوان:"معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات وأثرها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوها" [14]

استهدفت الدراسة رصد وتحليل معالجة الصحف الإلكترونية للأزمة الدستورية وأزمة العنف داخل الجامعات بعد ثورة 30 يونيو 2013، وتأثيرها على اتجاهات الجمهور المصري نحو هذه الأزمات، **وكشفت نتائج الدراسة عن:** اعتماد الصحف عينة الدراسة على إطار الصراع في معالجة أخبار أزمتي الدراسة، وأظهرت نمو قوى فاعلة جديدة أثرت في تطورات الأزمتين وهي القوى الشعبية بمحركها الأساسي الشباب، كما تبين وجود فروق في ترتيب اهتمامات الصحف في معالجة الأزمات وبين اهتمامات الجمهور.

9- **دراسة وديع محمد العزعزي**(2015) بعنوان:"استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)"[15]

استهدفت الدراسة معرفة استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، حيث استخدم الباحث منهج مسح جمهور وسائل الإعلام، وطبق على عينة عشوائية قوامها 240 مفردة من طلاب أربع جامعات عربية، **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:** أن أغلب طلبة الإعلام في الجامعات العربية (عينة البحث) تستخدم الفيسبوك، كما جاءت الدوافع المعرفية في مقدمة دوافع الاستخدام، كما جاءت الإشباعات المعرفية في المرتبة الأولي، كما أن درجة اعتمادهم على الفيسبوك في الحصول على الأخبار والمعلومات كانت بدرجة متوسطة، وتبين أن أبرز إيجابيات استخدام الفيسبوك يكمن في التواصل مع الأصدقاء وتبادل الآراء معهم، والتعبير عن الآراء بحرية.

10- **دراسة دعاء عادل محمود**(2015) بعنوان:"أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية"[16]

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن أطر معالجة المواقع الإلكترونية للقضايا والتحديات الاقتصادية والاجتماعية، وكذلك تحديد كيفية تناول هذه التحولات واتجاهات هذا التناول وكثافته، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على أداة تحليل الأطر، **وكان من أهم النتائج ما يلى:** جاءت القضايا الاقتصادية المتخصصة مثل البورصة والاستثمار في مقدمة اهتمام القضايا الاقتصادية بمواقع الدراسة، رغم أن قضايا التعليم والصحة جاءت في مقدمة القضايا الاجتماعية، وجاء توظيف مقاطع الفيديو بشكل محدود باستثناء موقع المصري اليوم الذي كان الأكثر اهتماماً

وتميزاً بنشر مقاطع فيديو انفرد بها لتغطية احتجاجات واعتصامات أو جولات لبعض المسئولين.

11- دراسة ويسترمان، وسبنس (2014),.Westerman,D.,Spence بعنوان:"وسائل الاتصال الاجتماعي كمصدر للمعلومات: حداثة التطورات ومصداقية المعلومات"[17]

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن ما إذا كانت المعلومات المتوفرة على شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على تصورات الجمهور (المستخدمين) حول مصداقية مصدر هذه المعلومات والثقة فيها أم لا، حيث بلغت العينة (181) مشاركاً من طلاب جامعة (مد اتلانتك) في الولايات المتحدة الأمريكية، **وكان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى:** وجود علاقة إيجابية بين التحديثات السريعة على صفحة تويتر، وحجم الوضع المعرفي الذي تم تقاسمه بين المشاركين، كما تشير النتائج إلى أن حداثة التطورات قد لا يكون لها تأثير على مصداقية المصدر، بينما الوضع المعرفي يتوسط في العلاقة بين الحداثة في التطورات والمصداقية.

12- **دراسة فاطمة نبيل محمد السروجي** (2014) بعنوان: "الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية"[18]

سعت الدراسة إلى التعرف على أولويات الاهتمام بقضايا الشباب الاجتماعية، وأشكال التفاعلية الموجودة بالصحف الإلكترونية والشكل الصحفي التي تقدم به القضايا في الصحف، حيث أجريت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الذين يتصفحون الصحف الإلكترونية، والشباب العاملين في قطاعات مختلفة وقد استخدمت استمارة الاستبيان، **وتوصلت الدراسة إلى**: أن من أهم أسباب تصفح الشباب للصحف الإلكترونية في أنها تمد القارئ بأهم وأحدث الأخبار بشكل فوري وتحديث مستمر في المقدمة، واجتمعت 86% من العينة على أن الصحف الإلكترونية وسيلة للمعرفة للأحداث الجارية.

13- **دراسة نايف بن ثنيان آل سعود**(2014) بعنوان: "علاقة شبكات التواصل الإلكتروني بالاغتراب الاجتماعي للمراهقين في المجتمع السعودي"[19]

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني خلال المدة الزمنية التي يقضيها المراهقون في استخدام هذه الوسائل وتأثير ذلك على الاغتراب الاجتماعي لديهم، والتعرف على مدى تعرضهم لشبكات التواصل الاجتماعي، **وأسفرت نتائج الدراسة إلى:** أن استخدام المراهقين بالمجتمع السعودي لشبكات التواصل الإلكتروني الاجتماعي جاء بنسبة 88.5% في مقابل 11.5% منهم لا يستخدمونها وجاء في مقدمة الوسائل: (تويتر، والفيس بوك)، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المراهقين بالمجتمع السعودي (الطقوسية- النفعية) لشبكات التواصل الإلكتروني الاجتماعي وبين الاغتراب الاجتماعي لديهم.

14- **دراسة ديفيد وآخرون(2014),.David Westerman& Others** بعنوان:" وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر للمعلومات: سرعة في التحديثات ومصداقية المعلومات "[20]

أكدت هذه الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً للمعلومات، وأيضاً لها أهمية كبيرة لدى مستخدمي تلك المواقع وخاصة في أوقات المخاطر والأزمات، وأن المعلومات أصبحت متوافرة بشكل كبير في أيدي المستخدمين بدلاً من المبدعين والنخب، وهناك علاقة بين مصداقية المعلومات وزيادة الجانب المعرفي للأفراد.

15- **دراسة جنسون (2013),.K.Johnston.,** بعنوان:"استخدام طلاب الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعى واتجاهاتهم نحوها[21].

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية لدى طلاب الجامعة بين موقعي (الفيسبوك- وتويتر) من حيث اتجاهات الطلاب نحوها، **وتوصلت النتائج إلى:** ارتفاع كثافة استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيسبوك مقارنة بتويتر، كما أوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في قاعات المحاضرات الدراسية.

16- **دراسة آلاء الزومان**(2012) بعنوان: "تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية"[22]

استهدفت الدراسة معرفة حجم تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية، ومعرفة دوافع استخدامهم للشبكات الاجتماعية والإشباعات المتحققة لهم واستجلاء العوامل المؤثرة في أنماط استخدامهم للشبكات الاجتماعية، **وتمثلت أهم النتائج في:** جاء في صدارة دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية في التعرف على معلومات وتفاصيل إضافية للأحداث بنسبة 67% ، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية لدى الطلاب ومتوسط معدلات استخدام الشبكات الاجتماعية لدى الطالبات.

17- **دراسة تشانغ& جونسون (2010),.W Zhang, TJ Johnson, T Seltzer** بعنوان:"تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك والاتجاهات السياسية "[23]

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين الاعتماد على مواقع الشبكات الاجتماعية (كالفيس بوك، ماي سبيس، ويوتيوب) ومشاركة المواطنين في الأنشطة المدنية، حيث استخدمت أداة الاستطلاع عبر الهاتف، **وتوصلت الدراسة إلى**: وجود علاقة دالة بين الاعتماد على مواقع الشبكات الاجتماعية، وزيادة المشاركة المدنية، وأثبتت دور الاتصال الشخصي والمناقشة بين الأفراد في تعزيز المشاركة المدنية والقيم المجتمعية.

18- **دراسة باك، وشيل (2010),.Bahk& Sheil, et al** بعنوان:"الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية، والشبكات الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الجامعية"[24]

استهدفت هذه الدراسة معرفة مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية بالإضافة إلى الشبكات الاجتماعية، **وتوصلت النتائج إلى:** أن 79% من أفراد العينة لديهم نشاط في شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، وأن موقع فيسبوك وموقع ماي سبيس كانا أكثر المواقع التي يستخدمها المبحوثون، كما أن الفئة الأصغر سناً من العينة كانت تعتمد أكثر على الوسائل الرقمية من الفئة العمرية الأكبر.

19- **دراسة رفعت عارف الضبع**(2009) بعنوان:"استخدام المراهقين بالعالم العربي للفيسبوك والإشباعات المتحققة لديهم"[25]

استهدفت الدراسة معرفة حجم قراءة المراهقين للفيسبوك والدخول عليه بالعالم العربي، ومدى استخدامهم للفيسبوك والإشباعات المتحققة لديهم، ومعرفة دوافعهم للاستخدام ورصد مميزات وعيوب الفيسبوك من وجهة نظر المراهقين، **وتمثلت أهم النتائج في:** أن نسبة 80% من حجم العينة تستخدم الفيسبوك، كما أن نسبة 26% من العينة يدفعها متابعة الأخبار ومعرفة كل جديد.

20- **دراسة مارك(2009),.Mark Jurkowitz** بعنوان:"معالجة وسائل الإعلام للأزمة الاقتصادية خلال رئاسة أوباما" [26]

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل معالجة وسائل الإعلام وشبكة الإنترنت للأزمة الاقتصادية خلال رئاسة أوباما والتي جاءت كنتيجة لحالة الكساد العالمي التي مر بها العالم، وذلك من خلال تحليل محتوى التغطية الإعلامية لهذه الأزمة خلال النصف الأول من عام 2009، **وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج منها:** أن القصص التي حاولت أن تدرس أثر التباطؤ الاقتصادي على حياة الأمريكيين العاديين بشكل واضح بلغت 5% فقط من التغطية الاقتصادية، وهو ما يشير إلى أن الصحافة أعطت القليل من الاهتمام للمشاكل الاقتصادية للناس العاديين، أما القوى الفاعلة في النص الخبري كانت تمثل الهدف الرئيسي.

المحور الثاني: الدراسات الخاصة بالفيديوهات الصحفية:

1- **دراسة صفاء السيد منسوب السيد الصعيدي (2016)** بعنوان:"فعالية برنامج مقترح لتنمية مهارات صحافة الفيديو لطلاب الإعلام التربوي"[27]

استهدفت الدراسة التعرف على مدى فعالية البرنامج المقترح في تنمية مهارات صحافة الفيديو (إيجاد الفكرة، التصوير، التحرير، تسجيل ومعالجة الصوت، المونتاج) لطلاب الإعلام التربوي. حيث اتبعت الباحثة المنهج التجريبي، **وتوصلت الدراسة إلى:** وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد المجموعتين الضابطة والتجريبية في القياس البعدي لمهارات صحافة الفيديو لصالح المجموعة التجريبية.

2- **دراسة غادة عبد التواب اليمانى**(2015) بعنوان:"التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية" [28]

استهدفت الدراسة اختبار مسار ذاكرة المعلومات الخاصة بالأحداث الإرهابية وأثر الفيديوهات الصحفية في إدراك المعلومات وتذكرها لدى طلاب الصحافة، وتتبع هذه الدراسة المنهج التجريبي، واعتمدت على استمارة المقابلة وأسلوب الملاحظة، وطبقت على عينة قوامها (500) طالب من قسمي الإعلام والإعلام التربوي بجامعة طنطا، **وتوصلت الدراسة إلى:** أن موقع اليوم السابع جاء في صدارة المواقع الإخبارية التي يستخدمهما أفراد عينة المجموعة التجريبية أثناء الأحداث الإرهابية، كما تبين وجود علاقة دالة إحصائياً بين التعرض للمقاطع الفيديوية المصاحبة للأحداث الإرهابية وتذكر المعلومات واسترجاعها لدى الطلاب.

3- **دراسة وائل محمد عناني وأخرين**(2015) بعنوان:"صحافة الفيديو الرقمية وتأثرها بظهور الإعلام الجديد" [29]

استهدفت الدراسة التعرف على مراحل الإعداد والتحضير والتصوير والمونتاج لأفلام صحافة الفيديو، التي انتشرت بظهور الإعلام الجديد على مواقع الصحف الإلكترونية والمؤسسات الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي، **وتوصلت الدراسة إلى:** التزام صحافة الفيديو بالقيم الصحفية ومنها الحياد والموضوعية والدقة والأمانة والتوازن، واستخدام اللقطات الثابتة فيها عند الحاجة إلى لقطات متحركة، كما أنها تعتبر أيسر الأشكال المعرفية والتعبيرية المجسدة للواقع الاجتماعي تعاملاً مع الفئات المختلفة من الجماهير.

4- دراسة شريف عطية محمد بدران(2015) بعنوان:"المعالجات البصرية لمقاطع الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المتلقي"[30]

هدفت الدراسة إلى التعرف على المعالجات البصرية التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في

تشكيل رؤيته لمقاطع الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي، وأثر التنويع في المعالجات البصرية لمقطع الفيديو الواحد على المتلقي نفسياً وفي إدراكه لمدى مصداقية تلك المقاطع، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، **وتوصلت النتائج إلى:** ارتفاع نسبة عدم الثقة في مصداقية مقاطع اليوتيوب التابعة لمؤسسات إعلامية إلى 11.3% في مقابل 1.6% عدم ثقة فيما تقدمه مقاطع الفيديو التابعة لحسابات شخصية قبل تعرض عينة الدراسة للتجربة، بينما ارتفعت نسبة عدم الثقة في مصداقية مقاطع الفيديو التابعة لمؤسسات إعلامية بعد إجراء التجربة لتصل إلى 29%، وأثرت متابعة مقاطع اليوتيوب على سلوكيات الفرد الشخصية وسلوكه تجاه المجتمع بنسبة 65.6% لدى أفراد عينة الدراسة.

5- دراسة رضوى سعد محمد مبروك(2015) بعنوان:"العلاقة بين صحافة الفيديو الإلكترونية وقارئية ومشاهدة الوسائل التقليدية"[31]

استهدفت الدراسة فهم تأثير ظاهرة صحافة الفيديو على قارئية ومشاهدة الوسائل التقليدية فضلاً عن دراسة درجة المصداقية المتصلة بها، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي واستمارة الاستبيان، **وتوصلت الدراسة إلى أن:** صحافة الفيديو على شبكة الإنترنت تتمتع بدرجة متوسطة من المصداقية لاتتأثر بجودة إنتاج الفيديو، كما أن استخدام صحافة الفيديو يؤدي إلى تقليل مشاهدة أخبار التليفزيون بشرط أن يغطي فيديو الإنترنت الحدث من كافة جوانبه وتفاصيله.

6- دراسة كرانويل- راشيل ماري وأخرين Jo Cranwell& Rachael Murray et.al.,(2014) بعنوان:" تعرض المراهقين لمقاطع الفيديو التي تحتوي على التبغ والكحول عبر اليوتيوب" [32]

أكدت هذه الدراسة على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً مهماً للمعلومات، وأيضاً لها أهمية كبيرة لدى مستخدمي تلك المواقع وخاصة في أوقات المخاطر والأزمات، وأن المعلومات أصبحت متوافرة بشكل كبير في أيدي المستخدمين بدلاً من المبدعين والنخب، وهناك علاقة بين مصداقية المعلومات وزيادة الجانب المعرفي للأفراد.

7- **دراسة نادية الشيخ**(2013) بعنوان:"دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشباعات المتحققة منها"[33]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشباعات المتحققة منها، بهدف الكشف عن المضامين الأكثر تداولاً بين الشباب الجامعي عبر صحافة الفيديو، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية من طلاب جامعتي (القاهرة، والمنوفية)، **وتوصلت النتائج إلى**: أن نسبة من يتابعون مقاطع الفيديو بصورة منتظمة 11.9%، ومن يتابعونها بصورة غير منتظمة 76.8%، وأن نسبة من لا يتابعونها 11.2%، كما أن نسبة من يعرفون وجود المقاطع التي يطلق عليها صحافة الفيديو نحو 48%، مقابل 51% لا يعرفونها، كما بلغت نسبة مشاهدة الخبر كفيديو عن قراءته نحو 75.3%.

8- **دراسة حنان سليم**(2011) بعنوان:"أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية"[34]

سعت الدراسة إلى رصد وتفسير تأثير مقاطع اليوتيوب في تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية، وتندرج ضمن البحوث الكيفية، واعتمدت على منهج المسح

بشقيه الوصفي والتحليلى، **وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها:** أن 86% من المبحوثات يرون أن موقع يوتيوب أكثر الوسائل الإعلامية التي أمدتهن بالمعلومات حول أحداث الثورة المصرية، وأن حوإلى نصف العينة من الطالبات أجبن بأن الصحف الإلكترونية والمجموعات البريدية قد أمدتهن بالمعلومات حول أحداث الثورة المصرية، وقد اتفقت جميع الطالبات عينة الدراسة على أن الفساد وتردي الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من أهم أسباب الثورة المصرية.

المحور الثالث: الدراسات الخاصة بنظرية إدراك الواقع الاجتماعي:

1- **دراسة مني حمدى سعد رياض** (2017) بعنوان: "اعتماد الشباب على المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة وعلاقتها بإدراكهم لواقعهم المجتمعي"[35]

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في تكوين إدراك الشباب الجامعي لواقعه المجتمعي والمرتبط بالجريمة، وقامت الباحثة باستخدام صحيفة الاستبيان وذلك على عينة قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي من جامعات (المنصورة، الزقازيق، القاهرة)، **وتوصلت الدراسة إلى:** تفوق الدوافع المعرفية لدى أفراد العينة لاستخدام أفراد العينة للمواقع الإلكترونية، وبالنسبة للإشباعات المتحققة فقد جاءت مشاهدة الصور أو الفيديو المتعلقة بالموضوعات فقط في المرتبة الأولى، وجاء اليوم السابع كأكثر المواقع التي يتابعها أفراد العينة في الحصول على معلومات عن الجريمة في مصر.

2- **دراسة أسماء مجدي أحمد السيد**(2015) بعنوان: "معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي"[36]

هدفت الدراسة إلى التعرف على المعالجة الإعلامية لما تقدمه القنوات الفضائية العربية عن قضايا المرأة السعودية والتي تقدم في إطار واقع اجتماعي، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، واعتمدت على اختيار عينة عشوائية بلغت 400 مفردة من جمهور المرأة السعودية، واعتمدت على استمارة تحليل محتوي للمضمون التليفزيوني بالقنوات الفضائية العربية محل الدراسة، واستمارة الاستقصاء للمسح الميداني للجمهور، **وتوصلت النتائج إلى:** عدم وجود علاقة دالة احصائياً بين كثافة تعرض عينة الدراسة للبرامج الحوارية التي تناقش قضايا المرأة السعودية بالقنوات الفضائية العربية، وبين إدراك المرأة السعودية لواقعها الاجتماعي بشكل عام ، كما تبين وجود علاقة ارتباطية جزئياً بين خصائص عينة الدراسة من حيث العمر والمهنة والمستوى التعليمي، وبين معدلات التعرض أو مشاهدته لقضاياهن التي تقدمها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية.

3- **دراسة دينا أحمد سليمان** (2013) بعنوان: "القيم التي تعكسها البرامج الواقعية في القنوات الفضائية العربية وانعكاسها على إدراك الشباب للواقع الاجتماعي" [37]

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الشباب للبرامج الواقعية المقدمة في القنوات الفضائية العربية وإدراكهم للواقع الاجتماعي، واعتمدت على منهج المسح، واعتمدت كذلك على أداتي تحليل المضمون، واستمارة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الشباب قوامها 100 مبحوث ، أما بالنسبة لعينة الدراسة المسحية على الجمهور فتمثلت في 500 مفردة من طلبة وطالبات جامعات(القاهرة، والمنيا، جامعة مصر، جامعة النهضة)، **وتوصلت النتائج إلى:** ارتفاع نسبة إدراك الشباب لما يقدم في برامج تليفزيون الواقع بأنها واقعية إلى حد ما بنسبة 50.3%، كما تبين وجود

علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج تليفزيون الواقع، وإدراكهم للواقع الاجتماعي كما تعكسه برامج تليفزيون الواقع.

4- دراسة ليدميلا (2010)،.Lyudmila Popova بعنوان:"الواقع المدرك للرسائل الإعلامية: تفسير المفهوم واختباره"(38)

استهدفت الدراسة تحديد هيكل مفاهيمي للواقع المدرك من خلال تركيزه على التفسير المنهجي لعملية الاتصال، حيث حاولت وضع تعريف تجريبي للواقع المدرك من خلال تحليل وتركيب الأفكار الماضية حيث اشتملت على 6 أبعاد للواقع المدرك تمثلت في(بعد النافذة السحرية، السياق، الهوية، المنفعة، الأمانة، الخبرة الواقعية)، **وقد أظهرت النتائج أنه:** على الرغم من أن الناس على اختلاف ثقافاتهم يستقبلون محتوى رسائل وسائل الإعلام سواء كانت أكثر أو أقل نموذجية أو مفيدة إلا أن تقييمهم للواقع المدرك من وسائل الإعلام يأتي بصورة مشابهة للواقع الحقيقي، كما تبين وجود علاقات ارتباطية إيجابية بين أبعاد الواقع المدرك.

5-دراسة بارعة حمزة شقير(1999) بعنوان: "تأثير التعرض للدراما الأجنبية فى التليفزيون على إدراك الشباب اللبنانى للواقع الإجتماعى"(39)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التليفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي فيما يتصل بمفهومي العنف والإدمان، حيث اعتمدت الباحثة على منهج المسح، كما اعتمدت على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مبحوث من الشباب اللبنانى فى عمر 20-24 سنة، وكان من **أهم نتائج الدراسة:** أن هناك علاقة بين التعرض للدراما الأجنبية فى التليفزيون وإدراك الواقع الاجتماعى وذلك بالنسبة لكل من العنف والإدمان.

6- **دراسة حسن عماد مكاوي**(1997) بعنوان: "أثر الإنماء التليفزيوني في إدراك الشباب للواقع"(40)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة التليفزيون في عكس الواقع الاجتماعي لمشاهده من الشباب، وخلق دوافع جديدة في صنع الوسيلة، **وتمثلت أهم النتائج في:** وجود علاقة ارتباط سلبية بين دوافع المشاهدة الطقوسية وإدراك الواقع كما يعكسه التليفزيون وفقاً لمفهوم النافذة السحرية،ووجود علاقة ارتباط إيجابي بين دوافع المشاهدة النفعية وإدراك الواقع من التليفزيون وفقاً لمفهوم المنفعة.

التعليق على الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات السابقة المتعلقة بهذه الدراسة اتضح للباحث أنها جاءت متنوعة من حيث الاهتمام، والهدف، والإجراءات المنهجية، مما أفاد الباحث من ناحية الإلمام بالتراث النظري حول موضوع البحث، وعلى الرغم مما قدمته هذه الدراسات من نتائج مهمة إلا أن الباحث لاحظ من خلال قراءته النقدية لها بعض الملاحظات التي يمكن إجمالها فيما يلى:

– تنوعت الدراسات السابقة بين دراسات عربية وأخرى أجنبية؛ **ففي المحور الأول الخاص باعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتعرضهم للقضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية** تناولت بعض الدراسات العربية الخاصة بهذا المحور أطر المعالجة الصحفية للأزمات بالجرائد والمجلات الأسبوعية، وأيضاً بالقنوات التليفزيونية، كما تناولت الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات وعلاقتها باتجاهات المراهقين

نحوها، أيضاً تطرقت إلى معرفة دور الصحف الإلكترونية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية، وكذلك أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية، وكذا معرفة العلاقة بين استخدام المراهقين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ومستوى معرفتهم بالقضايا العامة.

– أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فقد تناولت استخدام طلاب الجامعات والمراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحوها، وكذلك تأثيرها على السلوك واتجاهاتهم السياسية، وكذا تأثيرها في الحياة الاجتماعية.

– **بالنسبة للدراسات الخاصة بالمحور الثاني المتعلق بالفيديوهات الصحفية** فقد لوحظ أن بعض الدراسات العربية هدفت إلى التعرف على أثر الفيديوهات الصحفية في إدراك المعلومات وتذكرها لدى الطلاب، وكذا التعرف على صحافة الفيديو الرقمية وتأثرها بظهور الإعلام الجديد، كما أن بعض الدراسات أكدت على أثر التنويع في المعالجات البصرية لمقطع الفيديو الواحد على عملية إدراك المتلقي لمصداقية تلك المقاطع، والبعض الآخر اهتم بدراسة مواقع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والإشباعات المتحققة منها وكذا دورها في تشكيل اتجاهاتهم نحوها، بينما تناولت الدراسات الأجنبية تعرض المراهقين لمقاطع الفيديو، وخاصة في أوقات الأزمات والمخاطر.

– **وفيما يتعلق بتوظيف نظرية إدراك الواقع الاجتماعي فقد** هدفت بعض الدراسات إلى التعرف على دور المواقع الإلكترونية، والصفحات المتخصصة في تكوين إدراك الشباب لواقعه المجتمعي، وكذا التعرف على مدى تعرض الشباب للبرامج الواقعية المقدمة في القنوات الفضائية وإدراكهم لواقعهم الاجتماعي، وكذا التعرف على أثر الإنماء التليفزيوني في إدراك الشباب للواقع الاجتماعي.

– **ولقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في** تحديد موضوع الدراسة ومشكلتها تحديداً دقيقاً، وكذلك صياغة تساؤلات الدراسة وفروضها، وكذا بناء الإطار النظري، وكذا في تحديد متغيرات الدراسة بالإضافة إلى تحديد الإطار المنهجي من حيث نوع الدراسة، والمنهج المستخدم، وأدوات التحليل، كما أن الدراسات السابقة تنتمي إلى الدراسات الوصفية وتتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في أنها من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح، كما أن بعض الدراسات استخدمت مناهج أخرى مثل: دراسة الحالة، المنهج المقارن، المنهج التجريبي، كما أن بعض هذه الدراسات استخدمت استمارة الاستبيان، والمقابلة، والملاحظة، وأداة تحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالبحث، وقد استفادت الدراسة الحالية من ذلك في استخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

تساؤلات الدراسة:

1- ما معدل تعرض المراهقين لشبكة الإنترنت، والصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي؟
2- ما الصحف الإلكترونية التي يتصفحها المراهقون؟
3- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يتصفحها المراهقون؟
4- ما مدى اهتمام المراهقين بمتابعة فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي؟

5- ما أكثر فيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية التي يتصفحها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي؟
6- ما مدى تفاعل المراهقين مع فيديوهات الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي؟
7- ما وسائل دخول المراهقين لفيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية؟
8- لماذا يتعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية؟
9- ما التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي؟
10- ما أنواع الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول الأزمات الاقتصادية والاجتماعية؟
11- ما الشروط التي يجب أن تتوفر في الفيديوهات التي يشاركها أو يتعرض لها المراهقون؟
12- ما مكونات الواقع المدرك من فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمراهقين؟
13- ما مدى تأثير فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية على الواقع الاجتماعي للمراهقين؟
14- لماذا لايتعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والتأثيرات المتحققة منها.
2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية ومدى إدراكهم للواقع.
3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المتحققة لدى المراهقين من التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وبين إدراكهم للواقع.
4- يختلف معدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب تعرضهم لها، والتأثيرات الناتجة عنها، ومدى إدراكهم للواقع المدرك من هذا التعرض باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية.

المفاهيم الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

- **الصحف الإلكترونية:** تعرف إجرائياً بأنها: المواقع الصحفية التي يتم تصفحها والتعرض لها من خلال شبكة الإنترنت، وقد تكون هذه الصحف ذات نسخة ورقية، أو ليس لها إصدار ورقي ويتم تحديثها باستمرار وبصفة دروية.

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** يقصد بها مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم، بحسب مجموعات اهتمام أو شبكات، انتماء بلد، جامعة، مدرسة/ شركة...الخ[41]، **وتعرف إجرائياً بأنها:**

مجموعة المواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت يتعرض لها المراهقون عينة الدراسة كالفيس بوك، وتويتر، وانستجرام، واليوتيوب، وجوجل بلاس... الخ من أجل الحصول على معلومات من خلال الفيديوهات الصحفية المختلفة والقضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية.

- **الأزمات الاجتماعية:** يرى بعض العلماء أن المشكلة الاجتماعية توجد عندما يوجد تناقض بين ما يوجد بالفعل وبين ما يعتقده الناس في ضرورة وجوده، وذلك يعني أن المشكلة الاجتماعية نشعر إزاءها أنه يجب عمل شيء أو إحداث تغيير، فالأمور تسير سيراً يتعارض مع المعايير الحقيقية أو المثالية، ولهذا تكون ضارة ببعض الناس، أو ظالمة لهم، أو لا حاجة لهم بها[42].

- **الأزمات الاقتصادية:** تعرف الأزمة الاقتصادية بأنها اضطراب فجائي يطرأ على التوازن الاقتصادي في بلد ما أو عدة بلدان، وهي تطلق بصفة خاصة على الاضطراب الناشئ عن اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك[43].

- **الفيديوهات الصحفية (صحافة الفيديو):**

وتعرف صحافة الفيديو بأنها: "أحد أشكال الصحافة وإنتاج الأخبار المصورة بواسطة شخص يكتب ويحرر ويصور ويقدم القصص الخبرية باستخدام التقنيات الرقمية وبثها على نطاق واسع عبر الإنترنت"[44].

وتعرف فيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية إجرائيا بأنها:" عبارة عن تسجيلات بالصوت والصورة تتناول القضايا والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية، ويتم عرضها على مواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي سواء كانت مسجلة أو يتم بثها مباشرة، أو كانت عبارة عن فيديو تدويني، أو تقرير شخصي، أو فيديو مصاحب لموضوع تحريري، أو حتي عروض فيديو، إلى غير ذلك من أنواع الفيديوهات الصحفية الأخرى.

- **إدراك الواقع الاجتماعي للمراهقين: يقصد به إجرائياً**: الطريقة التي يري بها المراهقون العالم المحيط بهم ويتم ذلك عن طريق استقبال المعلومات وتنظيمها وتفسيرها من خلال وسائل الإعلام المختلفة والتي من بينها الصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم عمل مقارنات بين ما يتعرضون له من قضايا وأزمات، وبين ما لديهم من مخزون في الذاكرة أو ما هو موجود بالفعل في واقعه الاجتماعي مما يؤدي إلى اتخاذه سلوك محدد وتكوينه مفاهيم ومعانٍ خاصة بإدراك الواقع الاجتماعي المحيط به أو الذي يعيشه.

- **المراهقون:** يقصد بهم طلاب مرحلة التعليم الثانوي العام والتي تقع أعمارهم بين 15: 17 سنة.

- الإطار المنهجي للدراسة:

1- **نوع الدراسة:** تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على فهم الظاهرة موضع الدراسة، حيث تسعي إلى التعرف على مدى تعرض واعتماد المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع، وكذا معرفة أهداف الاعتماد على هذه الفيديوهات، والتأثيرات المتحققة من هذا الاعتماد بالإضافة إلى معرفة أنماط وأنواع الفيديوهات التي يتعرضون لها، وكذا معرفة مكونات الواقع المدرك من هذه الفيديوهات بالنسبة لهم، ومدى تأثيرها على واقعهم الاجتماعي.

2- **منهج الدراسة:** اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وذلك بالتطبيق على عينة من

المراهقين (طلاب الثانوية العامة) من مدارس مختلفة بمحافظة دمياط.

3- **عينة الدراسة:** تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية من المراهقين (طلاب الثانوية العامة) من مستخدمي شبكة الإنترنت، وتشمل الذكور والإناث قوامها (400) مفردة من مدارس الثانوية العامة بالإدارات المختلفة بمحافظة دمياط، حيث كانت نسبة الذكور(30%) من عدد العينة الكلي، ونسبة الإناث (70%) من عدد العينة الكلى، وذلك يرجع إلى أن عدد الإناث في المدارس الثانوية بصفة عامة أكثر من عدد الذكور بمعدل الضعف، وهذا ما لاحظه الباحث أثناء إجراء الدراسة الميدانية في هذه المدارس.

4- **أدوات جمع البيانات:** قام الباحث باستخدام (استمارة الاستبيان) كأداة من أدوات جمع البيانات، والتي تم إعدادها وتصميمها بواسطة الباحث حيث احتوت على مجموعة من الأسئلة التي تتناول المتغيرات الخاصة بالدراسة، حيث قام الباحث بمراعاة الشروط العلمية الخاصة باستمارة الإستبيان.

5- **إجراءات تصميم صحيفة الاستبيان:** قام الباحث بتصميم صحيفة الاستبيان والتي تحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تتناول المتغيرات الخاصة بالدراسة، حيث قام الباحث بمراعاة الشروط العلمية والخاصة بتقييم صحيفة الإستبيان والصياغة الدقيقة للأسئلة، حيث اشتملت الاستمارة على عدة محاور متعلقة بأهداف وتساؤلات الدراسة الميدانية.

6- **حدود الدراسة:**

أ- **الحدود الموضوعية:** تتضمن التعرف على مدى تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع، وكذا التعرف على أسباب اعتمادهم عليها، والتأثيرات المتحققة من التعرض لها، وكذا أنماط هذه الفيديوهات، ومدى إدراكهم للواقع من خلال التعرض لهذه الفيديوهات.

ب- **الحدود الزمنية:** تم إجراء الدراسة الميدانية خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2016/ 2017م على عينة من طلاب الثانوية العامة.

ت- **الحدود المكانية:** تم تطبيق الدراسة على عينة من المراهقين(طلاب الثانوية العامة) ببعض المدارس الثانوية بمحافظة دمياط ممن تتراوح أعمارهم من سن 15: 18 سنة.

7- **قياس الصدق والثبات:**

أولاً: اختبار الصدق: ويقصد به صدق المقياس المستخدم في قياس المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه[45]، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في الدراسة (أداة الاستبيان) قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين والخبراء المتخصصين في مجال الإعلام في الجامعات المصرية[46]، وذلك بغرض دراسة أبعاد ومحاور استمارة الاستبيان والتي تحقق الهدف الذي صممت من أجله، وكذا إبداء الملاحظات بشأنها، وقد أقر المحكمون بصلاحية المقياس بشكل عام وذلك بعد إجراء التعديلات المقترحة، وقد تم تعديل الاستمارة وفقاً لملاحظات المحكمين سواء بحذف بعض العبارات أو تعديل بعضها والإضافة لبعض البنود أوالعبارات.

ثانياً: ثبات التحليل: للتأكد من ثبات الاستمارة فقد قام الباحث بإعادة تطبيق استمارة الاستبيان (أسلوب إعادة الإختبار Re-Test) على عينة قوامها (40 مفردة) بواقع 10% من حجم العينة

الأصلي، ثم تم حساب معامل الثبات على درجة الاتفاق بين إجابات الطلاب الذين تم التطبيق عليهم في المرة الأولى والثانية، وقد دلت معاملات الارتباط على الاتفاق فى إجابات الطلاب حيث بلغت قيمة معامل الثبات للمقياس (92%)، وتدل هذه النسبة على ثبات التحليل بدرجة عالية تؤكد على مدى صلاحية المقياس للتحليل ودقته.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS لإجراء المعاملات الإحصائية المناسبة لهذه الدراسة، وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية: (**التكرارات البسيطة- النسب المئوية- المتوسطات الحسابية- والانحرافات المعيارية- اختبار كا2 - معامل ارتباط بيرسون (R)** للعلاقة بين متغيرين- اختبار **T.Test** لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة- **الوزن المرجح- تحليل التباين ذي البعد الواحد Anova – الاختبارات البعدية Post Hoc Tests** بطريقة أقل فرق معنوي L.S.D لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات).

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام **Dependency Theory:**

وتستهدف هذه النظرية (الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما)، وبناء على هذه النظرية فإن قوة وسائل الإعلام تكمن في (سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم)[47].

- **آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:**

تعرف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنظرية التأثيرات والقوة الإعلامية حيث تهتم بالشروط التي تزيد من قوة وسائل الإعلام والشروط التي تعيق Constrain قوة وسائل الإعلام، وتستند قوة الاعتماد على العلاقات بين وسائل الإعلام والأفراد، حيث يرتبط تأثير وسائل الإعلام بطبيعة علاقات الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام وبقية النظم الاجتماعية الأخرى، وكيف تشكل علاقات الاعتماد المتبادلة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، فالاعتماد الأكبر على رسالة معينة لوسائل الإعلام يعني الاحتمال الأكبر أن هذه الرسالة ستعدل معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه، لذا يرصد Ball Rokeach& Defleur مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي (الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية، الآثار السلوكية)[48].

وضعت Ball-Rokeach ثلاثة علاقات اعتماد على وسائل الإعلام كل منها ينقسم إلى نوعين فرعيين[49]:

1- <u>الاعتماد من أجل الفهم، ويشمل:</u>

أ- **الفهم الذاتي:** مثل التعلم والحصول على الخبرات وتشمل تقدير الذات والمعتقدات والقيم والاتجاهات الخاصة بالفرد وتفسيرها وفهم طبيعة الأفراد الأخرين والثقافات الأخرى وأحداث العالم.

ب- **الفهم الاجتماعي:** مثل معرفة العالم والبيئة المحيطة ويعرف لوجس " Loges" الفهم

الاجتماعي بأنه المعرفة التي لدى الشخص عن كيفية قيام المجتمع ومؤسساته بوظائفها، وإدراك الشخص لدوره في هذا المجتمع وفي هذه المؤسسات.

2- **الاعتماد من أجل التوجيه، ويشمل:**

أ- **توجيه الفعل Action orientation.**

ب- **توجيه التفاعل Interaction orientation.**

3- **الاعتماد من أجل التسلية Play dependency، ويشمل:**

أ- **التسلية الفرديةSolitary play.**

ب- **التسلية الاجتماعية Social play.**

وكما تختلف درجات الاعتماد على الاتصال الرقمي باختلاف الأهداف والحاجات وقدرته على تحقيقها، فإن تأثيرات الاعتماد على الاتصال الرقمي تختلف أيضاً باختلاف درجات الاعتماد على هذا الاتصال وتتصدر **التأثيرات المعرفية** المجالات الأخرى خاصة أن وفرة المعلومات تجعل المستخدم يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفاية المعلومات والغموض الناتج عن ذلك، وتسهم هذه الوفرة في الإدراك الكافي للأحداث وتفسيراتها والمعاني الكامنة وراءها. بجانب مساعدة الفرد في تشكيل الاتجاهات وتدعيمها أو التحول عنها خصوصاً أوقات الأزمات أو عدم الاستقرار. ولعل **التأثيرات الوجدانية** يمكن أن تتبلور بصفة خاصة خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في الفئة الواحدة على مواقع الشبكة، أما **التأثيرات السلوكية** فهي محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتسهم في تأكيد الأدوار أو تجنبها أو الفعالية وعدم الفعالية نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي ساهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها[50].

ومن أهم مزايا هذا المدخل أنه يوضح دور وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والتغير الاجتماعي، وأن لديه القدرة على التكيف مع جميع الأنظمة في المجتمع، ومن أهم نقاط الضعف فيه هو التأكيد المستمر على وجود اعتماد حقيقي بين العناصر المختلفة للنموذج خاصة اعتماد النظام الاعلامى على النظام الاجتماعي[51].

ثانياً: نظرية التوقعات الاجتماعية **Social Expectation Theory :**

وتعني هذه النظرية أن الإنسان يسعى من خلال الصور الذهنية المكتسبة عبر تعرضه لوسائل الإعلام إلى فهم كيفية التعامل مع المجتمع من حوله، بما يوفر له قدراً من التوقعات الاجتماعية التي تحكم سلوكه في الجماعات التي تم تصويرها في وسائل الإعلام[52].

ويمكن تلخيص هذه النظرية فيما يلى[53]:

- أن نماذج التنظيم الاجتماعي التي تظهر في شكل معايير وأدوار ورتب وعقوبات وحوافز تتعلق بجماعات معينة، ويتم تصويرها غالباً في المضمون الإعلامي.
- قد يكون هذا التصوير حقيقياً أو مشوهاً.
- مهما كانت علاقة هذه الصور بالحقيقة والواقع فإن جماهير المستقبلين يستوعبون هذه التحديات، وتصبح هذه الصور هي مجموعة التوقعات الاجتماعية التي تعلموها كنماذج للسلوك.
- تعتبر هذه التوقعات جزءاً مهماً من فهم الناس المسبق للسلوك المطلوب أن يتبعه المشاركون في الجماعات التي سوف يصبحون أعضاء فيها.
- تعتبر النماذج الإعلامية جزءاً مهماً من معلومات الجماهير عن النظام الاجتماعي السائد.

دراسة الواقع المدرك من وسائل الإعلام:

ينظر بعض الناس لوسائل الإعلام بصورة مختلفة، حيث يرون أنها تختار التركيز على بعض الموضوعات والقضايا ليس لكونها تعكس الواقع الاجتماعي، وإنما لتحقيق بعض المصالح والأهداف للمسيطرين على هذه الوسائل، ويرى هؤلاء أن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي، وإنما تنمَّي cultivate عالماً يبدو حقيقياً للمتلقين. وقد يتقبل المتلقي هذا الواقع الإعلامي لكونه غير مدرك للعمليات التي تتم لخلق هذا الواقع، وإنما يشعر فقط بكونه يتعرض للتسلية والترفيه. ونتيجة تراكم التعرض لوسائل الإعلام يبدو العالم الذي صنعته تلك الوسائل حقيقياً في أذهاننا، وقد لا يستطيع بعض الناس أن يميز بين هذا العالم المصطنع عن طريق وسائل الإعلام وبين العالم الواقعي[54].

- **الأبعاد النظرية للواقع المدرك:**

لقد استنتج "هاوكنز" Hawkins,1977 وجود أربعة أبعاد نظرية للواقع المدرك من التليفزيون تمثلت في[55]:

1- **متغير" النافذة السحرية" Magic Window:** ويقصد به درجة اعتقاد المشاهد بواقعية المواد التي يراها على الشاشة، ويتراوح قياس هذا البعد من الاعتقاد المطلق بأن ما يقدمه التليفزيون عبارة عن خيال خالص Pure Fiction إلى الاعتقاد بأن ما يقدمه التليفزيون صورة مطابقة للواقع الحقيقي.

2- **متغير"التوقعات الاجتماعية" Social Expectations:** ويعني الفائدة المتوقعة للمشاهد من التعرض للتليفزيون، ويتراوح قياسها من الاعتقاد بأن البرامج مفيدة تماماً إلى برامج غير مفيدة على الإطلاق.

3- **متغير"المحتوى" Content:** ويعني نوع المضمون الذي يتم التعرض إليه وما إذا كان مضموناً واقعياً أم خيالياً.

4- **متغير "السياق" Context:** أو البيئة التي يدور فيها المحتوي المقدم وما إذا كانت بيئة حقيقية أم زائفة.

وعلى الرغم من أن هذه الأبعاد النظرية للواقع المدرك تم تطبيقها على التليفزيون، **إلا أن الباحث قام باختبارها في هذا البحث نظراً** لملائمة هذه الأبعاد في قياس الواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، كما أنها محاولة من الباحث لتطبيق هذه النظرية مع بحوث الصحافة رغم ندرة الدراسات التي طبقت هذه النظرية في هذا المجال وخاصة مع الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

1- معدل تعرض المراهقين لشبكة الإنترنت:

جدول رقم (1) يوضح معدل تعرض المراهقين لشبكة الإنترنت

النسبة والتكرار / عدد مرات تصفح الإنترنت	ك	%	الترتيب
1- أكثر من مرة باليوم .	243	60.8	1
٢ -عدة مرات أسبوعياً.	105	26.2	2
3- مرة واحدة على الأقل أسبوعياً.	52	13	3
الاجمالى	400	%100	

يتضح من الجدول السابق: أن النسبة الأكبر من المراهقين جاء معدل تعرضهم

لشبكة الإنترنت بصورة مرتفعة حيث بلغت نسبة تعرضهم للإنترنت (أكثر من مرة باليوم) (60.8%)، يليه من يتعرض (عدة مرات أسبوعياً) بنسبة بلغت (26.2%)، كما جاء من يتعرض للإنترنت (مرة واحدة على الأقل أسبوعياً) في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (13%).

ويتضح من ذلك أن غالبية المراهقين من طلاب الثانوية العامة (عينة الدراسة) يتعرضون لشبكة الإنترنت بصورة مرتفعة، **وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مسعد مسعد الخياط (2007)**[56]، والتي توصلت إلى ارتفاع نسبة استخدام المراهقين الذكور للإنترنت.

2- معدل تعرض المراهقين للصحف الإلكترونية:

جدول رقم (2) يوضح معدل تعرض المراهقين للصحف الإلكترونية

النسبة والتكرار / عدد مرات تصفح الصحف الإلكترونية	ك	%	الترتيب
1- أكثر من مرة باليوم .	116	29	3
٢ -عدة مرات أسبوعياً.	119	29.8	2
3- مرة واحدة على الأقل أسبوعياً.	156	39	1
ن=400، إجمالى من يتعرض للصحف الإلكترونية=391، من لا يتعرض لها=9			

تبين من الجدول السابق: أن غالبية المراهقين يتعرضون للصحف الإلكترونية(مرة واحدة على الأقل أسبوعيا) أي أن تعرضهم جاء (بصورة منخفضة) بنسبة بلغت (39%)، يليه من يتعرض للصحف الإلكترونية(عدة مرات أسبوعياً بنسبة (29.8%) أي (تعرض متوسط)، ثم جاء من يتعرض لها (أكثر من مرة باليوم) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (29%)، **ويدل ذلك على أن** النسبة الأكبر من المراهقين جاء تعرضهم بصورة منخفضة للصحف الإلكترونية، وأن النسبة الأقل جاء تعرضهم بصورة متوسطة ومرتفعة، **وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبو بكر حبيب الصالحي (2015)**[57] في أن المبحوثين مرتفعي التعرض للصحف الإلكترونية على الإنترنت بلغت نسبتهم (18.25%)، بينما بلغت نسبة المبحوثين متوسطي التعرض للصحف الإلكترونية(26.63%)، وجاءت نسبة منخفضي التعرض (55.33%).

3- الصحف الإلكترونية التي يتصفحها المراهقون:

اتضح من الجدول التالى ما يلى:

1-أن صحيفة (اليوم السابع) جاءت في مقدمة الصحف الإلكترونية التي يتصفحها المراهقون حيث بلغت نسبتها (70%)، **واتفقت هذه النتائج مع دراسة غادة عبد التواب اليمانى (2015)**[58] حيث توصلت إلى أن موقع اليوم السابع جاء في صدارة المواقع

الإخبارية التي يستخدمها أفراد العينة، **وذلك يرجع إلى أن** صحيفة اليوم السابع من أكثر الصحف الإلكترونية تفاعلية،وكذا لتحديثها المستمر للأخبار والموضوعات المنشورة بها، وإمكانية استخدام الوسائط المتعددة بها وسهولة استخدامها، بينما جاءت صحيفة (الأهرام) في الترتيب الثاني، **كما اتفقت مع ما توصلت إليه دراسة بوسي فاروق غندر (2014)**[59] في مجئ موقع اليوم السابع في المرتبة الأولي من التفضيل عند مفردات العينة، يليه في المرتبة الثانية (موقع الأهرام).

2- جاءت صحيفة (المصري اليوم) في الترتيب الثالث بنسبة (13.8%)، تليها صحيفة (أخبار مصر) في الترتيب الرابع بنسبة (13.2%)، ثم تلتها صحف (مصراوي، الجمهورية، الأخبار، شباب مصر، المصريون الإلكترونية) بنسب (12%،11.2%،10%،9%،5.2%) على التوإلى.

جدول رقم (3) يوضح الصحف الإلكترونية التي يتصفحها المراهقون

الصحف الإلكترونية التي يتصفحها المراهقون / النسبة والتكرار	ك	%	الترتيب
- اليوم السابع.	280	70	1
- المصرى اليوم .	55	13.8	3
- المصريون الإلكترونية	21	5.2	9
- الأهرام.	96	24	2
- الأخبار.	40	10	7
- الجمهورية	45	11.2	6
- بص وطل.	20	5	10
- مصراوي.	48	12	5
- الأسبوع.	4	1	18
- إيلاف.	4	1	18
- شباب مصر.	36	9	8
- مصر العربية	18	4.5	11
- محيط	1	0.2	19
- الأهالى	17	4.2	12
- العربي.	5	1.2	17
- المساء.	15	3.8	13
- الوفد.	13	3.2	14
- القاهرة.	12	3	15
- أخبار مصر.	53	13.2	4
- التحرير المصرية	5	1.2	17
- أخرى تذكر.	7	1.8	16

3- كما تبين أن أقل الصحف الإلكترونية تصفحاً من جانب المراهقين تمثلت في صحف (الوفد، القاهرة، العربي، التحرير المصرية، الأسبوع، إيلاف، محيط) بنسب (3.2%، 3%، 1.2%، 1.2%، 1%، 1%، 0.2%) على التوإلى، هذا بالإضافة إلى صحف أخرى ذكرها المراهقون بلغت نسبتها (1.8%)، وتمثلت هذه الصحف في

(يلا شوط- اللياقة البدنية- في الجول- الرياضة- يلا كورة- فيتو- الأهلي).

نستخلص من خلال النتائج السابقة أن أكثر الصحف الإلكترونية تصفحاً من جانب المراهقين تمثلت في صحف (اليوم السابع، ثم الأهرام، ثم المصري اليوم).

4- معدل تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي:

يتضح من الجدول التالي: أن النسبة الأكبر من المراهقين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي (أكثر من مرة باليوم) بلغت نسبتهم (58.8%)، يليهم من يتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي (عدة مرات أسبوعياً) بلغت نسبتهم (24.5%)، كما تبين أن النسبة الأقل يتعرضون لها مرة واحدة على الأقل أسبوعياً بلغت نسبتهم (16.8%).

جدول رقم (4) يوضح معدل تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة والتكرار / عدد مرات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	الترتيب
1- أكثر من مرة باليوم .	235	58.8	1
٢ -عدة مرات أسبوعياً.	98	24.5	2
3- مرة واحدة على الأقل أسبوعياً.	67	16.8	3
الإجمالي	400	%100	

ويستنتج الباحث من هذه النتائج أن معظم المراهقين عينة الدراسة يتعرضون بصورة مرتفعة لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لسهولة التعامل مع هذه المواقع والوصول إليها، **وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة عبد الناصر قاسم (2015)**[60] من أن نسبة (92.2%) من الشباب يستخدمون مواقع التواصل بشكل دائم.

5- مواقع التواصل الاجتماعي التي يتصفحها المراهقون:

جدول رقم (5) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يتصفحها المراهقون

النسبة والتكرار / مواقع التواصل التي يتصفحها المراهقون	ك	%	الترتيب
- تويتر Twitter	50	12.5	6
– الفيس بوك Face book.	319	79.8	1
– ماي سبيس My space .	7	1.8	7
– يوتيوب YouTube.	246	61.5	3
– فليكر Flicker.	1	0.2	9
– لينكد إن Linked in	1	0.2	9
– انستجرام Instagram.	181	45.2	4
– جوجل بلس Google plus	81	20.2	5
– المدوناتBlogs.	6	1.5	8
– واتس آبWhats App .	252	63	2
– أخرى تذكر.	7	1.8	7

يتضح من الجدول السابق ما يلى: أن (الفيس بوك) جاء في مقدمة مواقع

التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المراهقون بنسبة بلغت (79.8%)، يليه موقع (الواتس آب) في الترتيب الثاني بنسبة (63%)، ثم جاء موقع يوتيوب في الترتيب الثالث بنسبة (61.5%)، ثم جاء موقع (انستجرام) في الترتيب الرابع بنسبة (45.2%)، ثم جاء موقع (جوجل بلس) في الترتيب الخامس بنسبة (20.2%)، يليه موقع (تويتر) في الترتيب السادس بنسبة (12.5%)، ثم جاء موقع (ماي سبيس) في الترتيب السابع بنسبة بلغت (1.8%)، وجاءت المدونات (Blogs) في الترتيب الثامن بنسبة (1.5%)، وأخيراً جاء كل من (موقع فليكرFlicker ، ولينكد إن Linked) in في الترتيب التاسع بنسبة بلغت (0.2%) لكل منهما.

وتؤكد النتائج السابقة وفقاً لاستنتاجات الباحث على أن موقع الفيس بوك هو الأكثر استخداماً من جانب المراهقين نظراً لأن الفيس بوك يعتبر الموقع الأكثر شعبية وانتشاراً من بين مواقع التواصل الاجتماعي، ويُقبل عليه عدد كبير جداً من المستخدمين، فنجد أن معظم أفراد المجتمع باختلاف مستوياتهم الثقافية والعمرية لها حسابات على موقع الفيس بوك.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة رفعت عارف الضبع (2009)[61] في أن غالبية العينة تستخدم الفيسبوك حيث بلغت نسبتهم (80%) من حجم العينة، وهذا يدل على أهمية هذا الموقع بين أفراد العينة في التواصل الاجتماعي فيما بينهم، وتلقي الأخبار والمعلومات من خلاله، **كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة مصطفى قيس العزاوي (2016)**[62] في أن موقع الفيس بوك احتل المركز الأول بنسبة 94%، **كما تتفق مع دراسة أسماء محمد مصطفي (2016)**[63] في أن الفيس بوك جاء في الترتيب الأول من حيث أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة (35%).

6- مدى اهتمام المراهقين بمتابعة فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (6) يوضح مدى اهتمام المراهقين بمتابعة فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

النسبة والتكرار / مدى الاهتمام بمتابعة الفيديوهات	ك	%	الترتيب
١- دائماً.	59	14.8	2
2- أحياناً.	308	77	1
٣ - لا.	33	8.2	3
الإجمالى	400	%100	

تبين من الجدول السابق أن: أغلب عينة الدراسة من المراهقين يهتمون بمتابعة فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي (أحياناً) أي بصورة متوسطة بلغت نسبتهم (77%)، يليه من يهتم بمتابعة هذه الفيديوهات (بصورة دائمة) حيث بلغت نسبتهم (14.8%)، وأن

النسبة الأقل من المراهقين عينة الدراسة يهتمون بمتابعة هذه الفيديوهات بنسبة (8.2%)، **وهذا يدل على أن** هناك اهتمام من جانب المراهقين من طلاب الثانوية العامة بالقضايا والمشكلات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع على الرغم من أن هذا الاهتمام جاء بصورة متوسطة، **ويرجع هذا إلى** اهتمامات المراهقين الأخرى والنشاطات التي يقوم بها على شبكة الإنترنت، ولاسيما عند تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي أو الصحف الإلكترونية.

7- أكثر فيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية التي يتصفحها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (7) يوضح أكثر فيديوهات الموضوعات الاقتصادية التي يتصفحها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

النسبة والتكرار / أكثر فيديوهات الموضوعات الاقتصادية التي يتصفحها المراهقون	ك	%	الترتيب
- ارتفاع أسعار السلع والخدمات.	223	55.8	1
– ارتفاع سعر الدولار.	191	47.8	2
– انخفاض دخل الأسرة.	115	28.8	4
– ارتفاع أسعار الكهرباء والمياه وبعض المرافق الأخرى.	102	25.5	5
– أحوال البورصة المصرية.	41	10.2	8
– العجز في الميزان التجاري.	30	7.5	9
– تعويم الجنيه المصري.	115	28.8	4
– أزمة الإسكان.	75	18.8	6
– ارتفاع أسعار الأدوية.	154	38.5	3
– فرض الضرائب.	42	10.5	7
– أخرى تذكر.	11	2.8	10

تبين من الجدول السابق ما يلى:

– أن الفيديوهات الخاصة (بارتفاع أسعار السلع والخدمات) جاءت في مقدمة الأزمات والقضايا الاقتصادية التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتها (55.8%)، يليها قضية (ارتفاع سعر الدولار) في المرتبة الثانية بنسبة (47.8%)، يليها قضية (ارتفاع أسعار الأدوية) بنسبة (38.5%)، **وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة سماح محمد المحمدى (2016)**[64] في أن أزمة ارتفاع الأسعار والخدمات، وتحديداً من السلع الأدوية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة (48.8%) من إجمالى الأزمات الاقتصادية.

ويستنتج الباحث من خلال هذه النتيجة أن هذه القضايا والأزمات تتعلق كلها بالمشكلات التي يعاني منها المواطن، وينعكس ذلك بدوره على جميع أفراد الأسرة مما يدفع المراهقين للتعرض لمثل هذه القضايا والأزمات لأنها أصبحت مصدر إزعاج بالنسبة لهم.

– جاءت الفيديوهات الخاصة بقضية (انخفاض دخل الأسرة) في الترتيب الرابع بنسبة

(28.8%)، يليها أزمة (ارتفاع أسعار الكهرباء والمياه وبعض المرافق الأخرى)، حيث بلغت نسبتها (25.5%)، يليها في الترتيب السادس (أزمة الإسكان)، والتي بلغت نسبتها (18.8%)، ثم أزمة (فرض الضرائب) في الترتيب السابع بنسبة (10.5%)، يليها قضية (أحوال البورصة المصرية) في الترتيب الثامن بنسبة (10.2%)، ثم قضية (العجز في الميزان التجاري) في الترتيب التاسع بنسبة (7.5%).

– ورد في أخرى تذكر قضايا وأزمات اقتصادية أخرى بلغت نسبتها (2.8%) تمثلت في (أحوال المعيشة والدخل المصري- أسعار الذهب- قلة فرص عمل للشباب- عدم الاهتمام بالنظافة- عدم توفير الرعاية الصحية- قلة الالتزام بالمنهج الديني في المدارس وتعليمهم- مشكلات تلوث البيئة- الأحوال الاجتماعية- المشكلات الاقتصادية المتعلقة بالتعليم- ارتفاع أسعار الدروس الخصوصية).

8- أكثر فيديوهات الأزمات والقضايا الاجتماعية التي يتصفحها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (8) يوضح أكثر فيديوهات الموضوعات الاجتماعية التي يتصفحها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

أكثر فيديوهات الموضوعات الاجتماعية التي يتصفحها المراهقون / النسبة والتكرار	ك	%	الترتيب
ـ انتشار الفقر.	136	34	4
– ارتفاع نسبة البطالة.	107	26.8	7
– معاناة الأسر من ضعف المستوى المعيشي.	101	25.2	8
– اعتلال الصحة وانتشار الأمراض.	81	20.2	12
– ارتفاع معدلات الجريمة.	146	36.5	2
– مشاكل المياه والصرف الصحي.	50	12.5	17
– الانفلات الأخلاقي داخل المدارس.	88	22	10
– ظاهرة البلطجة.	123	30.8	6
ـ ظاهرة التسول.	64	16	16
– ظاهرة التسمم الغذائي.	65	16.2	15
– علاج بعض الأمراض على نفقة الدولة.	69	17.2	14
– قضايا التعليم ذات البعد الاجتماعي.	78	19.5	13
– أطفال الشوارع وسلوكياتهم.	90	22.5	9
– انتشار مظاهر الفساد.	81	20.2	12
– ظاهرة اختفاء الأطفال.	144	36	3
– ظاهرة خطف الأطفال.	212	53	1
– قضايا التحرش.	129	32.2	5
– انتشار ظاهرة الطلاق.	43	10.8	18
– التسرب التعليمي.	81	20.2	12
– العنف.	84	21	11
– انتشار ظاهرة القتل.	129	32.2	5
– أخرى تذكر.	2	0.5	19

تبين من الجدول السابق ما يلى:

– جاءت ظاهرة (خطف الأطفال) في المركز الأول بنسبة (53%) بالنسبة لأكثر

فيديوهات الموضوعات الاجتماعية التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، تليها ظاهرة (ارتفاع معدلات الجريمة) في المركز الثاني بنسبة (36.5%)، وجاءت ظاهرة (اختفاء الأطفال) في المركز الثالث بنسبة (36%)، وهذه النتائج تكاد تكون منطقية لارتفاع حالات خطف الأطفال واختفائهم وقت إجراء الدراسة الميدانية والتي كانت محور اهتمام المجتمع المصري بكل فئاته والتي تناولتها الصحف الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي على سبيل المثال.

– جاءت ظاهرة (انتشار الفقر) في المركز الرابع بنسبة (34%)، يليها (ظاهرة التحرش) في المركز الخامس بنسبة (32.2%)، يليها ظاهرة (البلطجة) في المركز السادس بنسبة (30.8%)، يليها ظاهرة (ارتفاع نسبة البطالة) في المركز السابع بنسبة (26.8%)، ثم جاءت أزمة (معاناة الأسر من ضعف المستوى المعيشي) في المركز الثامن بنسبة (25.2%).

– جاءت ظاهرة (أطفال الشوارع وسلوكياتهم) في المركز التاسع بنسبة (22.5%)،يليها ظاهرة (الانفلات الأخلاقي داخل المدارس) بنسبة (22%)، ثم ظاهرة (العنف) في المركز الحادي عشر بنسبة (21%)، ثم جاءت قضايا (اعتلال الصحة وانتشار الأمراض، انتشار مظاهر الفساد، التسرب التعليمي) في المركز الثانى عشر بنسب متساوية بلغت كل منها (20.2%).

– جاءت قضايا (التعليم ذات البعد الاجتماعي) في المركز الثالث عشر بنسبة (19.5%)، يليها قضية (علاج بعض الأمراض على نفقة الدولة) في المركز الرابع عشر بنسبة (17.2%)، يليها ظاهرة (التسمم الغذائي) في المركز الخامس عشر بنسبة (16.2%)، ثم ظاهرة (التسول) في المركز السادس عشر بنسبة (16%).

– أما بالنسبة لأقل الفيديوهات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية اهتماماً من جانب المراهقين فقد تمثلت في (مشاكل المياه والصرف الصحي) في المركز السابع عشر بنسبة بلغت (12.5%)، (وانتشار ظاهرة الطلاق) في المركز الثامن عشر بنسبة (10.8%)، **وقد يرجع ذلك إلى** عدم الاهتمام من جانب المراهقين بمثل هذه القضايا لأنهم مشغولون باهتمامات أخرى تناسب عمره مثل الدراسة والتصفح على شبكة الإنترنت ومتابعة الأحداث والقضايا الاجتماعية التي تشغل اهتمامه على سبيل المثال لا الحصر: المشكلات التي قد تقابله داخل المدرسة أو القضايا التعليمية ذات البعد الاجتماعي والتسرب التعليمى، الخ.

– جاءت فئة أخرى تذكر في الترتيب التاسع عشر بنسبة قليلة جداً بلغت (0.5%) حيث جاء بها قضايا اجتماعية أخرى اهتم المراهقون بمتابعتها مثل (الفيديوهات الخاصة بانتشار الجهل، وانتهاك الخصوصية وانتشار المواقع الضارة).

9- مدى تفاعل المراهقين مع فيديوهات الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي:

يتضح من الجدول التالى ما يلى: مدى تفاعل المراهقين مع فيديوهات

الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن أغلب المراهقين عينة الدراسة (يقومون بتسجيل إعجابهم بهذه الفيديوهات) بنسبة (36.5%)، كما أن نسبة من (يشاهدونها فقط) جاءت في المرتبة الثانية بلغت (36.2%)، **ويري الباحث** منطقية هذه النتيجة حيث أن المراهقين في هذا السن قد لا يبدون اهتماماً أكبر بالمشاكل المجتمعية والاقتصادية لأنهم يعتمدون في المقام الأول على أولياء أمورهم لتدبير احتياجاتهم الأسرية والمجتمعية، ولذلك عند تعرضهم لمثل هذه الفيديوهات فإنهم يكتفون بتسجيل إعجابهم بها أو مشاهدتها فقط.

جدول رقم (9) يوضح مدى تفاعل المراهقين مع فيديوهات الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي

مدى تفاعل المراهقين مع فيديوهات الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية / النسبة والتكرار	ك	%	الترتيب
– أشاهدها فقط.	145	36.2	2
– قوم بالبحث المتعمق عن هذه الفيديوهات من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.	41	10.2	8
– أقوم بالتعليق عليها Comment.	66	16.5	4
– أقوم بتسجيل إعجابي بها Like.	146	36.5	1
– أقوم بمشاركتها وتمريرها للأصدقاء Share.	54	13.5	6
– أقوم بإخبار زملائي وأصدقائي بمضمون هذه الفيديوهات.	63	15.8	5
– أستفيد منها ولا أشاركها.	83	20.8	3
– يمكن أن أسترشد بها في المناقشات اليومية.	48	12	7

– كما أن من (يستفيدون منها ولا يشاركونها) جاءت نسبتهم (20.8%)، يليها من (يقومون بالتعليق عليها comment) في الترتيب الرابع بنسبة (16.5%)، ثم جاء من (يقومون بإخبار زملائهم وأصدقائهم بمضمون هذه الفيديوهات) في الترتيب الخامس بنسبة بلغت (15.8%)، ثم يليهم من (يقومون بمشاركتها وتمريرها للأصدقاء share) في الترتيب السادس بنسبة بلغت (13.5%)، ثم جاء من (يسترشدون بها في المناقشات اليومية) في الترتيب السابع بنسبة (12%)، وأخيراً جاء من (يقومون بالبحث المتعمق عن هذه الفيديوهات من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي) في الترتيب الثامن بنسبة بلغت (10.2%).

– **وتدل هذه النتائج على أن** نسبة قليلة من المراهقين يتفاعلون بجدية مع فيديوهات الموضوعات الاقتصادية والاجتماعية، وتمثلت مظاهر تفاعلهم في التعليق على هذه الفيديوهات ومشاركتها وإخبار زملائهم وأصدقائهم بمضمونها والاسترشاد بها في المناقشات اليومية، كما أن منهم من يقوم بالبحث المتعمق عن هذه الفيديوهات وهذا يعني أنهم يهتمون بمضامين هذه الفيديوهات ويحاولون جمع أكبر قدر من المعلومات حولها لمساعدتهم في فهمها والوقوف علي

مغزاها والوصول إلى حلول لهذه المشكلات.

10-وسائل دخول المراهقين لفيديوهات القضايا الاقتصادية والاجتماعية:

جدول رقم (10) يوضح وسائل دخول المراهقين لفيديوهات القضايا الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

النسبة والتكرار / وسائل دخول المراهقين لفيديوهات القضايا الاقتصادية والاجتماعية	ك	%	الترتيب
– جهاز الحاسب الآلى الشخصي المكتبي.	47	11.8	3
– جهاز الحاسب الآلى المحمول Laptop.	82	20.5	2
– الأجهزة اللوحية (التابلت Tablet).	42	10.5	4
– الهاتف المحمول.	319	79.8	1

يتضح من الجدول السابق ما يلى:

– أن غالبية المراهقين (عينة الدراسة) يستخدمون (الهاتف المحمول) في التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبتهم (79.8%)، يليه (جهاز الحاسب المحمولLaptop) في الترتيب الثاني بنسبة (20.5%)، **وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة وديع محمد العزعزي (2015)**[65] في أن الأجهزة التي يستخدمها الطلبة في الدخول إلى الفيسبوك هي في الغالب جهاز الهاتف المحمول واللابتوب.

– ثم جاء (جهاز الحاسب الآلى الشخصي المكتبي) في الترتيب الثالث بنسبة (11.8%)، وأخيراً جاءت الأجهزة اللوحية (التابلت Tablet) وذلك بنسبة (10.5%).

وتدل هذه النتائج على أن الهاتف المحمول هو الوسيلة الأكثر استخداماً من جانب المراهقين في التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية نظراً للانتشار المتزايد لهذه الأجهزة، وكثرة تداوله بين الفئات العمرية المختلفة.

11-أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية:

جدول رقم (11) يوضح أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

أسباب تعرض المراهقين للفيديوهات	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		الدرجة الترجيحية	النسبة الترجيحية	كا2
	ك	%	ك	%	ك	%			
١- هدف الفهم.	1306	46.6	892	31.9	378	13.5	6080	%72.4	***5.03
2- هدف التوجيه.	1029	36.8	968	34.6	579	20.7	5602	%66.7	***138.8
٣ - هدف التسلية.	459	16.4	436	15.6	577	20.6	2826	%58.9	***23.3
مستوى المعنوية (p) = * p ≤ 0.05 ، ** p ≤ 0.01 ، *** p ≤ 0.001									

تبين من الجدول السابق ما يلى:

– جاء (هدف الفهم) في مقدمة أهداف (أسباب) تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبته الترجيحية (72.4%) حيث بلغت قيمة كا2 (5.03)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 999%.

– ثم جاء (هدف التوجيه) في المرتبة الثانية حيث بلغت نسبته الترجيحية (66.7%) حيث بلغت قيمة كا2 (138.8) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 999%، ثم جاء (هدف التسلية) في المرتبة الثالثة حيث بلغت نسبته الترجيحية (58.9) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 999%.

ويستنتج الباحث من خلال هذه النتائج أن (هدف الفهم) كان أقوى الأهداف أو الأسباب التي دفعت المراهقين للتعرض لهذه الفيديوهات وكان من أهم الأسباب التي اعتمد عليها المراهقون أثناء تعرضهم لهذه الفيديوهات: المساعدة في الحصول على معلومات متنوعة عن القضايا الاجتماعية والاقتصادية، والتعرف على أراء الأخرين وتعليقاتهم حول هذه الموضوعات، وكذا للانتشار الواسع لهذه الفيديوهات وسهولة الوصول إلى أي محتوى يتعلق بهذه القضايا.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد الوهاب (2007)[66] في مجيء هدف الفهم في الترتيب الثاني بنسبة تصل إلى (45%)، **بينما تتفق مع ما توصلت إليه** دراسة شريف عطية محمد بدران (2015)[67] في أن اعتماد أفراد عينة الدراسة على متابعة مقاطع اليوتيوب بسبب أنها تمدهم بالمعرفة بالموضوعات الأكثر تداولاً في المجتمع بنسبة بلغت (54.8%).

كما تبين أن (هدف التوجيه) جاء في المرتبة الثانية، **وهذا يدل على** مدى ارتباط هذا الهدف بهدف الفهم حيث يقوم المراهقون بتكوين الرأي الصائب حول هذه القضايا بناءً على حصولهم على المعلومات المتنوعة، وكذا محاولة التعبير عن آرائهم حول بعض القضايا التي تهمهم مع إضافة التعليقات على هذه الفيديوهات، ومشاركة الفيديوهات التي تعبر عن قضايا المجتمع، وكذا تبادل وجهات النظر المختلفة حول هذه القضايا مع الأصدقاء.

وأخيراً جاء (هدف التسلية) في الترتيب الأخير بنسبة (58.9%)، وقلت أهمية هذا الهدف نظراً لأن فيديوهات الأزمات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية تتناول قضايا مجتمعية هامة وموضوعات جادة وهذه نتيجة منطقية، ولذلك جاءت أهمية هذا الهدف في مرتبة متأخرة بالنسبة للمراهقين، **وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد الوهاب(2007)**[68] في مجيء أهداف التسلية والاسترخاء في الترتيب الثالث حيث قلت أهميتها أثناء الأزمات الدولية المهمة لاسيما التي ترتبط بالمقدسات.

12-التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (12) يوضح تأثيرات تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

تأثيرات تعرض المراهقين للفيديوهات	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		الدرجة الترجيحية	النسبة الترجيحية	كا2
	ك	%	ك	%	ك	%			
١- التأثيرات المعرفية	1253	52.2	741	30.9	214	8.9	5455	%75.8	733.4***
2- التأثيرات الوجدانية	575	24	665	27.7	600	25	3655	%60.9	7.04**
٣- التأثيرات السلوكية	955	39.8	822	24.2	431	18	4940	%68.6	201.6***
مستوى المعنوية (p) = * p ≤ 0.05 ، ** p ≤ 0.01 ، *** p ≤ 0.001									

تبين من الجدول السابق ما يلى:

1- جاءت (التأثيرات المعرفية) في الترتيب الأول بنسبة (75.8%)، حيث بلغت قيمة كا2 (733.4) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 999%، **وهذا يعنى أن** اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بها أدى إلى زيادة معرفتهم حول هذه القضايا في المقام الأول، ومكنتهم من القدرة على تحليل هذه الأحداث، وكذا زيادة معرفتهم عن الواقع الذي يعيشون فيه، هذا بالإضافة إلى تمكنهم من معرفة ردود أفعال الأصدقاء والقراء عن هذه الموضوعات، كما وجدوا فيها حلولاً لمشكلات قريبة إلى حد كبير مع المشكلات التي يعيشونها، كما أنهم حصلوا على معلومات ومعارف وتفسيرات متعمقة حول هذه الأحداث.

2- جاءت (التأثيرات السلوكية) في الترتيب الثاني بنسبة (68.6%) حيث بلغت قيمة كا2 (201.6)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 999%، **ويستنتج الباحث من ذلك** أنها نتيجة منطقية وذلك من خلال ما تحقق لدى المراهقين نتيجة تعرضهم للفيديوهات الخاصة بالأزمات الاقتصادية والاجتماعية حيث أدى هذا التعرض إلى زيادة مساحة الحرية في التعبير عن آرائهم ومساعدتهم على المشاركة في الأحداث الجارية في المجتمع، وتعزيز قدرتهم على إدارة النقاش مع الزملاء حول هذه الموضوعات، كما دفعهم التعرض لهذه الفيديوهات إلى قراءة كتب عن هذه الموضوعات.

3- جاءت (التأثيرات الوجدانية) في الترتيب الثالث بنسبة (60.9%) حيث بلغت قيمة كا2 (7.04)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 99%، حيث تبين من خلال تعرض المراهقين لفيديوهات الموضوعات والأزمات الاقتصادية والاجتماعية بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل مدى الشعور بالإحباط والقلق عند تعرضهم لهذه الفيديوهات مما أدى إلى شعورهم بالاغتراب والعزلة عن المجتمع، كما أن الشعور بالراحة النفسية والاطمئنان عند التعرض لهذه الفيديوهات جاء ضعيفاً، وذلك لأن هذه الفيديوهات كانت تحمل مشاكل تعبر عن معاناة المجتمع من غلاء الأسعار وارتفاع مستوى المعيشة.

وتتفق النتائج السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد الوهاب الفقيه

(2007)[69]حيث جاءت الآثار المعرفية في الترتيب الأول ثم (الآثار السلوكية) في الترتيب الثاني إجمالاً، وجاءت (الآثار الوجدانية) في الترتيب الثالث، **كما تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة آية نبيل حمادة (2016)**[70] في أن التأثيرات المعرفية المتحققة من متابعة مواد الرأي بالصحف المطبوعة والإلكترونية جاءت في الترتيب الأول.

13-أنواع الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول الأزمات الاقتصادية والاجتماعية:

جدول رقم (13) يوضح أنواع الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول الأزمات الاقتصادية والاجتماعية

النسبة والتكرار / أنواع الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون	ك	%	الترتيب
– نمط الصورة المتحركة.	100	25	3
– نمط الفيديو التسجيلى.	70	17.5	4
– الفيديوهات المباشرة من الأحداث.	171	42.8	1
– عروض الفيديو (الفودكاست).	25	6.2	7
– فيديوهات مصاحبة لموضوعات تحريرية.	54	13.5	5
– فيديوهات بدون صوت حقيقي للأحداث.	26	6.5	6
– الفيديوهات التي يصحبها تحليل.	155	38.8	2

يتضح من الجدول السابق ما يلى:

- أن (الفيديوهات المباشرة من الأحداث) جاءت في مقدمة أنواع الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي أثناء متابعتهم للأزمات الاقتصادية والاجتماعية حيث بلغت نسبتها (42.8%)، **وهذا يدل على** مدى التفاعلية الذي يتيحها هذا النمط من الفيديوهات ومدى تأثيرها على المستخدمين وخاصة المراهقين، وكذا تمتع هذه الفيديوهات بالفورية والمباشرة في تناول الأحداث وقت حدوثها حيث أن هذا النوع من الفيديوهات أصبح منتشراً بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.
- ثم جاءت (الفيديوهات التي يصحبها تحليل) في الترتيب الثاني حيث بلغت نسبتها (38.8%)، ثم جاء (نمط الصورة المتحركة) في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (25%).
- جاء (نمط الفيديو التسجيلى) في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (17.5%)، **وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة غادة عبد التواب اليمانى (2015)**[71] في مجيء الفيديو التسجيلى في الترتيب الرابع بنسبة (11.1%) بالنسبة لدرجة تذكر الأنماط الصحفية لدى المجموعة التجريبية في عروض الفيديو.
- جاءت (الفيديوهات المصاحبة لموضوعات تحريرية) في الترتيب الخامس بنسبة بلغت (13.5%)، **وهذا يدل على** أن هناك فئة من المراهقين يفضلون الموضوعات التحريرية والتي تحتوي على تفاصيل ومعلومات متعلقة بالقضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية بالإضافة إلى مشاهدة الفيديوهات المتضمنة في هذه الموضوعات مما يؤدي إلى الاهتمام المتزايد بهذه الموضوعات لأنها جمعت بين المقروء والمسموع والمرئي.

-جاء نمط (فيديوهات بدون صوت حقيقي للأحداث) في الترتيب السادس بنسبة بلغت (6.5%)، ثم جاء نمط (عروض الفيديو (الفودكاست)) في الترتيب السابع بنسبة (6.2%).

14- الشروط التي يجب أن تتوفر في الفيديوهات التي يشاركها أو يتعرض لها المراهقون:

جدول رقم (14) يوضح الشروط التي يجب أن تتوفر في الفيديوهات التي يشاركها أو يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول الأزمات الاقتصادية والاجتماعية

النسبة والتكرار / الشروط التي يجب ان تتوفر في الفيديوهات	ك	%	الترتيب
1- أن يكون المحتوي جذاب .	197	49.2	3
2- أن تكون مصادر الفيديوهات موثوق في صدقها.	206	51.5	2
3- أن تكون مساحة الفيديوهات صغيرة .	86	21.5	7
4- أن تعالج مشكلة يعاني منها المجتمع.	220	55	1
5-أن تكون جودة الفيديوهات عالية .	144	36	5
6- أن تعكس واقعاً نعيشه.	185	46.2	4
7- أن يكون الصوت الموجود بالفيديوهات حي.	106	26.5	6
8- أخرى تذكر.	2	0.5	8

يتضح من الجدول السابق ما يلى:

– أن من أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في الفيديوهات التي يشاركها أو يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول الأزمات الاقتصادية والاجتماعية (أن تعالج مشكلة يعاني منها المجتمع) حيث جاءت في مقدمة الشروط بنسبة بلغت (55%)، وجاء ثاني أهم الشروط في (أن تكون مصادر الفيديوهات موثوق في صدقها) حيث بلغت نسبتها (51.5%)، ويعد هذا الشرط مهماً للوثوق في المحتوى الذي يتضمنه الفيديو، وهذا الشرط ضروري جداً لضمان متابعة الفيديوهات المتعلقة بالمشكلات والقضايا التي تهم المجتمع ولاسيما الأزمات والقضايا الاجتماعية والإقتصادية.

– جاء ثالث الشروط أهمية من وجهة نظر المراهقين متمثلاً في (أن يكون المحتوى جذاباً) وبلغت نسبته (49.2%)، ثم جاء شرط (أن تعكس واقعاً نعيشه) في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (46.2%)، **ويرى الباحث أن** هذه النتيجة مترتبة على الشروط السابقة فلابد أن تكون المشكلات التي تعالجها الفيديوهات يعاني منها المجتمع، وأن تعكس الواقع الذي يعيشه بكل حيادية وموضوعية، وأن يتوفر فيه عناصر الجذب، وجدية الموضوعات التي تتناولها.

– جاء شرط (أن تكون جودة الفيديوهات عالية) في الترتيب الخامس بنسبة بلغت (36%)، ثم جاء شرط (أن يكون الصوت الموجود بالفيديوهات حي) في الترتيب السادس بنسبة (26.5%)، ثم جاء شرط (أن تكون مساحة الفيديوهات صغيرة) في الترتيب السابع بنسبة (21.5%)، وذلك حتي لا يمل المراهقون من متابعة هذه الفيديوهات لأنهم يتميزون في هذه الفترة بالميل إلى اهتمامات أخرى وفقاً لما تتميز به هذه الفترة وخاصة (فترة المراهقة) فحتى لا ينصرفوا عن متابعة هذه الفيديوهات لابد

أن تكون مساحتها صغيرة وهذا ما تفرضه هذه البيئة الإلكترونية من عنصر السرعة.
– وأخيراً جاءت فئة (أخرى تذكر) والتي بلغت نسبتها (0.5%) والتي ذكر فيها المراهقون شروطاً أخرى منها (ألا يحتوي على موضوعات تجرح مشاعر الفقراء - أن تكون الفيديوهات مفيدة وأن تتضمن معلومات جديدة).

15-مكونات الواقع المدرك من فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمراهقين:

جدول رقم (15) يوضح مكونات الواقع المدرك من فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمراهقين

مدى تعبير الفيديوهات للواقع	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		الدرجة الترجيحية	النسبة الترجيحية	كا2
	ك	%	ك	%	ك	%			
١- النافذة السحرية.	400	16.7	253	10.5	83	3.5	1789	%74.5	205.2***
2- المحتوي.	443	18.5	657	27.4	372	15.5	3015	%62.8	89.7***
3-التوقعات الاجتماعية.	895	37.3	803	33.5	510	21.2	4801	%66.7	109.8***
4 – السياق.	347	14.5	280	11.7	109	4.5	1710	%71.3	1.2***
مستوى المعنوية (p) = * p ≤ 0.05 ، ** p ≤ 0.01 ، *** p ≤ 0.001									

يتضح من الجدول السابق ما يلى:

1- ارتفاع نسبة إدراك المراهقين للواقع الاجتماعي من خلال تعرضهم لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية في بعد (النافذة السحرية) حيث بلغت نسبته (74.5%)؛ حيث يتناول هذا البعد درجة اعتقاد المراهقين بواقعية المواد التي يتعرض لها عبر الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وما إذا كانت هذه الواقعية مطابقة للواقع الحقيقي أم لا، ويرى الباحث منطقية هذه النتيجة حيث عبر المراهقون عن هذا البعد من خلال إجابتهم على المقياس المَعد لذلك: بأنها تنقل الواقع كما هو وتؤثر بدورها عليهم، كما أن هذه الفيديوهات تعكس مدى معاناة الجمهور من الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية الحالية.

2- جاء إدراك المراهقين للواقع الاجتماعي في بعد (السياق) في المرتبة الثانية حيث بلغت نسبته (71.3%)؛ وهذا البعد يتناول البيئة التي يدور فيها المحتوى المقدم حيث عبر المراهقون عن هذا البعد بأنهم يشعرون بالإحباط والحزن من خلال مشاهدتهم لفيديوهات تعكس أوضاع بعض الأسر الفقيرة اقتصادياً واجتماعياً من خلال بعض الأزمات التي يتعرضون لها، وكذا تعرضهم لبعض المظاهرات الناتجة عن بعض الأزمات التي يتعرض لها المواطن، وبالتالى تعد هذه النتيجة منطقية لأن كل هذه الأحداث تحدث في البيئة الاجتماعية التي يعيشها الأفراد عامة والمراهقون على وجه الخصوص، وبالتالى تم تناولها وعرضها في محتوي به فيديوهات متعلقة بهذه الأزمات والمشاكل.

3- جاء بعد (التوقعات الاجتماعية) في الترتيب الثالث بنسبة (66.7%) كأحد أبعاد ومكونات

الواقع المدرك من التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بالنسبة للمراهقين حيث يعبر هذا البعد عن الفائدة المتوقعة من تعرض المراهقين لهذه الفيديوهات بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وقد عبر المراهقون عن هذا البعد من خلال إفادتهم بأن هذه الفيديوهات تثير غضبهم، وكذا شعورهم بالقلق والخوف على مستقبلهم من خلال مشاهدتهم لمثل هذه الفيديوهات وشعورهم بالإنزعاج لاحتمال وقوع كوارث بسبب كثرة الأزمات الاقتصادية والاجتماعية، وكذا توقعاتهم بأن تكون حياتهم المستقبلية أسوأ من حياتهم الماضية بسبب مشاهدة هذه الفيديوهات، وأن بعضاً من المراهقين يعتقدون أن ما يقدم في بعض هذه الفيديوهات يعطيهم أملاً في المستقبل.

4- جاء إدراك المراهقين للواقع الاجتماعي في بعد (المحتوى) في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (62.8%)، حيث يعبر هذا البعد عن نوعية المضمون الذي يتعرض له المراهقون حيث أفاد بعض المراهقين أن هذه الفيديوهات تشوه الحقائق وتنقل معلومات مغلوطة ولا تعكس الواقع، كما أن البعض الآخر أفاد بأنها تنقل حقائق واقعية ممزوجة بالسخرية والتهكم من الأشخاص الموجودين بالفيديو، وأيضاً تمتع هذه الفيديوهات بالمصداقية مع توافر عنصر الجذب فيها وتفاعلهم معها، بالإضافة إلى تعبير بعضهم أن ما يقدم ببعض هذه الفيديوهات يعتبر مؤشراً حقيقياً لمشروعات الإصلاح الاقتصادي الاجتماعي.

16- مدى تأثير فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية على الواقع الاجتماعي للمراهقين:

يتبين من الجدول التالي أن: النسبة الأكبر من المراهقين يرون أن فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية تؤثر على الواقع الاجتماعي لهم (بدرجة متوسطة) حيث بلغت نسبتها (65.5%)، يليها من يرون أنها تؤثر (بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت (22.3%)، وأخيراً نسبة قليلة منهم يرون أن هذه الفيديوهات (لاتؤثر إطلاقاً) حيث بلغت نسبتهم (12.2%).

جدول رقم (16) يوضح مدى تأثير فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية على الواقع الاجتماعي للمراهقين

النسبة والتكرار / مدى تأثير الفيديوهات على الواقع الاجتماعي	ك	%	الترتيب
١ - تؤثر بدرجة كبيرة.	82	22.3	2
٢ - تؤثر بدرجة متوسطة.	241	65.5	1
٣ - لا تؤثر إطلاقاً.	45	12.2	3
الإجمالى	368	%100	

ويستنتج الباحث من خلال هذه النتائج أن الغالبية يرون أنها تؤثر بدرجة متوسطة وذلك بالنسبة للمراهقين نظراً لعدم اهتمامهم البالغ بمثل هذه القضايا، أو قد يرجع إلى انشغالهم بأمور أخرى مثل التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء بغرض الدردشة، أو التسلية، وأن الاهتمام بفيديوهات القضايا الاقتصادية والاجتماعية يأتي في المرتبة الثانية من الأهمية لذلك جاءت درجة تأثيرها على واقعهم الاجتماعي

بصورة متوسطة.

في حين أن حوالى أقل من ربع العينة يرون أنها تؤثر بدرجة كبيرة، **وهذا قد يرجع إلى** المستوى الاقتصادي المنخفض لبعض المراهقين (عينة الدراسة) والذين يشعرون بالمعاناة والألم نتيجة ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية الصعبة وبالتالى يهتمون بشدة بمثل هذه القضايا من خلال الفيديوهات التي تتعرض لها عبر الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

17- أسباب عدم تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

يتضح من الجدول التالى ما يلى: أن هناك نسبة من المراهقين لايتعرضون لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بلغت نسبتهم حوإلى (8.2%) من إجمإلى العينة كما تم إيضاحه سابقاً، **ويرجع ذلك لعدة أسباب عبر عنها المراهقون تمثلت فيما يلى:**

– جاءت أسباب (الحاجة إلى وقت أطول لتحميل هذه الفيديوهات بسبب ضعف شبكة الإنترنت- لانشغالهم بالدراسة والمذاكرة- حتي لا يتأثر مزاجي وينتابني القلق) في مقدمة أسباب عدم التعرض لهذه الفيديوهات حيث بلغت نسبة كل منهم (78.1%)، **ويرى الباحث منطقية هذه النتيجة** وخاصة أن المراهقين من طلاب الثانوية العامة ومن البديهي انشغالهم بالدراسة والمذاكرة، وكذا خوفهم من تأثر معنوياتهم ونفسيتهم والشعور بالقلق من مشاهدة مثل هذه الفيديوهات وخاصة أنها تخص أسرهم ومجتمعهم الذي يعيشون فيه، هذا بالإضافة إلى أن بعضاً من المراهقين يرون صعوبة في تحميل هذه الفيديوهات بسبب ضعف شبكة الإنترنت مما أدى إلى انصرافهم عن التعرض لمثل هذه الفيديوهات.

– جاء ثاني أهم أسباب عدم التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية متمثلاً في (لانزعاجي من الإعلانات التي يتم تشغيلها قبل بدء معظم هذه الفيديوهات) بنسبة (76%)، وهذا قد يرجع إلى أن بعض الفيديوهات يسبقها إعلان قبل الدخول في مضمون هذه الفيديوهات، ويرى الباحث أن هذا السبب لا يعد سبباً قوياً بالدرجة التي تجعلهم لا يتعرضون إلى هذه الفيديوهات وهذا ما أكدته نتائج هذه الدراسة حيث بلغت قيمة كا2 (4.56) وهي قيمة غير دالة معنوياً.

جدول رقم (17) يوضح أسباب عدم تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

التكرار والنسبة أسباب عدم التعرض للفيديوهات	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		الدرجة الترجيحية	النسبة الترجيحية	كا2
	ك	%	ك	%	ك	%			
١ -أفضل القراءة على المشاهدة.	7	1.8	10	2.5	15	3.8	56	%58.3	3.0625
٢ -الحاجة إلى وقت أطول لتحميل هذه الفيديوهات بسبب ضعف شبكة الإنترنت.	17	4.2	9	2.2	6	1.5	75	%78.1	*6.063

٣- أفضل قراءة التعليقات المصاحبة للموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المنشورة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى المشاركات القصيرة أكثر من مشاهدة الفيديو المصاحب لهذه الموضوعات.	8	2	4.2	17	7	1.8	65	%67.7	*5.69
٤ -لطول مدة الفيديوهات المصاحبة للموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المنشورة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.	17	4.2	2	8	7	1.8	64	%66.7	*5.69
٥ -لانشغالي بالدراسة والمذاكرة.	16	4	2.8	11	5	1.2	75	78.1	*5.69
٦ -لانزعاجي من الإعلانات التي يتم تشغيلها قبل بدء معظم هذه الفيديوهات.	14	3.5	3.2	13	5	1.2	73	%76	4.56
٧ -للحاجة إلى بعض البرامج أحياناً والتي تساعد على تشغيل هذه الفيديوهات.	9	2.2	3.2	13	10	2.5	63	%65.6	0.813
٨ -عدم إضافة قيم جديدة لهذه الموضوعات عن طريق الفيديوهات المصاحبة لها.	12	3	3.5	14	6	1.5	70	%72.9	3.25
٩ -لأنني لا أمتلك أياً من الأجهزة المتصلة بشبكة الإنترنت.	5	1.2	0.2	1	26	6.5	43	%44.8	***33.81
١٠ - لعدم اهتمامي بالسلبيات في المجتمع.	13	3.2	2.5	10	9	2.2	68	%70.8	0.81
١١ - حتى لا يتأثر مزاجي وينتابني القلق.	16	4	2.8	11	5	1.2	75	78.1	*5.69
١٢ - أخرى تذكر.	1	0.2	0	0	0	0	3	%3.1	***28.13
مستوى المعنوية (p) = * $0.05 \geq p$ ، ** $0.01 \geq p$ ، *** $0.001 \geq p$									

– جاء سبب (عدم إضافة قيم جديدة لهذه الموضوعات عن طريق الفيديوهات المصاحبة لها) في الترتيب الثالث حيث بلغت نسبته (72.9%)، ثم جاء سبب (لعدم اهتمامي بالسلبيات في المجتمع) في الترتيب الرابع بنسبة (70.8%)، **ويستنتج الباحث من ذلك أن** المراهقين في هذه المرحلة العمرية لا يدركون خطورة هذه الأزمات والقضايا على المجتمع، وكذا لأنهم لا يتحملون المسئولية في تلك الفترة وكل اعتمادهم يأتي على كاهل رب الأسرة دون التفكير في أي أزمات تقابله، وبالتالى جاءت هذه النتيجة منطقية في تعبيرهم أن هذه الفيديوهات لا تضيف قيماً جديدة للموضوعات التي تصاحبها، وكذا عدم اهتمامهم بالسلبيات في المجتمع.

– كما أن سبب (أفضل قراءة التعليقات المصاحبة للموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المنشورة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى المشاركات القصيرة أكثر من مشاهدة الفيديو المصاحب لهذه الموضوعات) في الترتيب الخامس بنسبة بلغت (67.7%)، **وهذا يدل على** نوعية من المراهقين الذين يفضلون قراءة التعليقات والمشاركات القصيرة أكثر من اهتمامهم بمتابعة الفيديوهات المصاحبة لهذه الموضوعات.

– جاء سبب (لطول مدة الفيديوهات المصاحبة للموضوعات الاقتصادية والاجتماعية المنشورة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي) في الترتيب السادس بنسبة (66.7%)، ثم جاء سبب (للحاجة إلى بعض البرامج أحياناً

والتي تساعد على تشغيل هذه الفيديوهات) في الترتيب السابع بنسبة (65.6%)، **وهذا يعني أن** بعض المراهقين ليس لديهم خبرة في التعامل مع تقنيات الحاسب الآلى وبرامجه، وكذا كيفية التعامل مع التحديثات المستمرة لمواقع التواصل الاجتماعي أو لمتصفح الإنترنت نفسه، وكذا عدم اهتمامهم بتنزيل البرامج التي تساعد على تشغيل هذه الفيديوهات كبرامج الفلاش والتي تحتاج دوماً إلى تحديث، وقد يرجع أيضاً إلى عدم اهتمامهم الكافي بالفيديوهات الخاصة بالأزمات الاقتصادية والاجتماعية.

– جاء سبب (أفضل القراءة على المشاهدة) في الترتيب الثامن بنسبة (58.3%)، وأخيراً جاء سبب (لأنني لا أمتلك أياً من الأجهزة المتصلة بشبكة الإنترنت) في الترتيب التاسع بنسبة (44.8%)، **وهذا قد يرجع إلى** المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض الذي يعاني منه بعض المراهقين وأسرهم وبالتالى لا يستطيعون الحصول على امتلاك أجهزة مثل جهاز الكمبيوتر أو حتى أجهزة الهاتف المحمول الحديثة التي يمكنها الاتصال بشبكة الإنترنت نتيجة لهذه الظروف الاقتصادية.

– ورد في أخرى تذكر سبب (أن هذه الفيديوهات ليست جذابة للمشاهدة) حيث بلغت نسبته (3.1%) حيث ترى نسبة قليلة جداً من المراهقين أن هذه الفيديوهات لا يتوفر بها عناصر الجذب والتي تدفعهم للتعرض لمثل هذه الفيديوهات ومتابعتها.

ثانياً: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول: **توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والتأثيرات المتحققة منها.**

تبين من الجدول التالي ما يلى:

1- وجود علاقات ارتباطية طردية قوية بين كل من (هدف الفهم)، والتأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية) المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بالصحف الإلكترونيةومواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت قيم (ر> 0.60)، وبلغت قيم معامل ارتباط بيرسون (0.86، 0.76، 0.80) على التوالى، وهذه القيم دالة معنوياً عند مستوى (0.001)، وهذا يعني أنه كلما زاد تعرض المراهقين للفيديوهات المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بهدف (الفهم) لكشف الحقائق والمعلومات المتعلقة بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية وكشف الغموض حولها كلما زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لديهم.

جدول رقم (18) يوضح علاقة أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والتأثيرات المتحققة منها

التأثيرات المتحققة / أسباب التعرض	المعرفية	الوجدانية	السلوكية
- هدف الفهم	***0.86	***0.76	***0.80
- هدف التوجيه	***0.85	***0.79	***0.87
- هدف التسلية	***0.64	***0.76	***0.63
مستوى المعنوية (p) = * p ≤ 0.05 ، ** p ≤ 0.01 ، *** p ≤ 0.001			

2- وجود علاقات ارتباطية طردية قوية بين (هدف التوجيه) وكل من التأثيرات (

المعرفية والوجدانية والسلوكية) المتحققة من معرفة المراهقين لهذه الفيديوهات بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت قيم (6.2) حيث بلغت قيم معامل الارتباط (0.85، 0.79، 0.87) على التوالى.

3- وجود علاقات ارتباطية طردية قوية بين (هدف التسلية) وكل من التأثيرات (المعرفية والوجدانية، والسلوكية) المتحققة من تعرض المراهقين لهذه الفيديوهات بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيم معامل الارتباط (0.63،0.76،0.64) على التوالى, **وتتفق النتائج السابقة مع ما توصلت إليه دراسة ويندى أن ماكسين wendy Ann Maxien (2009)** إلى أن الأفراد يلجأون إلى معلومات وسال الإعلام التماساً لخفض توتراتهم أو لمجرد التسلية, وقد يحدث ذلك بشكل فردى (ذاتي) حينما ينفرد الفرد بنفسه أو قد يحدث باشتراكه مع الأخرين (صفة اجتماعية أو جماعية)[72].

ونستخلص من ذلك أنه كلما زاد مستوى اعتماد المراهقين على فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بدافع الفهم والتوجيه والتسلية كلما أدى ذلك إلى إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية.

مما سبق يثبت صحة الفرض الأول القائل بأنه: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والتأثيرات المتحققة منها".

الفرض الثاني: **توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية ومدى إدراكهم للواقع.**

جدول رقم (19) يوضح علاقة أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية ومدى إدراكهم للواقع

مكونات الواقع المدرك / أسباب التعرض	النافذة السحرية	المحتوي	التوقعات الاجتماعية	السياق
- هدف الفهم	***0.73	***0.79	***0.78	***0.73
- هدف التوجيه	***0.78	***0.75	***0.76	***0.73
- هدف التسلية	***0.59	***0.68	***0.66	***0.63
مستوى المعنوية (p) = * p ≤ 0.05 ، ** p ≤ 0.01 ، *** p ≤ 0.001				

اتضح من الجدول السابق ما يلى:

1- وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين كل من (هدف الفهم) وكل من أبعاد ومكونات الواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية والمتمثلة في (النافذة السحرية، المحتوى، التوقعات الاجتماعية، السياق)، حيث بلغت قيم معاملات الاتباط (0.73، 0.79، 0.78، 0.73) على التوالى، وتعد هذه القيم دالة عند مستوى معنوية 0.001، **وهذا يعني من وجهة نظر الباحث أنه** كلما زاد فهم المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي كلما زاد اعتقاده بأن ما تقدمه هذه الفيديوهات صورة مطابقة أو غير مطابقة للواقع الحقيقي (بعد النافذة السحرية)، كما

يستطيع المراهقون الحكم على مضمون هذه الفيديوهات ما إذا كان واقعياً أم خيالياً (بعد المحتوى)، وكذا زيادة اقتناع المراهقون بمدى الفائدة التي تتحقق لهم من التعرض لهذه الفيديوهات من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي (بعد التوقعات الاجتماعية)، كما أن زيادة معرفتهم وفهمهم لمضمون هذه الفيديوهات والقضايا التي تناقشها كلما استطاع أن يدرك مصداقية هذه الفيديوهات وما تحتوي عليه من مضامين (بعد السياق).

2- تبين وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين (هدف التوجيه)، وكل من أبعاد ومكونات الواقع المدرك المتمثلة في (النافذة السحرية، المحتوى، التوقعات الاجتماعية، السياق) حيث بلغت قيم معاملات الارتباط (0.78، 0.75، 0.76، 0.73) على التوالى وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.001، **ويستنتج الباحث من هذه النتائج أن** المراهق عندما يريد أن يبحث عن حل لبعض المشكلات والأزمات التي قد يتعرض لها كالأزمات الاقتصادية والاجتماعية أو يحتاج تفسيراً لقضية ما لتوضيح أمور غامضة حولها فإنه يلجأ إلى الاعتماد على الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لكي يسترشد بها في حل هذه المشكلات، أو كشف الغموض الذي يحيط بهذه المشاكل أو القضايا، وبالتالى يستنتج الباحث أنه كلما زادت دافعية المراهق في التوجيه، كلما زاد إدراكه للواقع الاجتماعي، وزاد إدراكه بمدى واقعية ما تقدمه الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي من فيديوهات متعلقة بالأزمات الإقتصادية (النافذة السحرية)، وإدراك محتواها (بعد المحتوى)، ومدى فاعلية وفائدة هذا المحتوى (بعد التوقعات الاجتماعية)، وكذا البيئة التي يدور فيها هذا المحتوى (بعد السياق).

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة كاي جونسون Barbara K.Kaye& J.Johnson (2004) إلى أن التوجيه والإرشاد السياسي هو العامل الرئيسي وراء دافعية المبحوثين لاستخدام الويب فيما يشير إلى إستمرارية ثقة الأفراد ذوي الاهتمامات السياسية بالمعلومات التي ترد إليهم عبر الويب وبقدر كاف لتوجيه قرارتهم التصويتية[73].

3- وجود علاقة ارتباطية إيجابية ما بين متوسطة وقوية بين (هدف التسلية) وكل من أبعاد الواقع المدرك المتمثلة في (بعد النافذة السحرية، بعد المحتوى، بعد التوقعات الاجتماعية، بعد السياق) حيث بلغت قيم معاملات الارتباط (0.59، 0.68، 0.66، 0.63)، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (0.001)، **ويستنتج الباحث من هذه النتيجة أن** من أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية كان بهدف التسلية، وذلك للهروب من ضغوط المذاكرة، ومحاولة الترفية والترويح عن النفس، ولكن بعد تعرض المراهقين لمثل هذه الفيديوهات والتي جذبت انتباههم وتشويقهم لما تتمتع به هذه الفيديوهات من مميزات هذه الوسيلة الجديدة كالتفاعلية والوسائط المتعددة كالصوت والصورة والفيديو، واستطاع المراهقون أن يدركوا مدى تأثير هذه الفيديوهات على إدراكهم للواقع المحيط بهم.

مما سبق يتثبت صحة الفرض الثاني القائل بأنه:" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية ومدى إدراكهم للواقع".

الفرض الثالث: **توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المتحققة لدى المراهقين من التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وبين إدراكهم للواقع.**

اتضح من الجدول التالى ما يلى:

1- وجود علاقات ارتباطية إيجابية قوية بين (التأثيرات المعرفية)، وبين إدراك الواقع الاجتماعي للمراهقين في أبعاد (النافذة السحرية، المحتوى، التوقعات الاجتماعية، والسياق) حيث بلغت قيم معاملات الارتباط (0.77،0.81،0.79،0.79) على التوالى، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.001، **وهذا يعني من وجهة نظر الباحث أن** عملية بناء تصورات المراهقين نحو الواقع بأبعاده المختلفة والمتمثلة في (النافذة السحرية، المحتوى، التوقعات الاجتماعية، السياق) يحدث نتيجة الإدراك والفهم (التأثيرات المعرفية) لقضية أو مشكلة ما كالأزمات الإقتصادية والاجتماعية التي تعرضوا لها من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك بكشف الغموض حول هذه الأزمات وتكوين اتجاهاتهم، ويحدث ذلك نتيجة تفاعلهم مع محتوى الرسالة التي تتضمنها هذه الفيديوهات، وكذا قابليتهم للاستجابة للمعلومات التي تتضمنها هذه الفيديوهات المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أوضحته النتائج من وجود علاقة ارتباطية بين التأثيرات المعرفية وأبعاد الواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والتي جاءت جميعها علاقات ارتباطية قوية.

جدول رقم (20) يوضح العلاقة بين التأثيرات المتحققة لدى المراهقين من التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وبين إدراكهم للواقع

مكونات الواقع المدرك / التاثيرات المتحققة	النافذة السحرية	المحتوى	التوقعات الاجتماعية	السياق
- المعرفية	***0.79	***0.79	***0.81	***0.77
- الوجدانية	***0.71	***0.79	***0.80	***0.73
- السلوكية	**0.76	***0.76	**0.76	***0.72
مستوى المعنوية (p) = * p ≤ 0.05 ، ** p ≤ 0.01 ، *** p ≤ 0.001				

2- وجود علاقات ارتباطية إيجابية قوية بين (التأثيرات الوجدانية)، وبين إدراك الواقع الاجتماعي للمراهقين في أبعاد (النافذة السحرية، المحتوى، التوقعات الاجتماعية، والسياق) حيث بلغت قيم معاملات الارتباط (0.71، 0.79، 0.80، 0.73) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.001، **ويستنتج الباحث من ذلك أن** التأثيرات الوجدانية التي تتحقق لدى المراهقين من خلال تعرضهم لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي تنتج نتيجة المعلومات التي يتلقونها من خلال هذا التعرض والتي تؤثر على مشاعرهم

واستجاباتهم في الإطارالذي يستهدفه مضمون أو محتوى هذه الفيديوهات، وهذه التأثيرات بالطبع تؤثر في بناء تصوراتهم نحو الواقع واعتقادهم بمدى واقعية ومصداقية هذه الفيديوهات (النافذة السحرية) فعند تعرضهم لهذه الفيديوهات فقد يشعرون بالقلق والخوف على مستقبلهم(تأثيرات وجدانية) وهذا بدوره يؤكد مدى استفادتهم من التعرض لهذه الفيديوهات (متغير التوقعات الاجتماعية) وهذه التأثيرات لن تحقق الهدف المطلوب منها إلا إذا تم الحكم على مضمون هذه الفيديوهات بأنه مضمون واقعي وحقيقي يمس أهم المشكلات والقضايا التي تشغلهم (بعد المحتوى)، وبالتالى إدراكهم بأن ما يتعرضون له من فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية هو صورة مطابقة لما يحدث في بيئتهم ومجتمعهم (بعد السياق).

3- وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين (التأثيرات السلوكية) وبين إدراك المراهقين للواقع في بعدي (النافذة السحرية، والتوقعات الاجتماعية) حيث بلغت قيم معاملات الإرتباط (0.76) لكل منهما، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 0.01، كما تبين وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية أيضاً بين (التأثيرات السلوكية)، وبين بعدي (المحتوى، والسياق)، حيث بلغت قيم معاملات الارتباط (0.76، 0.72) على التوالى، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية 0.001، **ويرى الباحث منطقية هذه العلاقة حيث أن** المراهقين لا يمكن أن يقوموا باتخاذ مواقف معينة سواء كانت مؤيدة أو معارضة، أو حتى القيام بعمل سلبي أو إيجابي إلا إذا كان هناك إدراك لواقعية المضمون المقدم عبر فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية التي يتعرضون لها من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكدته النتائج من وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التأثيرات السلوكية وبين إدراك المراهقين للواقع بأبعاده المختلفة.

ويستنتج الباحث مما سبق أنه كلما زاد إدراك المراهقين للواقع من خلال التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية كلما زادت التأثيرات المتحققة لديهم سواء كانت (معرفية- أو وجدانية- أو سلوكية).

مما سبق يثبت صحة الفرض الثالث القائل بأنه:"توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المتحققة لدى المراهقين من التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وبين إدراكهم للواقع".

الفرض الرابع: **يختلف معدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب تعرضهم لها، والتأثيرات الناتجة عنها، ومدى إدراكهم للواقع المدرك من هذا التعرض باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية. ويتفرع من هذا الفرض عدة فروض فرعية كما يلى:**

(أ) يختلف معدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية.

أولاً: علاقة النوع بمعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (21) يوضح علاقة النوع بمعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

معدل التعرض / النوع	للصحف الإلكترونية				لمواقع التواصل الاجتماعي			
	(ن)	المتوسط	قيمة(ت)	درجة الحرية	(ن)	المتوسط	قيمة(ت)	درجة الحرية
– ذكر	120	2.03	**0.57-**	395	122	1.52	**1.11-**	398
– أنثى	277	2.09			278	1.61		
الإجمالى	397				400			

تبين من الجدول السابق ما يلى: عدم وجود فروق معنوية بين النوع ومعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-0.57)، وهذه القيمة أقل من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى دلالة 0.05، **ويرى الباحث أن هذه النتيجة اتفقت مع دراسة آنجيل بوريجو، وآخرون Angel Borrego,.et-al(2007)** في عدم وجود علاقة تأثيرية واضحة بين النوع (الجنس) وبين استخدام الصحف الإلكترونية[74].

كما اتضح أيضاً من الجدول السابق عدم وجود فروق معنوية بين النوع ومعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-1.11)، وهذه القيمة أقل من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى دلالة 0.05، **وبالتالى يتضح** عدم تأثير النوع على معدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بمعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (22) يوضح علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بمعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

معدل التعرض / المستوى الاقتصادي	للصحف الإلكترونية				لمواقع التواصل الاجتماعي			
	(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة(ف)	(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة(ف)
– منخفض	119	2.09	**2**	1.08	120	1.65	**2**	0.88
– متوسط	178	2.01	**394**		179	1.53	**397**	
– مرتفع	100	2.16			101	1.58		
الإجمالى	397				400			

تبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق معنوية بين المستوى الإقتصادي الاجتماعي ومعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيم (ف) المحسوبة (1.08) بالنسبة لعلاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بمعدل تعرض المراهقين لهذه الفيديوهات المقدمة بالصحف الإلكترونية، كما بلغت قيم (ف) المحسوبة (0.88) بالنسبة للعلاقة بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي ومعدل تعرض المراهقين لهذه الفيديوهات المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي، وتعد قيم (ف) المحسوبة أقل من قيم (ف) الجدولية عند مستوى ثقة (0.05).

وهذا يعني أنه لا توجد فروق بين المراهقين ذوي المستويات الاجتماعية المختلفة سواء كان مستوى اجتماعي (منخفض/ متوسط/ أو مرتفع)، وبين معدل تعرضهم لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة كانج & آتكن &Mee-Eun kng David J.Atkin (1999) إلى عدم وجود أية علاقة دالة بين استخدام الإنترنت ومتغيري المستوى التعليمى والدخل الاقتصادي للفرد[75]. **بينما تختلف مع ما توصلت إليه دراسة أبو بكر حبيب الصالحي (2015)** في وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة وبين مستوبات تعرضهم للمواد الإخبارية بالصحف الإلكترونية المتعلقة بأداء الحكومة[76].

ثالثاً: علاقة السن بمعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (23) يوضح علاقة السن بمعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

معدل التعرض / السن	للصحف الإلكترونية				لمواقع التواصل الاجتماعي			
	(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة(ف)	(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة(ف)
- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	1.96	2 394	1.7	48	1.42	2 397	*3.0
- من 16 إلى أقل من 17 سنة	134	1.99			136	1.51		
- من 17 سنة فاكثر	215	2.14			216	1.66		
الإجمالى	397				400			

تبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق معنوية بين السن، ومعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيم (ف) المحسوبة (1.7)، وهذه القيمة أقل من قيمة (ف) الجدولية عند مستوى ثقة (0.05)، وهذا يعني أنه لا توجد فروق بين المستويات العمرية المختلفة للمراهقين بدءاً من سن 15 وحتى سن 17 سنة بالنسبة لتعرضهم لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية عبر الصحف الإلكترونية، **وهذا قد يرجع إلى** أن الفئات العمرية المختلفة من المراهقين قد يتصفحون هذه الموضوعات بالصحف الإلكترونية سريعاً ولا يبدون اهتماماً أكبر بما تنشره هذه الصحف.

أما بالنسبة لعلاقة السن بمعدل التعرض لفيديوهات الأزمات الاقتصادية

والاجتماعية المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي فقد تبين وجود فروق معنوية بينهما حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (3.0)، وهذه القيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05) لصالح الفئة العمرية الأكبر من المراهقين ممن تتراوح أعمارهم من سن (17 سنة فأكثر)، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهم (1.66).

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة مصطفى قيس العزاوي (2016) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين، وبين معدل استخدامهم اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي[77]. **وهذا يدل على** أنه كلما كبر سن الفرد كلما زاد اهتمامه بالموضوعات الجادة والمهمة في مجتمعه كفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية، **كما قد يرجع إلى أن** المراهقين يمكثون وقتاً أطول في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من أي وسيلة أخرى ومن بينها الصحف الإلكترونية.

مما **سبق يثبت عدم صحة الفرض الرابع (أ) القائل بأنه:"** يختلف معدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية، ولكن فيما يتعلق (بالنوع، المستوى الاقتصادي الاجتماعي، السن بالنسبة للصحف الإلكترونية، **ولكن ثبتت صحته فيما يتعلق** (بالسن) وعلاقته بمعدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي.

(ب) تختلف أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية.

1- علاقة النوع بأسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (24) يوضح علاقة النوع بأسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

قيم ومتغيرات تأثير النوع أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية		(ن)	المتوسط	قيمة (ت)	درجة الحرية
- هدف الفهم	- ذكور	122	15.9	1.5	398
	- إناث	278	15.02		
- هدف التوجيه	- ذكور	122	14.8	*2.3	398
	- إناث	278	13.6		
- هدف التسلية	- ذكور	122	7.8	***3.4	398
	- إناث	278	6.7		
- الإجمالي		400			

تبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق معنوية بين النوع، و(هدف الفهم) كأحد أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (1.5)، وهي قيمة أقل من قيمة (ت) الجدولية عند مستوى دلالة 0.05، بينما تبين وجود فروق معنوية بين النوع، و (هدف التوجيه) حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة

(2.3)، وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 95%، وذلك لصالح الذكور، **وهذا يعني أن** أهداف التوجيه ترتفع لدى الذكور عن الإناث على الرغم من قلة عدد الذكور الذين تم تطبيق الدراسة الميدانية عليهم، **وهذا قد يرجع إلى** دافعية المراهقين في تلك الفترة، وبما تتميز به هذه الفترة من الميل نحو الاستقرار والشعور بأنه قادر على اتخاذ قرارات معينة بشأن قضية ما، كما تبين وجود فروق معنوية بين النوع، و(هدف التسلية) حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (3.4)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.001)، وذلك لصالح الذكور، أي أن الذكور من المراهقين يتعرضون لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بهدف التسلية أكثر من الإناث.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة مصطفى قيس العزاوي(2016) إلى وجود علاقة ارتباط إيجابي بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وأسباب استخدام الشباب لهذه المواقع[78]. **كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة كاي& جونسون &k.kay J.Johnson (2004)** أنه قد تختلف الأسباب الكامنة وراء استخدام الذكور لوسائل الإعلام عن أسباب استخدام الإناث[79]. وهذا يدل على أن أسباب (أهداف) تعرض الذكور يختلف عن أسباب تعرض الإناث لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكدته النتائج بالنسبة لهدفي (التوجيه والتسلية)، أما بالنسبة (لهدف الفهم) فاتضح عدم وجود فروق بين الذكور والإناث فيما بينهما.

2- علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بأسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (25) يوضح علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بأسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

قيم ومتغيرات تأثير المستوى الاقتصادي / اسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية		(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة (ف)
هدف الفهم	- منخفض	120	14.9	2 397	*4.1
	- متوسط	179	16.1		
	- مرتفع	101	14.4		
هدف التوجيه	- منخفض	120	14.1	2 397	1.2
	- متوسط	179	14.3		
	- مرتفع	101	13.4		
هدف التسلية	- منخفض	120	7.1	2 397	***4.7
	- متوسط	179	7.4		
	- مرتفع	101	6.4		
- الإجمالى		400			

تبين من الجدول السابق ما يلى:

- وجود فروق معنوية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي، و(هدف الفهم) حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (4.1)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05) وذلك لصالح ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط، كما تبين وجود فروق معنوية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي وبين (هدف التسلية) حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (4.7) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.001) وذلك لصالح ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط والمنخفض، **وهذا قد يرجع إلى** ارتفاع نسبة ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط والمنخفض، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهم (7.4) في ظل الأوضاع الاقتصادية الحالية وأن هذه الفئة كانت من ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع قبل الارتفاع الملحوظ في أسعار معظم السلع والخدمات، يليهم ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض والذي بلغ متوسطهم (7.1) وهي نسبة قريبة إلى حد كبير بذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، وبالتالى فإن المراهقين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط والمنخفض يختلفون عن ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع في هدف التسلية.
- كما تبين عدم وجود فروق معنوية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي وبين (هدف التوجيه) حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (1.2)، وهذه القيمة أقل من قيمة (ف) الجدولية عند مستوى ثقة (0.05)، **وهذا يعني أنه** لا توجد فروق بين المراهقين ذوي المستويات الاجتماعية المنخفضة والمتوسطة والمرتفعة، وبين (هدف التوجيه)، وبذلك يتضح تأثير المستوى الاقتصادي الاجتماعي على أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية وذلك بالنسبة لهدفي (الفهم، والتسلية)، بينما لم يتضح تأثيره على (هدف التوجيه).

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة أحمد فاروق رضوان (2003) في أنه توجد علاقة بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي وأهداف الفهم والتسلية، **بينما تختلف هذه الدراسة معها في** وجود علاقة ارتباطية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي وأهداف التوجيه[80].

3- **علاقة السن بأسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.**

جدول رقم (26) يوضح علاقة السن بأسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية / قيم ومتغيرات تأثيرالسن		(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة (ف)
هدف الفهم	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	15	$\frac{2}{397}$	1.04
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	15.8		
	- من 17 سنة فأكثر	216	15.01		
هدف التوجيه	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	13.4	$\frac{2}{397}$	*2.8
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	14.8		
	- من 17 سنة فأكثر	216	13.6		
هدف التسلية	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	6.8	$\frac{2}{397}$	**4.4
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	7.7		
	- من 17 سنة فأكثر	216	6.8		
- الإجمالى		400			

تبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق معنوية بين الفئات العمرية المختلفة للمراهقين وبين (هدف الفهم) حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (1.04)، وهذه القيمة أقل من قيمة (ف) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05)، بينما تبين وجود فروق معنوية بين الفئات العمرية المختلفة للمراهقين، وبين (هدف التوجيه) حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (2.8)، وهذه القيمة دالة عند مستوى معنوية (0.05) وذلك لصالح المراهقين من (سن 16 إلى 17 سنة)، وهذا يعني أنه كلما كبر سن المراهق كلما كان قادراً على اتخاذ قرارات معينة تجاه قضايا أو أزمات معينة وهذا ما أكدته الدراسة الحالية. كما تبين وجود فروق معنوية بين الفئات العمرية المختلفة للمراهقين وبين (هدف التسلية) حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (4.4)، وهذه القيمة دالة عند مستوى معنوية (0.01)، وذلك لصالح المراهقين من (سن 16 إلى 17 سنة).

مما سبق يثبت صحة الفرض الرابع (ب) القائل بأنه:" تختلف أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك فيما يتعلق (بالنوع ، وهدفي التوجيه، والتسلية)، وكذا بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وهدفي الفهم، والتسلية)، وكذا بين (السن، وهدفي التوجيه ، والتسلية)، **ولكن لم تثبت صحته فيما يتعلق** (بالنوع، وهدف الفهم)، وكذا بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وهدف التوجيه)، وكذا بين (السن، وهدف الفهم).

(ج) تختلف التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية.

1- **علاقة النوع بالتأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.**

جدول رقم (27) يوضح علاقة النوع بالتأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

قيم ومتغيرات تأثير النوع / التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية		(ن)	المتوسط	قيمة (ت)	درجة الحرية
المعرفية	- ذكور	122	14.06	1.24	398
	- إناث	278	13.5		
الوجدانية	- ذكور	122	9.9	**3.11	398
	- إناث	278	8.8		
السلوكية	- ذكور	122	13.07	*2.2	398
	- إناث	278	12.04		
- الإجمالي		400			

تبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق معنوية بين (النوع)، (والتأثيرات المعرفية) حيث بلغت قيمة (ت) (1.24)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 95%، وهذا يعني أن الذكور لا يختلفون عن الإناث في التأثيرات المعرفية المتحققة لدى المراهقين، بينما

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع، (والتأثيرات الوجدانية) حيث بلغت قيمة (ت) (3.11)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 99%، وذلك لصالح الذكور، وهذا يعني أن الذكور تحققت لديهم التأثيرات الوجدانية أكثر من الإناث رغم قلة عددهم، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع، (والتأثيرات السلوكية) حيث بلغت قيمة (ت) (2.2)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية 95%، وذلك لصالح الذكور أيضاً، وهذا يعني أن هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين متغير النوع وكل من التأثيرات (الوجدانية، والسلوكية) المتحققة لدى المراهقين.

2- علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بالتأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (28) يوضح علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بالتأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

قيم ومتغيرات تأثير المستوى الاقتصادي / التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات		(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة (ف)
المعرفية	- منخفض	120	13.7	2 397	*3.3
	- متوسط	179	14.1		
	- مرتفع	101	12.7		
الوجدانية	- منخفض	120	9.2	2 397	*2.9
	- متوسط	179	9.5		
	- مرتفع	101	8.5		
السلوكية	- منخفض	120	12.4	2 397	1.4
	- متوسط	179	12.7		
	- مرتفع	101	11.8		
- الإجمالى		400			

تبين من الجدول السابق: وجود فروق معنوية بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي)،وبين كل من (التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية) حيث بلغت قيم (ف) المحسوبة (3.3، 2.9) على التوالى، وهذه القيم دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وذلك لصالح ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط، وذلك بسبب ارتفاع نسبتهم بين شرائح المجتمع المختلفة، كما تبين عدم وجود فروق معنوية بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وبين (التأثيرات السلوكية) حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (1.4)، وهذه القيمة أقل من قيمة (ف) الجدولية، وهي غير دالة إحصائياً عند درجة حرية (2، 397).

ويري الباحث منطقية النتيجة السابقة حيث أن التأثيرات المعرفية والوجدانية تختلف من فرد لآخر، وفقاً لما تتميز به هذه المرحلة من وجود فروق فردية فيما بينهم، وبالتالى ينعكس على مدى التأثيرات المختلفة وخاصة (المعرفية) أما بالنسبة للتأثيرات السلوكية فلا يوجد اختلاف بين المستويات الاقتصادية الاجتماعية المختلفة

وذلك لأن المراهقين في المرحلة الثانوية لم تؤثر الظروف الاقتصادية والاجتماعية على سلوكهم سواء كانوا إناثاً أو ذكوراً لأن متطلباتهم المادية تكاد تكون متشابهة فيما بينهم ولا يهمهم ظروف أولياء أمورهم فيجدون متطلباتهم تتحقق دون أدني مسئولية منهم لأنهم يعتمدون بشكل أساسي ودائم على والديهم في تلبية احتياجاتهم المادية وغيرها، وبالتالى اتضح من النتائج عدم وجود فروق بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية في التأثيرات السلوكية وذلك لأن خصائصهم النفسية والسلوكية تكاد تكون واحدة في هذه المرحلة.

3- علاقة السن بالتأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (29) يوضح علاقة السن بالتأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية	قيم ومتغيرات تأثير السن	(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة (ف)
المعرفية	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	13.5	2 397	1.02
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	14.1		
	- من 17 سنة فأكثر	216	13.4		
الوجدانية	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	9.1	2 397	0.9
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	9.4		
	- من 17 سنة فأكثر	216	9		
السلوكية	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	12.3	2 397	1.6
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	12.9		
	- من 17 سنة فأكثر	216	12.02		
- الإجمالى		400			

اتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق معنوية بين (السن)، وبين (التأثيرات الناتجة) من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت قيم (ف) بين هذين المتغيرين غير دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 95%.**وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة محمود أحمد عبد الغني (2012)** في وجود معاملات ارتباط دالة بين مدى الاستفادة من قراءة المدونات والسن في مختلف المراحل السنية المختلفة من سن 16: 24 سنة عند مستوى دلالة 0.05[81].

ويستنتج الباحث مما سبق أنه لا توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين متغيري السن والتأثيرات الناتجة من تعرض المراهقين لهذه الفيديوهات.

مما سبق يثبت صحة الفرض الرابع (ج) القائل بأنه:"تختلف التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية"، **ولكن فيما يتعلق بعلاقة** (النوع بالتأثيرات الوجدانية

والسلوكية)، وكذا بين (المستوى الإقتصادي الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية)، **ولكن لم تثبت صحته فيما يتعلق** (بالنوع، والتأثيرات المعرفية)، وكذا بين (المستوى الإقتصادي الاجتماعي وبين التأثيرات السلوكية)، وكذا بين (السن والتأثيرات).

(د) يختلف الواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية.

1- علاقة النوع بالواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

يتضح من الجدول التالى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين (النوع)، وبين إدراك المراهقين للواقع وفقاً لبعدي (النافذة السحرية، والتوقعات الاجتماعية) بصورة مشابهة للواقع المقدم في فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية في الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيم (ت) (2.09، 2.2) على التوالى، وهي قيم دالة عند مستوى معنوية (0.05)، وذلك لصالح الذكور.

جدول رقم (30) يوضح علاقة النوع بالواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

قيم ومتغيرات تأثير النوع / الواقع المدرك		(ن)	المتوسط	قيمة (ت)	درجة الحرية
النافذة السحرية	- ذكور	122	4.7	*2.09	398
	- إناث	278	4.4		
المحتوى	- ذكور	122	8.4	***4.3	398
	- إناث	278	7.2		
التوقعات الاجتماعية	- ذكور	122	12.7	*2.2	398
	- إناث	278	11.7		
السياق	- ذكور	122	4.5	1.7	398
	- إناث	278	4.2		
الإجمالى		400			

كما تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين (النوع)، وبين إدراك المراهقين للواقع وفقاً (لبعد المحتوى) حيث بلغت قيمة (ت) (4.3)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (0.001)، وذلك لصالح الذكور أيضاً، هذا ولم يتضح وجود علاقة ارتباطية بين(النوع)، وبين إدراك المراهقين للواقع وفقاً (لبعد السياق) حيث بلغت قيم (ت) (1.7) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.05).

2- علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بالواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (31) يوضح علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي بالواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

قيم ومتغيرات تأثير المستوى الاقتصادي الاجتماعي / مكونات الواقع المدرك		(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة (ف)
النافذة السحرية	- منخفض	120	4.5	2 397	0.7
	- متوسط	179	4.5		
	- مرتفع	101	4.3		
المحتوى	- منخفض	120	7.4	2 397	**4.3
	- متوسط	179	7.9		
	- مرتفع	101	7.03		
التوقعات الاجتماعية	- منخفض	120	11.8	2 397	2.7
	- متوسط	179	12.5		
	- مرتفع	101	11.3		
السياق	- منخفض	120	4.2	2 397	1.6
	- متوسط	179	4.4		
	- مرتفع	101	4.07		
الإجمالى		400			

تبين من الجدول السابق عدم وجود فروق معنوية بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وبين إدراك المراهقين للواقع وفقاً لبعد (النافذة السحرية) حيث بلغت قيمة (ف) (0.7) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05، و**هذا قد يرجع إلى** اعتقاد المراهقين بجميع مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية بأن فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي هي صورة مطابقة للواقع الحقيقي، وهذا يؤكد على مدى ثقتهم المرتفعة في المضمون المقدم من هذه الفيديوهات، **وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه الدراسة الميدانية الحالية** بالنسبة لمكونات الواقع المدرك من هذه الفيديوهات في مجيء بعد النافذة السحرية في مقدمة أبعاد الواقع المدرك، وبالتالى لم يوجد بين المراهقين وفقاً لمستوياتهم الاقتصادية الاجتماعية فروق في بعد النافذة السحرية.

كما تبين عدم وجود فروق معنوية بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وبين إدراك المراهقين للواقع وفقاً لبعد (التوقعات الاجتماعية) حيث بلغت قيمة (ف) (2.7)، وهي غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية 0.05، **وهذا قد يرجع أيضاً إلى** أن الفائدة التي تتحقق لدى المراهقين باختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية من التعرض لهذه الفيديوهات قد تتساوي فيما بينهم، وبالتالى لم يتبين أية فروق فيما بينهم، كما اتضح عدم وجود فروق معنوية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وبين إدراك المراهقين للواقع وفقاً لبعد (السياق) حيث بلغت قيمة (ف) (1.6) وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.05، **وهذا يعني من وجهة نظر الباحث أن** الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون تمس جميع الفئات والشرائح في المجتمع باختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية وهذا ما يؤكد عليه بعد (السياق) في إدراك الواقع الاجتماعي.

ولكن تبين وجود فروق معنوية بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وبين إدراك المراهقين للواقع وفقاً لبعد (المحتوى) حيث بلغت قيمة (ف) (4.3) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة 99%، وذلك لصالح ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط والمنخفض، وهذه النتيجة تكاد تكون منطقية نظراً لأن محتوى ومضمون هذه الفيديوهات يمس هاتين الشريحتين في المجتمع وتتناول قضايا ومشكلات اقتصادية واجتماعية تؤثر بدرجة أكبر من ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع.

3- علاقة السن بالواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (32) يوضح علاقة السن بالواقع المدرك من تعرض المراهقين فيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

مكونات الواقع المدرك / قيم ومتغيرات تأثير السن		(ن)	المتوسط	درجة الحرية	قيمة (ف)
النافذة السحرية	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	4.3	2 397	0.98
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	4.6		
	- من 17 سنة فأكثر	216	4.4		
المحتوى	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	7.7	2 397	0.94
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	7.8		
	- من 17 سنة فأكثر	216	7.4		
التوقعات الاجتماعية	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	12.3	2 397	2.14
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	12.5		
	- من 17 سنة فأكثر	216	11.6		
السياق	- من 15 إلى أقل من 16 سنة	48	4.08	2 397	1.4
	- من 16 إلى أقل من 17 سنة	136	4.5		
	- من 17 سنة فأكثر	216	4.2		
الإجمالى		400			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق معنوية بين كل من (السن)، وبين (مكونات الواقع المدرك) من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت قيم (ف) بين السن، وأبعاد (النافذة السحرية، والمحتوى، والتوقعات الاجتماعية، والسياق) غير دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 0.05.

مما سبق يثبت صحة الفرض الرابع (د) القائل بأنه: " يختلف الواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية"، **ولكن فيما يتعلق** (بالنوع، وكل من أبعاد النافذة السحرية، المحتوى، التوقعات الاجتماعية)، **ولكن لم تثبت صحته بين** (النوع، وبعد السياق)، **كما ثبتت صحته فيما يتعلق** (بالمستوى الإقتصادي الاجتماعي، وبعد المحتوي)، **لكن لم تثبت صحته فيما يتعلق** (بالمستوى الإقتصادي الاجتماعي وكل من أبعاد النافذة السحرية، التوقعات الاجتماعية، السياق)، **كما لم تثبت صحته فيما يتعلق** (بالسن، وأبعاد الواقع المدرك).

ثالثاً: خاتمة الدراسة:

توصلت الدراسة الميدانية التي قام الباحث باجرائها على عينة قوامها (400 مفردة) من المراهقين (طلاب الثانوية العامة) باستخدام أداة الاستبيان، إلى عدد من النتائج المتعلقة بالإجابة على تساؤلات البحث وإختبار فروضه والتي تسعى جميعها إلى تحقيق أهداف البحث، وفيما يلى أبرز النتائج العامة:

1- أن النسبة الأكبر من المراهقين عينة الدراسة يتعرضون لشبكة الإنترنت (بصورة مرتفعة) بلغت نسبتهم 60.8%، كما أن غالبيتهم يتعرضون للصحف الإلكترونية (بصورة منخفضة) بلغت نسبتهم 39%، يليهم من يتعرض لها (بصورة متوسطة، ومرتفعة)، كما أن النسبة الأكبر من المراهقين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي (بصورة مرتفعة) بلغت نسبتهم (58.8%) من إجمالى العينة.

2- بالنسبة للصحف الإلكترونية التي يتصفحها المراهقون جاءت صحيفة (اليوم السابع) في مقدمة الصحف الإلكترونية التي يتعرض لها المراهقون، **وذلك يرجع إلى** أنها من أكثر الصحف الإلكترونية تحديثاً للأخبار المنشورة بها، وأكثرها تفاعلية من حيث الوسائط المتعددة المستخدمة بها، وسهولة استخدامها، كما أن أقل الصحف الإلكترونية تصفحاً من جانب المراهقين تمثلت في صحف (الوفد، القاهرة، العربي، التحرير المصرية، الأسبوع، إيلاف، محيط) حيث جاءت بنسب قليلة جداً.

3- جاء موقع (الفيس بوك) في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يتصفحها المراهقون، يليه موقع (الواتس آب، واليوتيوب) ثم موقع (انستجرام)، وأقلها تصفحاً (موقع فليكر Flicker، ولينكد إن Linked In)، **وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه** دراسة مصطفي قيس العزاوي (2016)، ودراسة أسماء محمد مصطفى (2016) في أن الفيس بوك جاء في الترتيب الأول كأكثر مواقع التواصل الإجتماعي استخداماً، **ويرجع ذلك وفقاً لاستنتاجات الباحث إلي** أن الفيس بوك من أكثر مواقع التواصل الإجتماعي شعبية، وكذا سهولة وانتشار وسائل الإتصال به.

4- أن معظم المراهقين عينة الدراسة يهتمون بمتابعة فيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (بصورة متوسطة) بلغت نسبتهم 77%، يليهم من يهتم بمتابعتها (بصورة دائمة)، وأقلهم اهتماماً بمتابعة هذه الفيديوهات بلغت نسبتهم 8.2%، **ويستنتج الباحث من خلال هذه النتائج أن** اهتمامات المراهقين بمتابعة الفيديوهات المتعلقة بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية جاءت بصورة متوسطة، **وذلك يرجع إلي** انشغال المراهقين بأنشطة أخري علي شبكة الإنترنت بما فيها الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي.

5- جاءت الفيديوهات الخاصة (بارتفاع أسعار السلع والخدمات) في مقدمة فيديوهات الأزمات والقضايا الإقتصادية التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، **واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه** دراسة سماح المحمدي (2016) في أن أزمة ارتفاع الأسعار والخدمات جاءت في مقدمة الأزمات الإقتصادية، يليها الفيديوهات التي تتعلق (بقضية ارتفاع سعر الدولار)، ثم الفيديوهات

الخاصة (بقضية ارتفاع أسعار الأدوية)، وأقلها تصفحاً من جانب المراهقين تمثل في الفيديوهات الخاصة (بأحوال البورصة المصرية، وميزان العجز التجاري).

6- أما بالنسبة لفيديوهات الأزمات الاجتماعية جاءت ظاهرة (خطف الأطفال) في مقدمة الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون، ثم ظاهرة (ارتفاع معدلات الجريمة، وظاهرة اختفاء الأطفال، ثم ظاهرة انتشار الفقر)؛ **وهذه النتائج تدل علي أن** هذه الظواهر والحالات كانت منتشرة بصورة ملحوظة وقت إجراء الدراسة الميدانية وكانت محل اهتمام المجتمع في ذلك الوقت، وأقلها اهتماماً من جانب المراهقين تمثل في (مشاكل المياه والصرف الصحي، وانتشار ظاهرة الطلاق).

7- أن نسبة قليلة من المراهقين يتفاعلون بجدية مع فيديوهات الموضوعات والأزمات الإقتصادية والإجتماعية وتمثلت مظاهر تفاعلهم في التعليق علي هذه الفيديوهات ومشاركتها وإخبار زملائهم وأصدقائهم بمضمونها، وكذا البحث المتعمق عن هذه الفيديوهات لجمع المعلومات حولها للمساعدة في فهمها، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة في أن نسبة قليلة منهم يتفاعلون معها من خلال (البحث المتعمق عن هذه الفيديوهات) بنسبة 10.2%، وأن أغلبهم يتفاعلون معها من خلال(تسجيل إعجابهم بهذه الفيديوهات) بنسبة 36.5%.

8- أن (الهاتف المحمول) جاء في مقدمة وسائل دخول المراهقين لفيديوهات الأزمات والقضايا الإقتصادية والاجتماعية حيث بلغت نسبته (79.8%)، يليه (جهاز الحاسب المحمول Lapto)، ثم (جهاز الحاسب الآلى الشخصي المكتبي)، وأقلهم استخداماً من جانب المراهقين تمثل في (الأجهزة اللوحية التابلت Tablet) بنسبة 10.5%.

9- بالنسبة لأسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية جاء (هدف الفهم) في مقدمة هذه الأهداف أو الأسباب بنسبة بلغت (72.4%)، يليه (هدف التوجيه) بنسبة (66.7%)، ثم (هدف التسلية) بنسبة (58.9%)، **وتتفق هذه النتائج مع دراسة** شريف عطية بدران (2015) في أن اعتماد أفراد عينة الدراسة علي متابعة مقاطع اليوتيوب بسبب أنها تمدهم بالمعرفة بالموضوعات الأكثر تداولاً في المجتمع، **وهذا يدل على أن** هدف الفهم كان من أقوى هذه الأهداف أو الأسباب التي دفعت المراهقين للاعتماد على هذه الفيديوهات في الحصول على المعلومات المتعلقة بها.

10- أما بالنسبة للتأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي فقد جاءت (التأثيرات المعرفية) في الترتيب الأول بنسبة 75.8%، يليها (التأثيرات السلوكية) حيث بلغت 68.6%، ثم (التأثيرات الوجدانية) حيث بلغت 60.9%.

11- جاءت نمط (الفيديوهات المباشرة من الأحداث) في مقدمة أنواع الفيديوهات التي يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي أثناء متابعتهم للأزمات الإقتصادية والاجتماعية، ثم (الفيديوهات التي يصحبها تحليل)، وتمثلت أقل هذه الفيديوهات تعرضاً من جانب المراهقين في (فيديوهات بدون صوت حقيقي للأحداث، وعروض الفيديو "الفودكاست").

12- جاءت في مقدمة الشروط التي يجب أن تتوافر في الفيديوهات التي يشاركها أو يتعرض لها المراهقون من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناول الأزمات الإقتصادية والاجتماعية (أن تعالج مشكلة يعاني منها المجتمع)، ثم (أن تكون مصادر هذه الفيديوهات موثوق في صحتها)، ثم تمثلت أقل هذه الشروط أهمية في (أن تكون مساحة الفيديوهات صغيرة).

13- جاء بعد (النافذة السحرية) في مقدمة أبعاد ومكونات الواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الاقتصادية والاجتماعية بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمراهقين حيث بلغت نسبته (74.5%)، يليه (بعد السياق) بنسبة 71.3%، ثم (بعد التوقعات الاجتماعية) بنسبة 66.7%، وأخيراً (بعد المحتوى) بنسبة 62.8%.

14- أن معظم المراهقين من طلاب الثانوية العامة يرون أن فيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية تؤثر على واقعهم الاجتماعي (بدرجة متوسطة) بنسبة بلغت 65.5%، وأن نسبة 22.3% منهم يرون أنها تؤثر (بدرجة كبيرة) وأن نسبة قليلة منهم بلغت 12.2% يرون أنها لاتؤثر إطلاقاً.

15- جاء من أهم أسباب عدم التعرض لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي متمثلاً في (الحاجة إلى وقت أطول لتحميل هذه الفيديوهات بسبب ضعف شبكة الإنترنت- لانشغالهم بالدراسة والمذاكرة- حتى لا يتأثر مزاجي وينتابني القلق)، وأقل هذه الأسباب تتمثل في (أفضل القراءة على المشاهدة، لأنني لا أمتلك أياً من الأجهزة المتصلة بشبكة الإنترنت).

16- **ثبتت صحة الفرض الأول كلياً القائل بأنه:**"توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية والتأثيرات المتحققة منها"، حيث جاءت العلاقات الإرتباطية طردية قوية بين الأسباب والتأثيرات.

17- **ثبتت صحة الفرض الثاني كلياً القائل بأنه:** "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية ومدى إدراكهم للواقع"، حيث تنوعت العلاقات الارتباطية ما بين إيجابية قوية، ومتوسطة بين أسباب التعرض وبين إدراك المراهقين للواقع.

18- **ثبتت صحة الفرض الثالث كلياً القائل بأنه :**" توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التأثيرات المتحققة لدى المراهقين من التعرض لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، وبين إدراكهم للواقع"، حيث جاءت العلاقات الارتباطية طردية قوية بين التأثيرات وإدراك المراهقين للواقع.

19- **لم تثبت صحة الفرض الرابع (أ) جزئياً القائل بأنه :**"يختلف معدل تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية المقدمة بالصحف الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي بإختلاف العوامل الديموغرافية"، ولكن بالنسبة للعلاقة بين معدل التعرض وبين (النوع، والمستوى الإقتصادي الاجتماعي، والسن بالنسبة للصحف

الإلكترونية)، **ولكن ثبتت صحته فيما يتعلق** بالسن وعلاقته بمعدل التعرض لهذه الفيديوهات المقدمة بمواقع التواصل الاجتماعي.

20- **ثبتت صحة الفرض الرابع (ب) جزئياً والقائل بأنه:**" تختلف أسباب تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي"، وذلك فيما يتعلق (بالنوع، وهدفي التوجيه والتسلية)، وكذا بين (المستوى الإقتصادي الاجتماعي، وهدفي الفهم والتسلية)، وكذا بين (السن، وهدفي التوجيه والتسلية)، **ولكن لم تثبت صحته فيما يتعلق** (بالنوع، وهدف الفهم)، وكذا بين (المستوى الإقتصادي الاجتماعي، وهدف التوجيه)، وكذا بين (السن، وهدف الفهم).

21- **ثبتت صحة الفرض الرابع (ج) القائل بأنه:**" تختلف التأثيرات المتحققة من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية"، ولكن فيما يتعلق بعلاقة (النوع، والتأثيرات الوجدانية والسلوكية)، وكذا بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي، والتأثيرات المعرفية والوجدانية)، **ولكن لم تثبت صحته فيما يتعلق** (بالنوع والتأثيرات المعرفية)، وكذا بين (المستوى الاقتصادي الاجتماعي والتأثيرات السلوكية)، وكذا بين (السن والتأثيرات المتحققة).

22- **ثبتت صحة الفرض الرابع (د) القائل بأنه:"**يختلف الواقع المدرك من تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والاجتماعية من خلال الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي باختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية"، ولكن فيما يتعلق (بالنوع) وكل من أبعاد (النافدة السحرية، المحتوى، التوقعات الاجتماعية)، **ولكن لم تثبت صحته** فيما يتعلق (بالنوع، وبعد السياق)، **كما ثبتت صحته فيما يتعلق** (بالمستوى الاقتصادي الاجتماعي) وكل من أبعاد (النافذة السحرية، التوقعات الاجتماعية، السياق)، **لكن لم تثبت صحته فيما يتعلق** (بالسن، وأبعاد الواقع المدرك).

وتأسيساً علي ما سبق، واستناداً إلي الإطار النظري للدراسة والذي يتعلق بنظريتي الإعتماد علي وسائل الإعلام، والتوقعات الإجتماعية، فإن النتائج تتسق مع أهداف ومكونات النظريتين حول تعرض المراهقين لفيديوهات الأزمات الإقتصادية والإجتماعية بمواقع الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته ببناء تصوراتهم للواقع، حيث أظهرت النتائج معدل التعرض لهذه الفيديوهات بالصحف الالكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي، وكذا أبرز الفيديوهات المتعلقة بالأزمات الإقتصادية والإجتماعية التي يتعرض لها المراهقون، وكذا أسباب تعرضهم، والتأثيرات المتحققة من هذا التعرض، وعلاقة هذه المتغيرات بعضها البعض، وقد ظهر ذلك من خلال مناقشة نتائج الدراسة الميدانية واختبار فروضها.

وختاماً يجب التأكيد علي أهمية تعرض المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد والتي من بينها الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي، وكذا صحافة المواطن، وبالتالي يجب دراسة هذا الاستخدام، ودراسة اتجاهات المستخدمين نحو مايثار في المجتمع من قضايا وأزمات، وكذا ضرورة إلقاء الضوء علي أهم القضايا والمشكلات التي تتناولها مواقع التواصل

الإجتماعي وباقي وسائل الإعلام الجديد، هذا بالإضافة إلي ضرورة الإهتمام بالمضامين المقدمة للمراهقين والتي تعكس الواقع الفعلي من خلال وسائل الإعلام الجديد، وعلي وجه الخصوص شبكات التواصل الإجتماعي ومواقع الصحف الإلكترونية.

هوامش الدراسة:

(1) مصطفى قيس العزاوي." اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وتأثيراته على متابعتها للتليفزيون". **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة المنصورة: كلية الآداب،2016)، ص 62.

(2) شيماء أبو مندور عبد الغني." المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في مصر في الصحف وقنوات التليفزيون العربية بعد ثورة 25 يناير ". **رسالة دكتوراه غير منشورة**،(جامعة المنصورة: كلية الآداب،2016)، ص ص 89-90.

(3) على حمودة جمعة سليمان." دور صحافة الفيديو في تشكيل اتجاهات الجاليات الأجنبية نحو الإسلاموفوبيا: دراسة ميدانية على عينة من الناطقين وغير الناطقين بالعربية".**مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مصر، العدد 11، يونيو 2016، ص176.

(4) وائل عبد الباري." مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقته بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري ". **المؤتمر السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام: مستقبل وسائل الإعلام العربية**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.

(5) غادة عبد التواب اليماني."التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية".**المجلة العلمية لبحوث الصحافة**،كلية الإعلام،جامعة القاهرة، العدد 2،أبريل- يونيو2015،ص 135.

(6) https://palestinemedia.wordpress.com/2012/03/25/%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-online-video-journalism/ **available at:** 11/3/2017.

(7) Tiance Dong& **Chenxi Liang&** Xu He,(2017)." Social media and internet public events".**Telematics and Informatics,** Volume 34, Issue 3, June 2017, pp. 726–739.

(8) رحيمة الطيب عيساني." أشكال التفاعلية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الشباب العربي ". **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، المملكة العربية السعودية:الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد15، مايو 2016، ص12.

(9) سماح محمد المحمدي." أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 8، أكتوبر- ديسمبر 2016.

(10) شيماء أبو مندور عبد الغني." المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في مصر في الصحف وقنوات التليفزيون العربية بعد ثورة 25 يناير ". **مرجع سابق**.

(11) هيام أنور أحمد أبو زيد." دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية ".**رسالة دكتوراة غير منشورة**،(جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2016).

(12) داليا كمال عواد محمد." بناء الأطر الشكلية والموضوعية للخطاب الصحفي أثناء الأزمات بالمواقع الإخبارية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو هذه الأزمات".**رسالة دكتوراة غير منشورة**،(جامعة عين شمس:معهد الدراسات العليا للطفولة، 2016).

(13) عدلات عبد المعطي." دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(الجامعة الإسلامية: كلية الآداب،2015).

(14) صفاء عبد الحميد عبد السميع معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات وأثرها في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحوها ". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(**جامعة المنصورة: كلية الآداب،2015**).

(15) وديع محمد العزعزي." استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) ". **المجلة العربية للإعلام والاتصال**،المملكة العربية السعودية:الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد14، نوفمبر 2015، ص80.

(16) دعاء عادل محمود، شريف درويش اللبان، محرز حسين غإلى." أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية". **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 2، إبريل- يونيو2015، ص ص 421-460.

(17) Westerman,D.,Spence,p.,Heide,B.,(2014)." Social Media a Information source: Recency of Updates and credibility of Information". **Journal of computer –Mediated communication19** , pp.171-183.

(18) فاطمة نبيل محمد السروجي." الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية ". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة عين شمس: كلية البنات،2014).

(19) نايف بن ثنيان آل سعود." علاقة شبكات التواصل الإلكتروني بالاغتراب الاجتماعي للمراهقين في المجتمع السعودي". **المجلة العربية للإعلام والاتصال**،المملكة العربية السعودية: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد11، مايو 2014.

(20) David Westerman, Patric R.spence,et.al.,(2014)." Social Media as Information source: regency of updates and Credibility of Information". **Journal of computer-Mediated Communication**.

(21) K.Johnston.,(2013)." Use Perception and attitude of university students towards face book and twitter". **Electronic Journal of Information systems Evaluation,** vol.16 (3),pp.200-210.

(22) آلاء الزومان." تعرض الشباب السعودي للشبكات الاجتماعية: دراسة وصفية ميدانية على عينة من الطلاب والطالبات الجامعيين في مدينة الرياض ". **المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام الجديد–التحديات النظرية والتطبيقية**،جامعة الملك سعود،الرياض، 2012.

(23) W Zhang, TJ Johnson, T Seltzer.,(2010**)." The Influence of social Networking sites on political Attitudes and Behavior".** Social since computer Review,vol.28,No.1, pp.75-92.

(24) Bahk & Sheil, et al.,(2010)." Digital Media Dependency, Relational Orientation, and Social Networking among College students". **Academic Journal**. Vol.10,Issue.3..

(25) رفعت عارف الضبع." استخدام المراهقين بالعالم العربي للفيسبوك والإشباعات المتحققة لديهم ". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، 2009.

(26) Mark Jurkowitz.,(2009)." Covering the Great Recession: How the Media Have Depicted the Economic Crisis During Obama's Presidency". **Pew Research Center,s Project for Excellence in Journalism ,** http://www.journalism.org/2009/10/05/covering-great-recession/

(27) صفاء السيد منسوب السيد الصعيدي." فعالية برنامج مقترح لتنمية مهارات صحافة الفيديو لطلاب الإعلام التربوي".**رسالة ماجستير غير منشورة، (**جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية، 2016)

(28) غادة عبد التواب اليماني." التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية ". **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 2،أبريل– يونيو2015، ص 111–180.

(29) وائل محمد عناني وآخرون."**صحافة الفيديو الرقمية وتأثرها بظهور الإعلام الجديد** ".(2015).
https://www.slideshare.net/drahmedbelal/digital-video-journalism-study-within-new-massmedia-effect available at:10-11-2017.

(30) شريف عطية محمد بدران." المعالجات البصرية لمقاطع الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المتلقي".**المجلة العربية للإعلام والاتصال**،المملكة العربية السعودية:الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد14، نوفمبر 2015، ص330.

(31) رضوي سعد محمد مبروك." العلاقة بين صحافة الفيديو الإلكترونية وقارئية ومشاهدة الوسائل التقليدية".**رسالة ماجستير غير منشورة،**(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2015).

(32) Jo Cranwell& Rachael Murray et.al.,(2014)." Adolescents, exposure to tobacco and alcohol content in YouTube music videos". **Society For The Study of Addiction.** Addicition, 110, pp.703-711.

(33) نادية الشيخ." دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو والاشباعات المتحققة منها ". **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العلما للطفولة، 2013).

(34) حنان سليم." أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية ". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 38، 2011.

(35) مني حمدي سعد رياض." اعتماد الشباب على المواقع الإلكترونية والصفحات المتخصصة في شئون الجريمة وعلاقتها بإدراكهم لواقعهم المجتمعي ". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة المنصورة: كلية الآداب،2017).

(36) أسماء مجدي أحمد السيد." معالجة الفضائيات العربية لقضايا المرأة السعودية وعلاقتها بإدراك المرأة السعودية لواقعها الإجتماعي: دراسة تحليلية وميدانية". **رسالة ماجستير غير منشورة،**(جامعة القاهرة: كلية الإعلام،2015).

(37) دينا أحمد سليمان سيد سليمان." القيم التي تعكسها البرامج الواقعية في القنوات الفضائية العربية وانعكاسها على إدراك الشباب للواقع الإجتماعي ". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة المنيا: كلية الآداب،2013).

(38) Lyudmila Popova.,(2010)."Perceived Reality of Media Messages: Concept Explication and Testing". **PHD.** University of California, Santa Barbara.

(39) بارعة حمزة شقير." تأثير التعرض للدراما الأجنبية فى التليفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الإجتماعى". **رسالة دكتوراه غير منشورة**،(جامعة القاهرة: كلية الإعلام،1999).

(40) حسن عماد مكاوي." أثر الإنماء التليفزيوني في إدراك الشباب للواقع: دراسة مسحية لعينة من طلاب الجامعات المصرية ". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، أبريل– يونيو 1997.

(41) لمياء سامي أحمد المنيس." استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وانعكاساتها على الصحف الإلكترونية العربية: دراسة ميدانية".**مجلة العلوم الاجتماعية**، جامعة الكويت، مجلد 45، عدد2، 2017، ص 168–193.

(42) عدلي السمري." **دراسة المشكلات الاجتماعية**".(الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1993)، ص 54.

(43) http://www.alukah.net/publications_competitions/0/37616/#ixzz4xaxbZHGi **available at:** 5/11/2017.

(44) انتصار السيد سالم." صورة الأحزاب السياسية المصرية في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بالواقع الحزبي والسياسى لدي الشباب الجامعى: دراسة ميدانية". **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، عدد 35، يناير 2011.

(45) فرج الكامل."**بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها، وإخراجها، وتحليلها**". ط1،(القاهرة: دار النسر للجامعات، 2001)، ص134.

(46) **محكمي استمارة الاستبيان الآتي أسماؤهم:**

1- د/ أحمد زكريا أحمد	مدرس بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة
2- د/ أحمد عبد الغني عويس	مدرس بقسم الحاسب الآلى- كلية التربية النوعية- جامعة دمياط
3- أ.د/سامي السعيد النجار	أستاذ ورئيس قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة
4- د/ سماح الشهاوي	مدرس بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة
5- أ.د/ شريف درويش اللبان	أستاذ بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة
6- أ.د/ رفعت محمد البدري	أستاذ بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنوفية
7- د/ محمد فضل الحديدي	مدرس بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة دمياط
8- أ.م.د/ عبد الهادي النجار	أستاذ مساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة المنصورة
9- أ.د/ نجوي كامل	أستاذ بقسم الإعلام- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

(47) وديع محمد العزعزي." استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك". **مرجع سابق**، ص 146.

(48) مصطفى قيس العزاوي." اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وتأثيراته على متابعتها للتليفزيون ". **مرجع سابق**، ص 43.

(49) **المرجع السابق نفسه**، ص49.

(50) زينب بنت مثني أبو طالب."شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدي الجمهور السعودي". **المجلة العربيةّ للإعلام والإتصال، الجمعية السعودية للإعلام والإتصال**، العدد 9، مايو 2013، ص 85.

(51) ندية عبد النبي القاضي."اتجاهات الشباب المصري نجو دور المواقع الاخبارية في دعم التحول الديمقراطي بعد ثورة 25 يناير 2011". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 43، يناير- يونيه 2013، ص 286.

(52) شعبان شمس، مرعي مدكور." صورة السعودية في الصحافة المصرية". **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، العدد 1، نوفمبر 2005، ص 78.

(53) **المرجع السابق نفسه**، ص 79.

(54) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد."**الاتصال ونظرياته المعاصرة**". ط4،(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003)، ص165.

(55) المر**جع السابق نفسه**، ص ص 168-169.

(56) مسعد مسعد محمد الخياط." دور الانترنت والصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2007).

(57) أبو بكر حبيب الصالحي."دور المادة الخبرية في الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة المصرية بعد 30 يونيو". **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام،جامعة القاهرة، العدد الثاني، أبريل- يونية 2015، ص312.

(58) غادة عبد التواب اليماني." التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية". **مرجع سابق**.

(59) بوسي فاروق محمود غندر." تفاعلية الشباب الجامعي مع المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية: دراسة مقارنة". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة بورسعيد: كلية التربية النوعية، 2014).

(60) عبد الناصر قاسم." دور مواقع التواصل الإلكترونى في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية "، **مجلة الاقتصاد والدراسات التجارية** ، المجلد 2، العدد 23، غزة: الجامعة الإسلامية،2015.

(61) رفعت عارف الضبع." استخدام المراهقين بالعالم العربي للفيسبوك والاشباعات المتحققة لديهم ". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، 2009.

(62) مصطفى قيس العزاوي." اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وتأثيراته على متابعتها للتليفزيون ". **مرجع سابق**.

(63) أسماء محمد مصطفي." استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على تشكيل قيم الشباب"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، أكتوبر-ديسمبر 2016، ص 296.

(64) سماح محمد المحمدي."أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية".**مرجع سابق**، ص 40.

(65) وديع محمد العزعزي." استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي(فيسبوك)". **مرجع سابق**، ص106.

(66) محمد عبد الوهاب الفقيه كافي." مقدار اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الاتصال كمصادر للمعلومات حول الأزمات الدولية الطارئة". **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد2، مايو 2007، ص37.

(67) شريف عطية محمد بدران." المعالجات البصرية لمقاطع الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على المتلقي". **مرجع سابق**، ص354.

(68) محمد عبد الوهاب الفقيه كافي." مقدار اعتماد الشباب الجامعي اليمني على وسائل الاتصال كمصادر للمعلومات حول الأزمات الدولية الطارئة". **مرجع سابق**.

(69) **المرجع السابق نفسه**، ص ص39-40.

(70) آية نبيل حمزة عبد الفتاح حمادة." دور مواد الرأي بالصحف المصرية المطبوعة والإلكترونية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي". **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة المنصورة: كلية الآداب، 2016)، ص230.

(71) غادة عبد التواب اليماني." التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة للأحداث الإرهابية ". **مرجع سابق**.

(72) Wendy Ann Maxian.,(2009). **Media Systems Dependency Theory as a Theory of Power: Emotional Responses to the Ability and Inability to Access Information**. Submitted in Partial Fulfillment of Requirements for the Degree of PH.D. in Mass Communication. Texas Tech University.p.p.7-8.

(73) Barbara K.Kaye& Thomas J.Johnson.,(2004)."Aweb for all reason: Uses and gratification of Internet components for political information" **.Telematics& Information**, vol.21,No.3.pp.127-223.

(74) Angel Borrego, et-al,(2007)."Use and users of Electronic journals at Catalan Universities: The Results of a survey"**. The journal of Academic librarianship,** vol.xx.No.xx,pp.1-9.

(75) Mee-Eun kng& David J.Atkin (1999)."Exploring the role of media use and gratification in multimedia cable adoption". **Telematics & Informatics**.vol.16,No.1-2.pp59-74.

(76) أبو بكر حبيب الصالحي." دور المادة الخبرية في الصحف الإلكترونية في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة المصرية بعد 30 يونيو". **مرجع سابق**.

(77) مصطفي قيس العزاوي." اعتماد الشباب الجامعي العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة النشرات الإخبارية وتأثيراته على متابعتها للتليفزيون ". **مرجع سابق**.

(78) **المرجع السابق نفسه**.

(79) Barbara K.Kaye& Thomas J.Johnson (2004)." A web for all reason: uses and gratifications of Internet components for political information"**. Telematics &Information,** vol.21,No.3, pp.197-223.

(80) أحمد فاروق رضوان." مدي الإعتماد على وسائل الإعلام العربية الدولية كمصدر للحصول على المعلومات". **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة حلوان: كلية الآداب، 2003)، ص 293.

(81) محمود أحمد عبد الغني." تأثير استخدام المدونات الالكترونية على طلاب جامعة سوهاج: دراسة ميدانية". **مجلة دراسات الطفولة**، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، المجلد 15، العدد 54، مارس 2012، ص ص 41-70.