

أنماط استخدام الجمهور المصري لكل من وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت دراسة في إطار نظريتي الاستبدال والتعايش

د/عبدالرحيم سليمان درويش (*)

مقدمة:

يذكر سيب Seib أن العالم العربي لا يزال في مرحلة متأخرة في تبني واستخدام التكنولوجيا الحديثة ولا يعتبر استخدام وسائل الاتصال التقليدية والحديثة وخصوصا الإنترنت استثناء في هذا الصدد، وهناك العديد من الأسباب خلف هذه الظاهرة ففي ليبيا مثلا تم تعريف الإنترنت في البداية علي أساس أنها أداة جديدة للإمبريالية الجديدة، ففي السعودية ودول الخليج مثلا كانت هناك تساؤلات وتخوفات من أجهزة استقبال البث المباشر للقنوات الفضائية في أوائل التسعينيات إضافة إلي التساؤلات المنتشرة عن تأثير هذه الوسائل التقليدية والحديثة علي الأخلاقيات السائدة في هذه المجتمعات، في حين كان يتخوف آخرون من التأثيرات الليبرالية للإنترنت ووسائل الاتصال الجديدة علي الأنظمة السياسية والاجتماعية القائمة فيها، وفي الفترة ما بين 1990 إلي 2000 تم تصنيف الشرق الأوسط باستثناء إسرائيل علي أساس أنه أقل دول العالم في استخدام الإنترنت، وتم تحديد أربعة أسباب لهذا: الأول البنية التحتية الضعيفة لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة، والثاني النمو الاقتصادي المنخفض لبعض الدول فيها، والثالث الأمية، والرابع الخوف من الجديد وتأثير هذه الوسائل علي بنية هذه المجتمعات.

ويريهايبرت ورفاقه Hiebert et al أن الإنترنت تعد ثورة جديدة في مجال الاتصال ووسائله ولقد غيرت هذه الوسيلة هيكله النظام الاتصالي ليس في الولايات المتحدة فحسب، ولكن في العالم كله مما أدى إلي تغيرات هائلة في وسائل الاتصال مما جعل الكثيرون يعتقدون أن أوائل الثمانينيات والتسعينيات تعد فعلا بداية ثورة حقيقية أدت إلي تطورات كبيرة في مجال وسائل الاتصال التقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وما كانت هذه الثورة لتحدث لولا التكنولوجيا المتطورة التي أتاحتها إمكانيات هائلة للكمبيوتر والإنترنت.

(*) أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة دمياط

ويبين أبو أصبع أن دخول الإنترنت في عالمنا العربي لا يزال في مراحلہ الأولى بل لا يزال بعد عقده الثاني بسنوات قليلة ومن ثم نري أننا لا زلنا في حاجة إلي دراسات كثيرة بشأنه لاكتشاف مدي تأثيره علي المجتمع بفئاته المختلفة, كما أننا لا زلنا نحتاج إلي دراسات كثيرة لمعرفة تأثيراته علي وسائل الاتصال التقليدية الأخرى.

ويشير كل من مايثلي ورفاقه Mythily et al. في 2008 و ابن مصطفى EbnMostafa في 2013 إلي إن استخدام الإنترنت أثر بشكل كبير علي وسائل الاتصال التقليدية بسبب ما يطلق عليه الثلاثي الذي يبدأ بحرف A ويمثل في أولا: Accessibility وتعني إتاحتہ وسهولة الوصول إليه وثانيا: رخصه Affordability أو قلة تكلفة استخدامه مقارنة بالوسائل الأخرى, وثالثا: Anonymity أي مخاطره الاجتماعية الأقل فلا أحد يعرف من يستخدمه مما جعل استخدامه عادة يومية بل مما جعل منه وسيلة يمكن من خلالها استخدام وسائل الاتصال التقليدية الأخرى بسهولة ويسر وتكلفة أقل.

ومع هذا فلا يزال عدد مستخدمي الإنترنت قليلا مقارنة بعدد مستخدمي التلفزيون في العالم كما يري شان أولمستد وها Chan-Olmsted and Ha وإن كنا نري أن المستقبل كليل بتغيير هذا الوضع وخصوصا مع دراسة أثر النمو الهائل في الإنترنت والتطور الكبير فيه وإتاحة استخدامه عبر الكمبيوتر المحمول والتليفونات المحمولة الذكية والآي باد والتابلت مما سهل الوصول إليه في أي وقت وفي أي مكان, وهناك اهتمام بحثي كبير يتمثل في دراسة أثر تطور الإنترنت علي وسائل الاتصال التقليدية. وتسعي هذه الدراسة لمعرفة أثر استخدام الإنترنت علي وسائل الاتصال التقليدية من خلال دراسة علي عينة من الجمهور المصري, كما تحاول معرفة أنماط استخدام المصريين لكل من وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت مع ربط كل هذا بالمتغيرات الديموجرافية لهم.

وتبين العديد من الدراسات تقلص ظاهرة قراءة الصحف مقابل زيادة نسبة استخدام المواقع الإخبارية بشكل خاص, وزيادة استخدام الإنترنت بين جماهير وسائل الاتصال المختلفة بشكل عام, وهناك دراسات أخرى تبين أن الوقت الذي يقضيه الأفراد مع وسائل الاتصال التقليدية مثل قراءة الصحف المطبوعة والاستماع إلي الراديو ومشاهدة التلفزيون قد تقلص بالفعل نتيجة استخدام الإنترنت, مما يجعل الكثيرون يؤكدون أن هناك تأثيرات عميقة لاستخدام الإنترنت علي وسائل الاتصال

التقليدية, (انظر مثلا فيرجسون وبيرس Ferguson and Perse 2000, وهو فمان Hoffman 2006 , ودرويش 2011)

وكما يذكر فيرجسون وبيرس Ferguson and Perse في عام 2000 فإن هناك عدة أسباب توضح أن الوقت المنقضي مع وسائل الاتصال التقليدية سيقبل بالفعل: الأول: يتمثل في أن وقت الفراغ محدود وبالتالي عندما يستخدم الأفراد الإنترنت بشكل كبير سيقبل الوقت المحدد لوسائل الاتصال التقليدية, والثاني: يتمثل في التفاعلية التي يتميز بها الإنترنت مما يسلي الأفراد ويستثيرهم بشكل أكبر من وسائل الاتصال التقليدية, والثالث: يتمثل في أن الجيل الجديد من أطفال اليوم والأمس سيكبرون مع الإنترنت وسيحبونه أكثر من جيل الآباء.

وتذكر حمدي في 2001 أن العديد من نتائج الدراسات العربية والأجنبية تشير إلى أن هناك ارتفاعا في معدلات استخدام الإنترنت وأن مستخدمي الإنترنت أصبحوا يقضون وقتا أقل مع وسائل الاتصال التقليدية, وتراجع استخدام وسائل الاتصال التقليدية يبين كم المنافسة الكبيرة التي تواجهها كل من الصحف المطبوعة والراديو والتلفزيون أمام الإنترنت, ويمكن تفسير هذا في ضوء ما يلي: أولا الاستخدام الكبير للإنترنت والاعتماد عليه مقارنة بالوسائل التقليدية, ثانيا: ثقة الأفراد في دقة المعلومات التي يتلقونها من علي الإنترنت, ثالثا: أن المعلومات التي يحصل عليها الأفراد من الإنترنت تعد كافية وتغطي ما يحتاجه الأفراد في جوانب الموضوع الذي يبحثون عنه, رابعا: تأثير استخدام الإنترنت علي عادات التعرض لوسائل الاتصال التقليدية فالفرد يقرأ الصحف في أي وقت وأي مكان علي الإنترنت ويتابع البرنامج الذي يستمع له علي الراديو ويتابع البرنامج الذي يتابعه في التلفزيون في أي وقت أو مكان, خامسا: أن هناك اتجاها إيجابيا من الأفراد نحو الإنترنت كالاتجاه نحو فوريته وتحديثه المستمر والثقة فيه وسهولة استدعاء المعلومة في أي وقت وفي أي مكان.

ولقد بينت دراسات عديدة مثل دراسة عزت في 2013 أن استخدام الإنترنت يأتي في المرتبة الأولى من حيث استخدام الشباب له واعتماده عليه كوسيلة لإمداده بالمعلومات في مختلف المجالات حيث أنه الأسرع في الحصول علي المعلومات ولا يحتاج جهدا كبيرا.

ويبين التميمي في عام 2009 أن ظهور الإنترنت كأقوي وسيلة اتصال نظرا لإمكانياته الهائلة وخصائصه المتعددة التي تمكن الجمهور من قراءة الصحف المطبوعة عليها والاستماع لبرامج الراديو ومواده المختلفة ومشاهدة برامج التلفزيون ومواده المختلفة جعل الوسائل التقليدية تحاول التقرب منه فاتجهت إليه وأنشأت

المواقع المختلفة لها علي الإنترنت للتعايش معه حيث يمكن لها أن تجد مكانا في بيئة وسائل الاتصال الجديدة التي يسيطر عليها الإنترنت مما يزيد من فرص انتشارها لأن الجمهور يمكن من خلال الحاسبات الشخصية أو المحمولة أو عبر الهاتف المحمول الذكي أن يصل إليها.

وهناك أيضا دراسة حسن في 20014 والتي تؤكد هذا المعني حيث بين في دراسته عن تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي علي استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية, وكان قد أجري دراسته علي عينة عمدية قوامها 452 مفردة, وبين أن هناك علاقة عكسية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية, وبينت نتائج دراسته أيضا أن الدوافع النفسية تأتي في مقدمة دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتليها الدوافع الطقوسية.

وكما تذكر عبدالفتاح في دراستها 2010 فإننا يمكن أن نضرب مثلا علي الانتشار السريع للإنترنت في مصر ما توضحه الإحصائيات حيث تضاعف عدد مستخدمي الإنترنت في مصر 38 مرة في عشر سنوات في الفترة من 2000 حتي 2010 فلقد كان عدد مستخدمي الإنترنت في مصر عام 2000 450 ألف ووصل العدد في 2010 إلي 17 مليون و600 ألف مستخدم, وفي هذا السياق ذاته بينت دراسة رجب في عام 2009 أن الشباب يري أن المواقع الإخبارية علي الإنترنت تعد مصدرا مكتملا لا منافسا للصحف, في حين تري نسبة أقل أن هذه المواقع بديل عن الصحف.

ولقد زاد عدد مستخدمي الإنترنت في مصر بشكل مطرد, ففي عام 2011 وصل عددهم إلي ما يقرب من 21 مليونا ونصف, وفي 2012 صار العدد 22 مليونا ونصف, ثم زاد في 2013 وصل إلي ما يزيد عن 25 مليونا ونصف ثم قفز العدد إلي 28 مليون مستخدم في 2014 إلي أن وصل عدد مستخدمي الإنترنت في مصر إلي ما يزيد عن 30 مليون مستخدم ونصف في عام 2016 , ويستمر هذا العدد في الزيادة كما توضح الإحصائيات!¹

¹يمكن الرجوع إلي هذا الموقع والذي تم الدخول إليه في 2015/12/14.

<http://www.internetlivestats.com/internet-users/egypt>

ولقد تم التأكد من هذه الإحصائية من خلال زيارة الموقع التالي في نفس اليوم والذي يبين أن مصر في المرتبة الثانية والعشرين من بين دول العالم في استخدام الإنترنت بواقع يزيد عن ثلاثين مليون مستخدم وبالتحديد 30825256 مستخدما ونسبة 33% من إجمال عدد السكان البالغ عددهم 93 مليون نسمة ونصف تقريبا.

<http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country>

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

هناك العديد من الدراسات العربية التي أجريت حول تأثير استخدام الإنترنت علي وسائل الاتصال التقليدية والذي بدأ يتقلص مؤخراً بسبب زيادة استخدام الإنترنت، ويكاد أن يكون هناك إجماع بين الباحثين علي هذه الحقيقة كما سيتبين من خلال عرض هذه الدراسات.

فلقد درست عيبر حمدي في عام 2001 دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات وذلك من خلال اختبار مستوى معرفة الجمهور بحدث كسوف الشمس وأجريت الدراسة علي عينة قوامها 346 مفردة من مستخدمي الراديو والتلفزيون والإنترنت في القاهرة الكبرى وتعطي النتائج العامة مؤشراً بأهمية الإنترنت وتزايد الثقة فيه والاتجاه الإيجابي نحو الإنترنت مما يدعو إلي ضرورة تطوير الخدمات الإذاعية والتلفزيونية.

ودرست ثروت في 2003 العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوي معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية علي العراق وهدفت الدراسة إلي التعرف علي الدور الذي تقوم به وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في تضيق أو توسيع فجوة المعرفة لدي الشباب الجامعي عن أحداث هذه الحرب واستخدمت الدراسة منهج المسح وطبقت علي 225 طالباً من جامعة المنيا وتبين أن وسائل الاتصال الحديثة لديها قدرة تفوق قدرة الوسائل التقليدية في نقل المعرفة ونشرها.

ودرست عثمان في 2006 علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب واستقصت آراء 400 مفردة من الشباب في مدينة القاهرة الكبرى إضافة لدراسة تحليلية لمواد الرأي في بعض الصحف وأشكال التغطية في بعض المواقع علي الإنترنت وكشفت نتائج الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة تأييد الشباب لاستخدام الإنترنت باعتباره وسيلة سريعة للحصول علي المعلومات في كافة المجالات مقارنة بباقي وسائل الاتصال التقليدية وتري نسبة 56,6% من الشباب أن تصفح الإنترنت يغنيهم عن قراءة الصحف الورقية وتري نسبة 78% أن الصحيفة الورقية لا تقدم كل ما يريده القارئ الآن كما تري نسبة 82,8% أن التفاعلية في الإنترنت تميزه عن الصحافة المطبوعة.

ودرس حبيب 2007 علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوي المعرفة السياسية للشباب المصري وأجري دراسته علي 451 مفردة من الشباب الجامعي المصري في جامعات القاهرة والمنصورة والمنيا، كما أجري دراسة تحليلية

علي مختلف أنماط الصحف في مصر وتوصل إلي أن الأعلى في المستوي الاقتصادي يستخدم الإنترنت أكثر, وتبين أن النوع لا يؤثر في حجم استخدام الإنترنت, كما تبين أن تصفح الشباب للمواقع الإخبارية علي الإنترنت جاء في المرتبة الأولى من حيث استخدام الشباب للإنترنت. وبينت دراسته أيضا أن التلفزيون والإنترنت يأتيان في مقدمة وسائل الاتصال التي يستخدمها المبحوثون للحصول علي المعلومات السياسية بنسبة 54% لكل منهما.

ودرس بداري 2007 أيضا تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة علي علاقته بوسائل الاتصال المطبوعة, وأجريت الدراسة علي عينة من الجمهور المصري قوامها 500 مفردة وتحققت صحة الفرض القائل بأنه كلما زاد معدل التعرض بالساعات لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة انخفض معدل التعرض بالساعات لوسائل الاتصال المطبوعة ومنها الصحافة الورقية.

ودرس سامي 2011 العلاقة بين التعرض للمدونات وإدراك الشباب المصري لقضايا حقوق الإنسان وطبقت دراستها علي 400 مفردة من الشباب المصري جامعات حلوان والقاهرة و6 أكتوبر وتبين أن 50,5% يستخدمون الإنترنت يوميا وتري نسبة 41,7% من العينة أن استخدامهم للإنترنت قلل من استخدامهم لوسائل الاتصال الأخرى وأوضحت نسبة 18,5% من العينة تري أن الإنترنت أصبح بديلا لهم عن وسائل الاتصال الأخرى وأرجعوا السبب في هذا إلي أن الإنترنت زاد من التفاعل بين القائم بالاتصال والجمهور.

ودرس مصلح 2011 أيضا دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية وأجرت دراسة باستخدام منهج المسح علي عينة قوامها 402 مفردة من الشباب في سن 19- 35 سنة في مدينة القاهرة الكبرى وتوصلت إلي أن الإنترنت يتصدر استخدام الشباب لوسائل الاتصال تليه مشاهدة القنوات الفضائية المصرية ثم العربية وأن نسبة من يقوم بقراءة الصحف 81,7% بينما بلغت نسبة من يستمعون للراديو 70,6% كما توصلت الدراسة إلي أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوي الاقتصادي للمبحوث ومعدل تعرضه لوسائل الإعلام سواء كانت تقليدية أم حديثة, بينما وجدت علاقة دالة إحصائية بين مستوي تعليم المبحوثين ومعدل التعرض لوسائل الإعلام الحديثة لصالح فئة ذوي التعليم الجامعي.

و درس عبده 2013 علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل علي الإنترنت وأجري الدراسة علي عينة قوامها 200 مفردة من الشباب الجامعي في جامعة القاهرة والذي يتعرض لمواقع الإعلام البديل علي الإنترنت وتم تحديدها في الفيسبوك والتويترو وبينت النتائج تراجع نسبة من يتعرضون لوسائل الاتصال التقليدية أمام الفيسبوك والتويترو حيث بلغت نسبة من يتعرضون للتلفزيون 68,8% ومن يتعرض للصحف الورقية 43,6% ومن يتعرضون للراديو 40% مقابل 93,9% يتعرضون للفيسبوك و 66,4% يتعرضون لتويتر, وبينت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباط عكسية دالة إحصائيا بين مستوي التعرض لمواقع الإعلام البديل ومعدل التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.

و درست قليني 2014 العلاقات الأسرية وانعكاساتها علي استخدام المراهقين لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة وأجرت دراستها علي عينة عشوائية طبقية قوامها 250 مبحثا من المراهقين بالقاهرة تقع أعمارهم بين 12 إلي 18 سنة, وبينت نتائج دراستها أن الإنترنت يأتي في المرتبة الأولى من حيث استخدام المراهقين له بعد التليفون المحمول, وتبين أيضا أن المراهقين بينوا أن الإنترنت يأتي في المرتبة الأولى أيضا من حيث أنه أكثر الوسائل التي تأخذ من وقت المراهقين.

وبينت دراسة عبدالدايم في 2016 في دراستها عن استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها أن 79,8% من الشباب المصري عينة دراستها من سن 18 إلي 35 سنة والبالغ قوامها 400 مفردة يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة يوميا مقابل 41,5% فقط يشاهدون التلفزيون يوميا, كما بينت نتائج دراستها أن معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي كانت أعلى من معدلات تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية, وجاءت الدوافع النفعية في مقدمة دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي تلتها الدوافع الترفيهية أو الطقوسية.

وتوصلت الجمل في دراستها 2016 عن مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي المراهقين وكيفية مواجهتها إلي أن 99,3% من عينة دراستها من التلاميذ والبالغ قوامها 400 مفردة يستخدمون الإنترنت في المنزل يأتي الفيسبوك في المرتبة الأولى.

ولم ينحرف عن هذا الإجماع بأن الإنترنت يأتي في مقدمة وسائل الاتصال الذي يتعرض له الجمهور سوي دراسة حسن 2016 عن العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية علي الإنترنت ومستوي المعرفة

السياسية بالقضايا القومية, حيث أجرت دراستها علي 400 امرأة مصرية من سن 18 إلي 60 سنة, وتوصلت إلي أن نسبة 51% من مفردات العينة تتابع القنوات الفضائية يوميا مقابل 46,5% فقط تتابع المواقع الإخبارية, وقد يرجع هذا إلي أن الباحثة أجرت الدراسة علي المرأة المصرية والتي قد تمكث في البيت فترات أطول, إضافة إلي ان جهاز التلفزيون يدار لساعات أطول في المنزل.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

تبين الدراسات الأجنبية أيضا أن استخدام وسائل الاتصال التقليدية يتراجع أمام استخدام الإنترنت, كما بينت الدراسات العربية, وإن كانت الدراسات الأجنبية تتناول الأمر من خلال نظريتي الاستبدال والتعايش وتحاول البحث في المتغيرات الديموجرافية للجمهور وتحاول شرح أسباب هذا التراجع.

فلقد أشارت دراسة باردون و سكوت **Pardun & Scott** في 2004 إلى أن ثلثي أفراد العينة البالغ عددها 3261 مفردة فقط تشترك أسرهم في الصحف المطبوعة, كما تبين أن قراء الصحف المطبوعة ليست من أولويات المراهقين الذين أجريت عليهم الدراسة بل إن قراءة الصحف لديهم تعد الأقل من حيث وسائل الإعلام التي يتعرضون لها, كما اتضح أن المراهقين الذين يتجنبون استخدام الصحافة المطبوعة في سنواتهم المبكرة سيستمرون في هذا النهج فيما بعد في سنواتهم التالية.

وفي دراسة **كاي 2004 Cai** والتي أجريت علي عينة قوامها 161 مفردة من الشباب الجامعي وطلب منهم أن يكفوا عن استخدام الكمبيوتر وعن مشاهدة التلفزيون إلا لأغراض الدراسة وتبين أن الكف عن استخدام الكمبيوتر لم يزيد الوقت المخصص لوسائل الاتصال الاخرى ولكن العكس تبين أن الاقلاع عن مشاهدة التلفزيون زادت الوقت الذي يقضيه الطلاب مع وسائل الاتصال التقليدية الأخرى.

أما دراسة **دووال ورفاقه Dewaal et al.** والتي أجريت في 2005 على 986 مفردة ممثلة للمجتمع الهولندي ممن يقومون بقراءة الصحف على الإنترنت فأشارت نتائجها إلى أن قراء الصحف على الإنترنت لا يبدو أنها تقلل استخدام وسائل الإعلام الأخرى على الرغم من انه قد تبين أن زيارة مواقع الصحف على الإنترنت يرتبط عكسيا باستخدام الصحف المطبوعة وتبين أن 41% من العينة يزورون مواقع الصحف على الإنترنت وتتراوح أعمارهم بين 18 و 37 سنة ووجد أن 88% يقرأون الصحف المطبوعة.

أما دراسة **Kim** في 2006 والتي حاولت الكشف عن تأثير الاستبدال لاستخدام المواقع الإخبارية علي الإنترنت علي استخدام وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية وبناء علي استبيان تم إكماله مع 266 طالبا جامعييا علي الإنترنت بينت النتائج أن المواقع الإخبارية إما أن تكون بديلا أو مكملا لوسائل الإعلام التقليدية, فبالفعل لقد قلل استخدام هذه المواقع الإخبارية علي الإنترنت من الوقت الذي يقضيه المبحوثون مع وسائل الإعلام التقليدية ولكن التأثير كان قليلا علي الوقت المنقضي مع مشاهدة الشبكات الإخبارية التلفزيونية, ولذا انتهت الدراسة إلي القول بأن ظاهرة الوسيلة البديلة هنا ويقصد بها استخدام مواقع الإنترنت الإخبارية كبديل للوسائل التقليدية عملية معقدة جدا, ولذا يجب الأخذ في الاعتبار متغيرات أخرى كمدي الاعتماد عليها ودوافع الاعتماد عليها ومدى المصدقية التي تحظى بها كمتغيرات تفسر أكثر سبب قلة الوقت المنقضي مع الوسائل التقليدية الأخرى.

وفي دراسة لي وكو **Lee, W., & Kuo 2006** والتي أجريت علي عينة قوامها 1251 طالبا في السنة الاولي الثانوية لمعرفة العلاقة بين استخدام الانترنت و6 أنشطة مهمة في نمو وتطور مشاهدة التلفزيون وقراءة الجرائد والاستماع للراديو وممارسة الرياضة والتفاعل مع الاسرة والتنشئة مع الاصدقاء وشملت الدراسة ايضا ادراك اهمية الانترنت والتلفزيون الجرائد والراديو كمصادر للمعلومات, وبينت النتائج أن هناك زيادة في استخدام الانترنت وقلة في مشاهدة التلفزيون ولكن هناك تحفز لقراءة الجرائد والاستماع للراديو والتنشئة مع الاصدقاء ومع ذلك لم يوجد تأثير دال علي الانشطة البدنية والتفاعل مع الاسرة , ووجد أن التغيير في ادراك اهمية الانترنت كمصدر للمعلومات مرتبط بادراك اهمية التلفزيون وقراءة الجرائد والاستماع للراديو.

وفي دراسة **Nguyen and Western 2006** والتي أجريت علي 4270 شخص في استراليا تبين أن استخدام المعلومات والايخبار علي الانترنت في مختلف المستويات الخاصة بالاستخدام يرتبط باستخدام مصادر المعلومات والايخبار التقليدية, وخصوصا تلك التي تعطي معلومات مكثفة , فالذين يعتمدون علي الانترنت أكثر من أجل الحصول علي للمعلومات والايخبار لا يزالون يستخدمون مصادر الاخبار التقليدية بشكل كبير , وهذا يوضح أنه وحتى لو أن تأثيرات الاستبدال تحدث فإنها لن تكون استبدالاً تاماً للوسائل القديمة ولكن سيكون استخدام الإنترنت مكملاً لاستخدام وسائل الاتصال التقليدية.

وفي 2007 بينت دراسة أندرسون **Anderson** في دراستها عن استخدام طلاب الإعلام في جامعة ميزوري كولومبيا **Missouri-Columbia** لوسائل الإعلام إلي أن الوقت الذي يقضيه الطلاب في استخدام الإنترنت لا يؤثر علي استخدام الطلاب لوسائل الاتصال التقليدية مثل الجرائد المطبوعة والراديو والتلفزيون علي, أجرت الباحثة الدراسة علي عينة قوامها 409 طالبا, وبينت النتائج أيضا أن عدد سنوات استخدام الطلبة للإنترنت يزيد من استخدام الطلبة للإنترنت, كما بينت أن استخدام الطلاب للإنترنت يعتبر أسهل بكثير في وجهة نظرهم من استخدام الصحف المطبوعة.

وفي دراسة كيم وكيم **Kim and Kim 2007** عن استخدام المراهقين الكوريين لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة والتي أجريت علي عينة قوامها 317 مراهقا في سن 16 سنة تبين أن الإنترنت أصبح الوسيلة السائدة والأكثر استخداما من المراهقين, كما تبين تراجع استخدام الجرائد بشكل واضح بعد أن حل محلها استخدام الإنترنت.

وفي دراسة لي ولونج **Lee & Leung 2008** تبين أن استخدام الانترنت بالفعل يؤثر علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية كالتلفزيون والراديو والجرائد, ولقد أجريت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها 696 مفردة منهم 383 مستخدما للإنترنت في هونج كونج وتبين أنه كلما قضي مستخدمو الانترنت وقتا أطول مع الإنترنت قل وقتهم الذي يقضونه مع وسائل الاتصال التقليدية حيث وُجد أن 35% من مستخدمي الانترنت صاروا يقضون وقتا اقل مع الجرائد المطبوعة و 40 % قل وقتهم مع الراديو كما تبين وجود علاقات ارتباط عكسية دالة احصائيا بين الوقت المنقضي مع الانترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية

وفي تعارض مع نتائج الدراسات السابقة وجد في دراسة أوهانسين **Ohannessian 2009** والتي أجريت علي عينة قوامها 328 مراهقا من طلبة المدارس في الولايات المتحدة من سن 14 إلي 16 سنة تبين أنه علي الرغم من كل وسائل الإعلام الحديثة المحيطة بالمراهقين إلا أن مشاهدة التلفزيون تظل الاستخدام الأول للمراهقين, وقد يرجع هذا إلي أن الدراسة كانت تبحث في التكيف النفسي للمراهقين, كما أن الإنترنت لم يكن قد انتشر استخدامه بهذه الطريقة الآن, كما لم تكن أجهزة الهواتف الذكية قد تطورت بهذه الدرجة التي تبقى المراهقين منتبهين لها بشكل كبير يربطهم باستخدام الإنترنت.

وفي دراسة ها وفانج في **Ha & Fang 2012** تبين أن استخدام الإنترنت للحصول علي الأخبار يؤثر بالفعل علي الوقت المنقضي مع استخدام وسائل الاتصال التقليدية والذي بدأ يقل بعد استخدام الإنترنت, ولقد أجريت الدراسة علي عينة قوامها 688 من الطلاب الجامعيين في جامعة أوهايو, وتبين أن الطلاب يقضون وقتاً أقل مع وسائل الاتصال التقليدية بمرور الوقت الذي تتزايد فيه خبراتهم مع وسائل الإعلام الحديثة لأنهم يدركون أنها تتفوق علي الوسائل التقليدية.

وفي دراسة شايي ولي **Chyi & Lee 2012** تبين تعارض كبير مع نتائج الدراسات السابقة حيث وُجد أن عينة الدراسة تفضل قراءة الجرائد المطبوعة علي زيارة مواقعها علي الإنترنت وقد أجريت علي عينة قوامها 767 مبحوثاً من سن 18 فأكثر حيث أتموا استبياناً علي الإنترنت ووجد أن 70% من عينة الدراسة تفضل الجرائد المطبوعة في حين أن 30% فقط يفضلون الأخبار علي الإنترنت ووجد أن نية الدفع قليلة حيث 60% قالوا انهم ليس من المحتمل ان يدفعوا مقابل الحصول علي أخبار علي الإنترنت في حين أن 6% ذكروا أنهم من المحتمل أن يدفعوا, وميزت نتائج هذه الدراسة بين التفضيل والاستخدام, كما وجد أن الاستخدام لا يترجم أوتوماتيكياً إلي نية الدفع وهذا يفسر قلة الاشتراك في الجرائد المطبوعة.

وفي دراسة **Kitamura 2013** والتي حاولت أن تكشف عما إذا كان انتشار الإنترنت أثر علي اليابانيين في اكتساب المعلومات من خلاله أم من خلال الوسائل التقليدية باستخدام عينة بلغ قوامها 1179 مفردة وبينت النتائج أن استخدام الإنترنت من خلال الهاتف له تأثير تكميلي في اكتساب المعلومات, بينما استخدام الإنترنت من خلال أجهزة الحاسب الشخصي ليس له مثل هذا التأثير, وبينت النتائج أيضاً أن استخدام الإنترنت من خلال الحاسب الشخصي له تأثير علي اكتساب المعلومات من خلال الراديو ويقل استخدامه بالفعل.

وفي دراسة **Milani 2014** والتي أجريت لمعرفة ما إذا كان الوقت الذي يقضيه طلاب الجامعة السعوديون مع الإنترنت يقلل الوقت الذي يقضونه مع وسائل الاتصال التقليدية الأخرى وخصوصاً التلفزيون, حيث أجريت الدراسة علي عينة من 200 طالب جامعي باستخدام يوميات بقومون بملئها تبين أنه بشكل عام تفوق الإنترنت وتحول الطلاب من استخدام الوسائل التقليدية إلي استخدام الإنترنت من أجل إشباع أغراض اجتماعية وأخرى خاصة بالتسلية علي حساب الوقت الذي يقضونه مع التلفزيون, كما تبين أن جنس الطالب يعد عاملاً مهماً يمكن من التنبؤ بعادات مشاهدة التلفزيون.

وفي دراسة دونو ورفاقه في **Dunu 2015** والتي أجريت علي عينة من 478 من الصفوة من كبار الموظفين الحكوميين بخمس ولايات في العاصمة الكينية تبين أن الباحثين لا يزالون يستخدمون وسائل الاتصال التقليدية لإشباع حاجاتهم المختلفة بشكل أكبر من استخدامهم للوسائل الحديثة, وهذه النتائج تعارض النتائج في مختلف أنحاء العالم والتي تؤكد إحلال الوسائل الحديثة محل الوسائل التقليدية, وأرجع الباحثون هذا إلي أن وسائل الاتصال الحديثة لا تزال ظاهرة جديدة ناشئة هناك واقترحوا أن هذه الوسائل الحديثة تعد ذات تأثير مكمل لا منافس للوسائل التقليدية, كما أن وسائل الاتصال الحديثة تعد امتدادا للوسائل التقليدية.

وفي دراسة أوجيديو وأوتلو **Ogidi&Utulu 2016** والتي استخدمت تقنية كرة الثلج كعينة غير احتمالية علي عينة من مستخدمي الوسائل التقليدية والحديثة بلغ قوامها عشر مفردات من ولايات مختلفة في نيجيريا, وتبين أن وسائل الاتصال الحديثة حظيت بقبول واستخدام أكثر من أفراد العينة, ولكنها لا تزال امتدادا للوسائل التقليدية ولا تعد بديلة لها وخصوصا في الدول النامية التي تتسم بدخل منخفض ووصول أقل للإنترنت وخصوصا في المناطق الريفية.

الإطار النظري للدراسة

تمثل نظريتي الاستبدال Displacement Theory ونظرية التعايش Niche Theory الإطار النظري لهذه الدراسة, وتعود جذور هذه النظرية إلي الأربعينيات من القرن الماضي كما يذكر لي ولونج Lee and Leung في عام 2008 حيث كانت المحاولات الإمبريقية الأولى لاستكشاف التأثير المحتمل لوسائل الإعلام الجديدة علي وسائل الإعلام القديمة, ولقد كان هناك مدخلان أساسيين لهذه القضية: المدخل الأول كان يركز علي وسيلة الاتصال الجديدة وسماتها وكان هذا المدخل يؤيد فكري الاستبدال Displacement والتي تعني أن يقلل الوقت المنقضي مع الوسيلة القديمة بسبب الوسيلة الجديدة دون تركها بالكلية, والإحلال Replacement والتي تعني الاستبدال التام حيث يتم ترك وسيلة الإعلام القديمة تماما, أما المدخل الثاني فكان يركز علي احتياجات الجمهور والتي غالبا ما تؤدي إلي فكرة أن تكون الوسيلة الجديدة مكملة Complementary لوسائل الاتصال القديمة التقليدية الموجودة بالفعل قبل دخول الوسيلة الجديدة, وهذا يتوافق تماما مع ما يذكره كاي Cai في دراسته عام 2004 من أن دخول الإنترنت بالفعل قد يقلل الوقت المنقضي مع وسائل الاتصال الأخرى, ولكن التراث البحثي ملتبس وغير حاسم ففي حين تؤكد بعض الدراسات هذه

النتيجة، هناك دراسات أخرى تبين زيادة في استخدام الإنترنت ومع ذلك زيادة مماثلة في استخدام وسائل الاتصال التقليدية، وبرز اتجاه يوضح أن العلاقة بين الإنترنت ووسائل الاتصال التقليدية مكملة لا تنافسية.

وتبين الدراسات كما يذكر دراسة دووال ورفاقه Dewaal et al. في عام 2005 أن الدراسات المختلفة في محاولات منها لشرح تغير أنماط استخدام الناس لوسائل الاتصال الجديدة تسأل الجماهير عن الوقت المتاح لهم عند استخدام هذه الوسائل الحديثة مقابل الوقت المتاح للوسائل التقليدية ولماذا يغيرون تخصيص وقتهم للوسائل الحديثة أكثر، ولكن الوقت المتاح للوسائل الحديثة ليس هو العامل الوحيد المرتبط بهذا الصدد، وذلك لأن الوسائل الجديدة تمد الجماهير بإشباعات يمكن مقارنتها بإشباعات الوسائل القديمة، ولذلك اقترحت بعض الدراسات ما يسمى بفرض التكافؤ الوظيفي Functional Equivalence والذي يعني أن الوسائل الحديثة ستستبدل الأنشطة التي تقوم بها الوسائل القديمة، فمثلا التداخل في وظيفة التسلية أو الهروب ربما يفسر قلة مشاهدة الأفلام في دور السينما مقابل مشاهدتها في التلفزيون أو علي مواقع الإنترنت المختلفة، ولذلك فإن وسائل الاتصال الجديدة ستبقي وتنمو وتزدهر لأنها تحل محل الوسائل القديمة، ولكن لا يزال هناك جدال بشأن ما إذا كانت الوسائل الجديدة تنافس أم تكمل ما تقدمه الوسائل الجديدة.

وتوضح ميلاني Miliany في 2014 أن دخول الإنترنت في عالم وسائل الاتصال غير عادات الناس وطريقة حصولهم علي المعلومات وطرقهم في التسلية، بل والطريقة التي يتواصلون بها مع بعضهم البعض يوميا، وتبين أن الهدف الرئيسي للتراث البحثي السابق في مجال الاستبدال يتمثل في ملاحظة وشرح التغيرات في وقت الجمهور عند دخول وسيلة جديدة، وذلك لأن الاستبدال ربما يعكس أبعادا مختلفة تشمل ليس فقط وقت استخدام وسائل الإعلام، وإنما أيضا دوافع الاستخدام وسياقه ودوافعه والإشباعات التي يحققها هذا الاستخدام، ولقد تبين من الدراسات السابقة أن بعضها يؤيد نظرية الاستبدال في حين أن بعضها الآخر يعارض النظرية، ولكن الإنترنت بالفعل قد أخذ وقتا أطول من الجماهير في استخدامه مما قلل الوقت المنقضي مع وسائل الاتصال التقليدية كمشاهدة التلفزيون مثلا، ولكن هناك بعض النتائج في دراسات مختلفة تؤيد فكرة أن هناك زيادة في استخدام الإنترنت فعلا، ولكن تصاحبها زيادة أيضا في استخدام بعض الوسائل التقليدية كقراءة الجرائد أو الاستماع إلي الراديو للحصول علي المزيد من المعلومات، وقد يكون هذا بسبب الوظائف التي

تؤديها الوسائل التقليدية أو ما أطلقت علي ميلاني الاستبدال الوظيفي Functional Displacement .

ويعني الاستبدال الوظيفي طبق لما يذكر كروت ورفاقه Kraut et al. في عام 2006 أن وسائل الاتصال تستخدم التكنولوجيا الحديثة لتستبدل الوسائل القديمة عندما تقدم فرصة أكبر لإشباع وظائف أكثر بتكلفة أقل، وهذا ما تفعله الإنترنت بالفعل الآن، ولقد حدث هذا بالفعل في الماضي عندما حل التلفزيون محل الراديو كمصدر للتسلية والحصول علي المعلومات، في حين تذكر ميلاني Miliany في 2014 أن التراث البحثي فيما يختص بالعلاقة بين التلفزيون والإنترنت متسق من حيث إدراك الجمهور لهما كوسيلتين يمكن استخدامهما من أجل الحصول علي المعلومات والتسلية، بل إن هناك بعض الدراسات توضح أن الإنترنت يستخدم لإشباع نفس الحاجات التي كان يؤديها التلفزيون من قبل كقضاء الوقت، وبهذا يمكن استنتاج علاقة سلبية بين استخدام الإنترنت كوسيلة للحصول علي الأخبار واستخدام التلفزيون وبالتالي سيقل وقت الأفراد الذي يقضونه مع التلفزيون لصالح الإنترنت، مما يؤيد نظرية الاستبدال.

وفي تناقض مع هذا الاتفاق بين الباحثين يبين شايي ولي Chyi & Lee 2012 أن العديد من الدراسات تبين أن الجماهير تفضل قراءة الجرائد المطبوعة علي زيارة مواقعها علي الإنترنت، وكشف عن عدد من العلاقات بين هذه العوامل فمثلا علي الرغم من تناقص قراءة الجرائد المطبوعة والزيادة في استخدام الأخبار علي الانترنت إلا أن تفضيل الجرائد في شكلها المطبوع لا يزال قويا، وقد يرجع هذا إلي سمات الجمهور أو إلي طبيعة الإشباع التي تقدمها الجرائد ولا تستطيع الإنترنت توفيرها.

ويري ديميك ورفاقه Dimmick et al. في عام 2000، علي العكس من الاتجاه الشائع بأن هناك نظريتين مختلفتين يطلق علي الأولى الاستبدال والثانية التعايش، أن الاستبدال يعد عنصرا واحدا في إطار نظرية أشمل أسموها نظرية التعايش Niche Theory ويوضحون أن نظرية التعايش تستخدم لمعرفة التنافس بين أشكال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وترجع أهمية هذه النظرية إلي قدرتها علي شرح نتائج نشأة وتطور وسيلة إعلام جديدة تنافس الوسائل الموجودة مما يؤدي إلي استبدال الوسائل القديمة أو إلي أن تحل الوسيلة الجديدة محل الوسيلة القديمة تماما، وليس هذا مهما فقط للأفراد فقط، وإنما لمجال صناعة وسائل الإعلام بشكل عام وخصوصا في المجال الاقتصادي وتحول المعلنين عن الوسائل القديمة إلي وسيلة الإعلام الجديدة

التي تنمو وتزدهر, ولذا يمكن تعريف نظرية التعايش علي مستوى التجريد علي أنها مكانة وسيلة الإعلام الجديدة وسط عالم وسائل الإعلام المختلفة القائمة وقدرتها علي إشباع احتياجات الجماهير وجذب تمويل المعلنين, ولذا ركز ديميك ورفاقه علي ثلاثة أبعاد يرون أنها مهمة جدا لنجاح وأهمية وسيلة الإعلام الجديدة التي تدخل بيئة وسائل الإعلام من أجل شرح أكثر تفصيلا لنظرية التعايش: الأول - Gratification Opportunities يختص بفرص إشباعها للاحتياجات الموجودة لدي الجماهير, ويختص الثاني بالتداخل Overlap بين وسيلة الإعلام الجديدة والوسائل القديمة الموجودة, ويختص الثالث بتفوق هذه الوسيلة الجديدة Superiority وقدرتها علي المنافسة.

ويري هانيف Haniff في دراسته في عام 2012 أن نظرية التعايش تتنبأ بإمكانية التعايش بين وسيلتي اتصال مختلفتين وتنافسهما في بيئة إعلامية واحدة, والنظرية تشبه إلي حد كبير ما طبقه علماء الاجتماع في دراساتهم البيئية حيث طبقوا مفهوم البيئة البشرية Human ecology كما طبق في مجالي علم النفس والاقتصاد, ويعد أحد الانتقادات الموجهة لنظرية التعايش أن النظرية محدودة في قدرتها علي وصف العلاقة بين وسيلة الاتصال الجديدة والوسائل الأخرى القديمة الموجودة في المجتمع, كما أنه علي الرغم من أهمية النظرية إلا أنها ليست لديها القدرة علي أن تمد بشرح وتفسير لما يحدث بين وسائل الاتصال الجديدة والوسائل الأخرى إلا في نطاق ضيق بين الماضي والحاضر, ولكنها لا تمدنا بشرح تنبؤات علي المدى البعيد للصراع بين وسيلة الاتصال الجديدة والوسائل القديمة, ومع ذلك فإننا نري أن النظرية مهمة لأن هناك أنماطا تناوبية Recurring تم ملاحظتها علي مدي فترات تاريخية مختلفة في عمر وسائل الاتصال, كما حدث في عصر السينما والراديو والتلفزيون ومن قبلهم الجرائد المطبوعة, ولقد ساهم الإنترنت بنموه وانتشاره في إمكانية تطبيق نظرية التعايش.

ونري أن النظرية مفيدة جدا وهامة وتصلح للتطبيق في دراستنا هذه لمعرفة كيف يمكن أن تؤثر الإنترنت علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية بين المصريين, ونري أن النظرية يمكن أن تفسر الكثير من التغير الذي طرأ علي بيئة وسائل الإعلام الجديدة بعد دخول الإنترنت.

مشكلة الدراسة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والرجوع إلي الإطار النظري الخاص بالدراسة والمتمثل في نظريتي الاستبدال ونظرية التعايش بين وسائل لاتصال التقليدية والإنترنت تم تحديد مشكلة هذه الدراسة في محاولة التعرف علي أنماط استخدام الجمهور المصري لكل من وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت, وأثر استخدام الإنترنت علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية, حيث تواجه وسائل الاتصال التقليدية مشكلة حقيقية تتمثل في أن الإنترنت تمثل تهديدا حقيقيا لها, ففي ظل انتشار لإنترنت وسهولة الوصول إليه صار الوسيلة التي تتربع علي عرش وسائل الاتصال في العالم لما لها من مميزات التفاعلية والجذب لجمهور كبير, مما جعل وسائل الاتصال التقليدية في مأزق حقيقي وواقع جديد يجب أن تتعايش معه حتي لا ينصرف عنها الجماهير.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلي التعرف علي :

- 1- أنماط استخدام الجمهور المصري لكل من وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت بمعنى كيف يتم الدخول لهذ الوسائل وما معدل استخدامها يوميا ومع من يتم التعرض لها وفي أي الأماكن يتم استخدامها؟
- 2-مدي تأثير وسائل الاتصال التقليدية بعد استخدام المبحوثين للإنترنت, وكيف يتم استخدام وسائل الاتصال التقليدية من خلال الإنترنت.
- 3-أي الاستخدامات تعد الأكثر علي الإنترنت للمبحوثين وأي وسائل الاتصال تعد الأكثر تفضيلا بالنسبة للمبحوثين وهل يستخدم المبحوثون الإنترنت للوصول إلي وسائل الاتصال التقليدية ؟
- 4-ما مدي أهمية الإنترنت بالنسبة للمبحوثين؟

فروض الدراسة

تسعي الدراسة للتحقق من صحة الفروض التالية :

- 1-لا يختلف استخدام المبحوثين للإنترنت باختلاف متغيراتهم الديموجرافية
- 2-لا يختلف استخدام المبحوثين لوسائل الاتصال التقليدية باختلاف متغيراتهم الديموجرافية

- 3- لا يؤثر استخدام الإنترنت علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية
- 4- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طول فترة اسخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية
- 5- كلما زادت الفترة الزمنية التي قضاها المبحوث في استخدام الإنترنت زاد الوقت الذي يقضيه في استخدام الإنترنت.
- 6- لا تختلف أهمية الإنترنت لدي المبحوثين باختلاف متغيراتهم الديموجرافية.

منهج الدراسة وعينتها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تحاول توصيف حالة وسائل الاتصال التقليدية بعد انتشار الإنترنت وسيطرته علي بيئة وسائل الاتصال الجديدة التي شهدت تغيرا واضحا وجعلت الإنترنت يعد الوسيلة الأكثر والأهم لدي قطاعات كبيرة من الجماهير وخصوصا في المجتمع المصري والذي تبين الإحصائيات أنه الجمهور الأكبر في استخدام الإنترنت في العالم العربي حيث يأتي في المرتبة الأولى في استخدام الإنترنت علي مستوي العالم العربي بالنسبة لعدد المستخدمين, وكما يذكر بابي Babbie في عام 2015 فإن هذه البحوث تهدف في الأساس إلي وصف الموقف الراهن ويحاول الباحثون من خلالها وصف ما يلاحظونه من خلال الحرص علي الدقة في التعامل مع الظاهرة, ولذلك تعد دراساتهم كمية, لا بهدف مجرد الوصف فحسب, ولكن من خلال محاولة تفسيرها ومعرفة أسباب حدوثها, ومعرفة لماذا تحدث أيضا بهذه الطريقة من خلال مسح الجمهور ومعرفة المتغيرات المختلفة الداخلة في هذه الظاهرة.

وتستخدم الدراسة منهج المسح وذلك بالتطبيق علي عينة عمدية من مستخدمي وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت نصفها من الذكور والنصف الآخر من الإناث قوامها 400 مفردة لضمان توافر متغيرات مختلفة في الدراسة كالسن والحالة التعليمية وتعد هذه العينة من قبيل العينات غير الاحتمالية, ولقد شملت صحيفة الاستبيان التي استخدمت في هذه الدراسة أربعة وثلاثين سؤالاً تضمنت أربعة أقسام: تناول القسم الأول استخدام الجمهور المصري للإنترنت ومنذ متى يتم استخدامه ومعدلات استخدامه وأنماط استخدامه, وشمل القسم الثاني مدي استخدام الجمهور لوسائل الاتصال التقليدية وأنماط الاستخدام, وشمل القسم الثالث أسئلة عن مدي تأثير استخدام الإنترنت علي وسائل الاتصال التقليدية, كما شمل القسم الرابع أسئلة عن

إدراك المبحوثين لمدي أهمية الإنترنت في حياتهم، وفي نهاية الاستمارة سُئل المبحوثين عن المتغيرات الديموجرافية الخاصة بهم.

خصائص عينة الدراسة

تم تطبيق الاستبيان علي عينة عمدية من الجمهور المصري من الذين يستخدمون وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت في محافظة الجيزة حيث يعيش الباحث ولديه شبكة من العلاقات الاجتماعية تمكنه من الوصول إلي المبحوثين عينة الدراسة، وقد بلغ قوام العينة 400 مفردة، وتكونت العينة من 200 مفردة من الذكور بنسبة 50% من إجمالي العينة وكان باقي مفردات العينة من الإناث، وفيما يتعلق بالسن تبين أن مفردات العينة يختلفون حسب العمر فنسبة من يقعون في الفئة العمرية من 20- 30 عاما 51% بواقع 204 مفردة، ونسبة من يقعون في الفئة العمرية من 30- 40 سنة 39% بواقع 156 مفردة، ونسبة من تزيد أعمارهم عن 40 عاما تبلغ 7,5% بواقع 30 مفردة في حين أن من تقل أعمارهم عن 20 عاما فأقل بلغت 2,5% بواقع 10 مفردات.

وبالنسبة لما يتعلق بالحالة الاجتماعية للمبحوثين تبين أن فئة المتزوجين جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 64,5 (ن=258) ثم أعزب بنسبة 32,5% (ن=130) ثم أخري مطلق وأرمل بنسبة 3% (ن=12).

وفيما يتعلق بالمستوي التعليمي للمبحوثين تبين أن فئة من حصل علي مؤهل أقل من الجامعي بعد الدبلوم أو ما يعادله من التعليم الثانوي بلغت 40% (ن=160) وبلغت نسبة الحاصلين علي مؤهل جامعي 39% (ن=156) وبلغت نسبة الحاصلين علي مؤهل متوسط الثانوية أو الدبلوم 17,5% (ن=70) وبلغت نسبة الحاصلين علي مؤهل أعلى من الجامعي كالمجستير أو ما يعادله والدكتوراة 2% (ن=2) في حين بلغت نسبة الحاصلين علي مؤهل أقل من المتوسط 1,5% (ن=6).

أما بالنسبة للمستوي الاقتصادي لعينة الدراسة فلقد تبين أن نسبة من يقعون في المستوي الاقتصادي المنخفض 42% (ن=168) بينما تقع نسبة 32% في المستوي الاقتصادي المتوسط (ن=128) في حين أن نسبة 26% (ن=104) في المستوي الاقتصادي المرتفع.

متغيرات الدراسة والقياس

يعد استخدام الإنترنت المتغير المستقل في هذه الدراسة ويعد استخدام وسائل الاتصال التقليدية من جرائد مطبوعة وراديو وتلفزيون المتغير التابع، وتتدخل هناك بعض العوامل الوسيطة لتجعل المتغير المستقل يعمل كالمتغيرات الديموجرافية ومدى رؤية المبحوث لأهمية الإنترنت في حياته.

تم سؤال المبحوثين مدى وصولهم لوسائل الاتصال التقليدية عن طريق الإنترنت كما ستوضح النتائج العامة للدراسة.

ولقياس استخدام المبحوثين للإنترنت تم عمل مقياس لمدي استخدام المبحوثين للإنترنت شمل مجموع إجاباته علي الأسئلة الخمسة الآتية: هل تستخدم الإنترنت (دائما 3 درجات ونادرا درجة واحدة) وفي المتوسط تتعرض للإنترنت (يوميًا نعم درجة واحدة ولا لا يعطي درجة) ما المدة التي تقضيها مع الإنترنت يوميا (أكثر من ساعتين 3 درجات وأقل من ساعة درجة واحدة) وكم من الوقت استخدمت فيه الإنترنت آخر مرة استخدمته فيها (أكثر من ساعتين 3 درجات وأقل من ساعة درجة واحدة) والمدة التي استخدمت فيها الإنترنت أمس (لم أستخذه درجة واستخدمته أكثر من ساعتين 4 درجات). ثم تم تصنيف المبحوثين بعد ذلك إلي ذوي استخدام عال للإنترنت من 12- 15 درجة وذوي استخدام متوسط من 9-11 درجة وذوي استخدام قليل للإنترنت ثمان درجات فأقل.

وبنفس الطريقة أيضا تم عمل مقياس لاستخدام المبحوثين لكل وسيلة من وسائل الاتصال التقليدية علي حدة والتي شملت الصحافة المطبوعة والاستماع إلي الراديو ومشاهدة التلفزيون.

تم عمل مقياس لأهمية الإنترنت في حياة المبحوثين وشمل مجموع موافقة المبحوث علي ثلاث عبارات (موافق درجتان ومعارض لا يعطي درجة) وكانت هذه العبارات: أشعر أن الإنترنت مهم جدا في حياتي, لا أستطيع الاستغناء عن استخدام الإنترنت, أشعر بافتقاد وسيلة مهمة جدا في حالة تعطل أو توقف الإنترنت.

تم سؤال المبحوثين عن متغيراتهم الديموجرافية حيث طُلب من المبحوثين تحديد نوعهم وسنهم ومستواهم التعليمي وحالتهم الاجتماعية, كما تم تحديد مستواهم الاقتصادي عن طريق مقياس تجميحي شمل كلا من: متوسط الدخل, وطبيعة المسكن سواء كان بالإيجار أم التملك, وعن عدد أفراد الأسرة, وعن السفر إلي الخارج أم لا,

وعن سبب السفر, وعن امتلاك بعض الأجهزة, ثم تم تصنيف المبحوثين حسب المستوي الاقتصادي إلي مرتفع ومتوسط ومنخفض.

النتائج العامة للدراسة

يمكن عرض النتائج العامة للدراسة الحالية من خلال ثلاثة محاور: يتناول المحور الأول استخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية من خلاله, ويتناول المحور الثاني أنماط استخدام وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت وتأثير استخدام الإنترنت علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية وأهمية الإنترنت في حياة المبحوثين, في حين يتناول المحور الثالث المقارنة بين استخدام الإنترنت ووسائل الاتصال التقليدية.

أولاً: استخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية من خلاله:

1- يستخدم جميع مفردات الدراسة الإنترنت بنسبة 100% وتوزعت نسبة هذا الاستخدام كما يلي : دائما 70% وأحيانا 23,5% ونادرا 6,5% .

2- تستخدم نسبة 89% من عينة الدراسة الإنترنت منذ أكثر من ثلاث سنوات في حين تستخدمه نسبة 5,5% من العينة منذ سنتين إلي ثلاث سنوات في حين تستخدمه نسبة 3% منذ سنة إلي سنتين وتستخدمه نسبة 2,5% منذ سنة فأقل.

3- تبين أن 92% من المبحوثين من عينة الدراسة لديها جهاز كمبيوتر شخصي متصل بالإنترنت, وبالنسبة للوسائل التي تدخل منها عينة الدراسة للإنترنت بالفعل تبين أن التليفون المحمول الوسيلة الأولى التي يدخل منها المبحوثون علي الإنترنت بنسبة 66% يليها الكمبيوتر المحمول اللاب توب بنسبة 57,5% ويأتي الكمبيوتر الشخصي في المرتبة الثالثة من حيث الوسائل التي يدخل بها المبحوثون عينة الدراسة علي الإنترنت بنسبة 47% ويأتي الآي باد والتابلت في المرحلة الرابعة بنسبة 45% , أما بالنسبة لتفضيل وسيلة علي غيرها للدخول علي الإنترنت فلقد تبين أنه تُفضل نسبة 50,5% من العينة الدخول علي الإنترنت من خلال الحاسب الشخصي في حين تفضل نسبة 48% الدخول عبر التليفون المحمول بينما تفضل نسبة 1,5% الدخول عن طريق الآي باد والتابلت.

4- جاء استخدام البريد الإلكتروني في المرتبة الأولى فيما يتعلق باستخدامات الإنترنت بين عينة الدراسة بنسبة 31% يليه المحادثات مع الآخرين عبر برامج المكالمات الصوتية 24% في المرتبة الثانية يليها الاطلاع علي مختلف المواقع علي الإنترنت 23,5% في المرتبة الثالثة ثم الدخول علي مواقع التواصل

- الاجتماعي 9,5% ثم مشاهدة التلفزيون 7% يليها قراءة الجرائد المطبوعة 3,5% واخيرا الاستماع إلي الراديو 1,5%.
- 5- فيما يتعلق بالمواد الأكثر متابعة علي الإنترنت بين المبحوثين عينة الدراسة فكانت الأخبار والمعلومات في المرتبة الأولى بنسبة 49,5% يليها مواد التسلية والترفيه بنسبة 35,5% ثم التعرض لمواد أخرى تتعلق بالعمل والطقس والمنفعة الاجتماعية بنسبة 15%.
- 6- تقرأ نسبة 69% من عينة الدراسة الجرائد علي الإنترنت وتتنوع هذه النسبة كما يلي: أحيانا 38,5% ودائما 24,5% ونادرا 22,5%, في حين لا تقرأ الجرائد علي الإنترنت نسبة 14,5%.
- 7- لا تستمع نسبة 49,5% من مفردات العينة للراديو من خلال الإنترنت بينما تستمع له نسبة 50,5% وتتنوع هذه النسبة بين نادرا 28,5% وأحيانا 18,5% ودائما 3,5%.
- 8- يشاهد التلفزيون من خلال الإنترنت نسبة 67,5% وتتنوع هذه النسبة بين أحيانا 32,5% و نادرا 29,5% ودائما 5,5% بينما لا يشاهد التلفزيون عبر الإنترنت نسبة 32,5%.

ثانيا: أنماط استخدام وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت وتأثير استخدام الإنترنت علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية وأهمية الإنترنت في حياة المبحوثين

- 1- بالنسبة للأماكن التي يفضل فيها المبحوثون استخدام وسائل الاتصال التقليدية فلقد جاء تفضيل قراءة الجرائد في البيت بنسبة 61,5% ثم العمل 29% يليه الجامعة والسيارة بنسبة 0,5% لكل منهما , وبالنسبة للاستماع للراديو جاءت السيارة في المرتبة الأولى بنسبة 85,5% يليها البيت 8,5% ثم العمل 8% ثم أماكن أخرى 2% وشملت النوادي الرياضية , وبالنسبة لمشاهدة التلفزيون جاء البيت في المرتبة الأولى بنسبة 95% ثم العمل 1% والجامعة 2% وأماكن أخرى 2% وشملت المقاهي والكافيتيريات.
- 2- تفضل نسبة 78,5% من المبحوثين قراءة الجرائد بمفردها في حين تفضل نسبة 14% قراءتها مع الأسرة مقابل 7,5% يفضلون قراءتها مع الأصدقاء , وتفضل نسبة 62% من العينة الاستماع للراديو بمفردها في حين تفضل الاستماع للراديو مع كل من الأسرة ومع الأصدقاء بنسبة 19% لكل منهما , وتفضل نسبة 71%

- مشاهدة التلفزيون مع الأسرة مقابل نسبة 21% يفضلون مشاهدته بمفردهم في حين تفضل نسبة 8% المشاهدة مع الأصدقاء.
- 3- أما بالنسبة لاستخدام الإنترنت فلقد جاء تفضيل استخدامه في البيت في المرتبة الأولى بنسبة 78,5% يليه العمل 10,5% يليه الجامعة 2% ثم أماكن أخرى شملت أماكن التسوق والنوادي الرياضية والمقاهي بنسبة 9%.
- 4- وفيما يتعلق بتأثير استخدام الإنترنت علي الجرائد المطبوعة تري نسبة 41% أن علاقتها بالجرائد المطبوعة قد تأثرت إلي حد ما بعد استخدامها لها عن طريق الإنترنت في حين تري نسبة 25% أنها تأثرت بدرجة كبيرة في حين تري نسبة 34% أن علاقتها بالجرائد المطبوعة لم تتأثر مطلقا.
- 5- وتري نسبة 35% أن علاقتها بالراديو قد تأثرت إلي حد ما بعد استخدامها له عن طريق الإنترنت في حين تري نسبة 8,5% أنها تأثرت بدرجة كبيرة في حين تري نسبة 56,5% أن علاقتها بالراديو لم تتأثر مطلقا.
- 6- وتري نسبة 31,5% أن علاقتها بالتلفزيون قد تأثرت إلي حد ما بعد استخدامها له عن طريق الإنترنت في حين تري نسبة 15,5% أنها تأثرت بدرجة كبيرة في حين تري نسبة 53% أن علاقتها بالتلفزيون لم تتأثر مطلقا.
- 7- وبالنسبة لأهمية الإنترنت في حياة المبحوثين فلقد تبينت أهمية الإنترنت في حياتهم من خلال موافقة المبحوثين علي عبارات مثل الإنترنت مهم جدا في حياتي حيث وافقت علي هذه العبارة نسبة 80% من المبحوثين ولم يعارض هذه العبارة سوي 2,5% في حين جاءت نسبة 17,5% في فئة محايد , وكذلك عبارة أشعر بافتقار وسيلة مهمة جدا في حالة تعطل أو إيقاف الإنترنت وافق عليها 65,5% واعترضت عليها نسبة 8,5% مقابل نسبة 26% أتت في فئة محايد , وبالنسبة لعبارة لا أستطيع الاستغناء عن الإنترنت وأحتاج إليه يوميا وافقت عليها نسبة 65% واعترضت عليها نسبة 9% مقابل نسبة 26% أتت في فئة المحايدين.
- ولقد بينت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة دالة إحصائيا بين أهمية الإنترنت في حياة المبحوثين واستخدامهم له, حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0,37 وهذه القيمة دالة إحصائيا عند مستوي معنوية 0.001 وبدرجة ثقة 99%, وتعد هذه النتيجة طبيعية, فمن يرون الإنترنت مهما جدا في حياته يستخدمه أكثر, ويوضح جدول رقم (5) هذه النتيجة.

ثالثاً: المقارنة بين استخدام الإنترنت ووسائل الاتصال التقليدية

- 1- جاء استخدام الإنترنت بشكل عام في مقدمة وسائل الاتصال التي يتعرض لها أفراد العينة يومياً بنسبة 59% يليه التلفزيون بنسبة 44% ثم الجرائد بنسبة 36% بينما جاء الراديو في المرتبة الرابعة بنسبة 29%.
- 2- بالنسبة للمدة التي يقضيها المبحوثون مع وسائل الاتصال بالفعليوميا جاء الإنترنت في المرتبة الأولى حيث تقضي نسبة 48% أكثر من ساعتين يومياً ثم الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين يومياً 21% , أما الذين يقضون مع الإنترنت أقل من ساعة يومياً فبلغت نسبتهم 13,5% , وبلغت نسبة الذين يقضون مع الإنترنت أقل من ساعة أسبوعياً 8% بينما بلغت نسبة من يقضون معه أكثر من ساعتين أسبوعياً 6% وجاءت نسبة من يقضون معه من ساعة إلى أقل من ساعتين أسبوعياً 3,5%.
- 3- جاءت مشاهدة التلفزيون في المرتبة الثانية من بين وسائل الاتصال التي يقضيها المبحوثون معها حيث تقضي نسبة 39,7% من المبحوثين أكثر من ساعتين يومياً في مشاهدة التلفزيون بينما تقضي نسبة 25,5% من ساعة إلى ساعتين يومياً في المشاهدة في حين تشاهد نسبة 15% التلفزيون يومياً لأقل من ساعة , وبلغت نسبة من يشاهدون التلفزيون لأقل من ساعة أسبوعياً 12% , أما من يشاهدونه أكثر من ساعتين أسبوعياً فبلغت 5,5% مقابل نسبة 2,5% يشاهدونه من ساعة إلى ساعتين أسبوعياً.
- 4- جاء الاستماع للراديو في المرتبة الثالثة من بين وسائل الاتصال التي يقضيها المبحوثون معه حيث بلغت نسبة من يستمعون له يومياً 11% وبلغت نسبة من يستمعون له من ساعة إلى ساعتين يومياً 21% مقابل نسبة 41,5% يستمعون له أقل من ساعة يومياً , وبلغت نسبة من يستمعون إلى الراديو أقل من ساعة أسبوعياً 18,5% في حين بلغت من يستمعون له من ساعة إلى ساعتين أسبوعياً 6,5% مقابل نسبة 1,5% يستمعون للراديو أكثر من ساعتين أسبوعياً.
- 5- جاءت قراءة الجرائد المطبوعة في المرحلة الرابعة من بين وسائل الاتصال التي يقضيها المبحوثون معها حيث بلغت نسبة من يقرأ الجرائد أكثر من ساعة يومياً 0.5% مقابل نسبة 5,5% يقومون بقراءة الجرائد من ساعة إلى ساعتين يومياً في حين كانت نسبة من يقرأ الجرائد أقل من ساعة يومياً 46% , أما نسبة من

يقومون بقراءة الجرائد أقل من ساعة أسبوعيا فبلغت 43% مقابل 4% يقومون بهذا من ساعة إلي ساعتين أسبوعيا في حين بلغت نسبة من يقرأ الجرائد أكثر من ساعتين أسبوعيا 1% .

6- بالنسبة لآخر مرة استخدم فيها المبحوثون وسائل الاتصال ومدة استخدامها فلقد جاء استخدام الإنترنت في المرتبة الأولى بنسبة 49% ولمدة أكثر من ساعتين بينما استخدمه لمدة أقل من ساعة 26% في حين استخدمته نسبة 25% من ساعة إلي ساعتين , وجاءت مشاهدة التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة 47% لمدة أكثر من ساعتين بينما استخدمه من ساعة إلي ساعتين 30% مقابل نسبة 23% استخدمته أقل من ساعة , ثم جاء استخدام الراديو في المرتبة الثالثة حيث استخدمته نسبة 15,5% أكثر من ساعتين بينما بلغت نسبة من استخدمه أقل من ساعة 64% مقابل نسبة 20,5% استخدمته من ساعة إلي ساعتين , وأخيرا جاءت قراءة الجرائد المطبوعة في المرحلة الرابعة حيث بلغت نسبة من قام بقراءتها أكثر من ساعتين 12,5% في حين بلغت نسبة من استخدمته أقل من ساعة 78% مقابل نسبة 9,5% استخدمته من ساعة إلي ساعتين في آخر مرة تم استخدامه فيها.

7- جاء استخدام الإنترنت في المرتبة الأولى بالنسبة للوقت الذي قضاه المبحوثون مع وسائل الاتصال بالأمس وبلغت نسبة من استخدمه لأكثر من ساعتين 36,5% مقابل 26,5% استخدمته من ساعة إلي ساعتين في حين بلغت نسبة من استخدمه أقل من ساعة 20,5% بينما لم يستخدمه بالأمس نسبة 16,5% , ثم جاءت مشاهدة التلفزيون في المرتبة الثانية وبلغت نسبة من استخدمه أكثر من ساعتين 24% مقابل نسبة 35% استخدمته من ساعة إلي ساعتين , أما من استخدمه أقل من ساعة فكان 23% في حين لم يستخدمه 18% , وجاء الاستماع للراديو في المرتبة الثالثة حيث بلغت نسبة من استخدمه أكثر من ساعتين 6% ومن استخدمه من ساعة إلي ساعتين 20% مقابل نسبة 47% استخدمته أقل من ساعة , أما نسبة من لم يستخدمه فبلغت 27% , وجاءت الجرائد في المرتبة الرابعة حيث بلغت نسبة من استخدمها لمدة أكثر من ساعتين بالأمس 1% مقابل نسبة 5% استخدمها من ساعة إلي ساعتين في حين استخدمها نسبة 32% أقل من ساعة بينما لم يستخدمها 62% .

8- جاء الإنترنت في المرتبة الأولى بالنسبة لأكثر وسائل الاتصال تفضيلاً من قبل المبحوثين بنسبة 54,5% وتلا الإنترنت التلفزيون بنسبة 34% ثم الجرائد بنسبة 7,5% وجاء الراديو في المرتبة الرابعة بنسبة 4%.

نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول: لا يختلف استخدام المبحوثين للإنترنت باختلاف متغيراتهم الديموجرافية

لقياس هذا الفرض لمعرفة مدى اختلاف المبحوثين في استخدام الإنترنت تم عمل اختبارات لقياس أثر النوع علي استخدام الإنترنت, كما تم عمل سلسلة من اختبارات تحليل التباين في اتجاه واحد one way ANOVA لقياس أثر كل من السن والمستوي التعليمي والمستوي الاقتصادي والحالة الاجتماعية علي استخدام الإنترنت.

ولقد بينت نتائج التحليل الإحصائي صحة هذا الفرض حيث تبين أن جميع المتغيرات الديموجرافية لا تؤثر علي استخدام المبحوثين للإنترنت إلا فيما يتعلق بالمستوي التعليمي, حيث تبين أنه كلما زاد المستوي التعليمي للمبحوث زاد استخدامه للإنترنت, وهذا يعني أن استخدام الإنترنت يمثل نشاطاً يومياً عادياً لا يتأثر بالمتغيرات الديموجرافية من نوع أو سن أو مستوي اقتصادي أو بالحالة الاجتماعية للمبحوث, إلا أن استخدام الإنترنت يختلف طبقاً لاختلاف المستوي التعليمي للمبحوث.

ويبين جدول رقم (1) نتائج اختبار الفرض الأول

جدول رقم (1)

المعاملات الإحصائية المستخدمة لقياس تأثير المتغيرات الديموجرافية علي استخدام الإنترنت

| الدالة | درجات الحرية | قيمة المعامل الإحصائي | المتوسط الحسابي | المتغير الديموجرافي | | المعامل الإحصائي |
|-------------------|---------------------------------------|-----------------------|---------------------------------|--|-------------------------|--|
| 0,596 غير دالة | 398 | ت = 0,86 | 10,9 10,7 | ذكور إناث | النوع واستخدام الإنترنت | (T.test) اختبار ت |
| 0,083 غير دالة | بين المجموعات 3 داخل المجموعات 396 | ف = 2,4 | 10,6 10,53 11,13 11,52 | أقل من 20 سنة من 20 إلى 30 سنة من 31 إلى 40 سنة من 41 سنة فأكثر | السن واستخدام الإنترنت | Oneway ANOVA تحليل التباين في اتجاه واحد |

| | | | | | | |
|----------------|------------------------------------|-----------|-------|------------------|-------------------|-----------------------------|
| 0,01 دالة | بين المجموعات 4 داخل المجموعات 395 | ف = 3,4 | 12,7 | أقل من المتوسط | المستوي التعليمي | تحليل التباين في اتجاه واحد |
| | | | 11,14 | متوسط | | |
| | | | 10,47 | فوق المتوسط | | |
| | | | 10,88 | مؤهل جامعي | | |
| | | | 13,25 | مؤهل فوق الجامعي | | |
| 0,967 غير دالة | بين المجموعات 2 داخل المجموعات 397 | ف = 0,034 | 10,87 | مرتفع | المستوي الاقتصادي | تحليل التباين في اتجاه واحد |
| | | | 10,78 | متوسط | | |
| | | | 10,86 | منخفض | | |
| 0,884 غير دالة | بين المجموعات 2 داخل المجموعات 397 | ف = 0,123 | 10,83 | متزوج | الحالة الاجتماعية | تحليل التباين في اتجاه واحد |
| | | | 10,89 | أعزب | | |
| | | | 10,5 | أخري | | |

الفرض الثاني: لا يختلف استخدام الباحثين لوسائل الاتصال التقليدية باختلاف متغيراتهم الديموجرافية

تم اختبار هذا الفرض بنفس طريقة اختبار الفرض الأول، ولقد تبين صحة هذا الفرض باختبار مدي تأثير المتغيرات الديموجرافية علي كل وسيلة تقليدية علي حدة، حيث تبين أن الباحثين لا يختلفون فيما بينهم بالنسبة لقراءة الجرائد المطبوعة طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية كلها إلا السن، حيث تبين أن قراءة الجرائد لا تختلف بين الباحثين طبقاً للنوع (ت = 4,6 والمتوسط الحسابي لقراءة الذكور للجرائد 8,6 مقابل 6,02 للإناث)، كما تبين أن قراءة الجرائد لا تختلف بين الباحثين باختلاف المستوي التعليمي لهم (ف = 0,85)، وكذلك الحال بالنسبة للحالة الاجتماعية والمستوي الاقتصادي (وقيمة ف بالنسبة لهما علي التوالي 3,008 و 0,85)، ولكن تبين أن متغير السن فقط هو المتغير الديموجرافي الوحيد الذي يؤثر علي قراءة الجرائد بين الباحثين (ف = 7,66 والمتوسط الحسابي 7,8 لمن يقعون في الفئة العمرية التي تزيد عن 40 سنة، بينما بلغ المتوسط الحسابي لمن هم في الفئة العمرية الأقل من 20 سنة 5,2، وبلغ المتوسط الحسابي لمن هم في الفئة العمرية من 20 إلي 30 سنة 6,4 مقابل 6,3 لمن هم في الفئة العمرية من 30 إلي 40 سنة).

وتبين أيضاً أن الباحثين لا يختلفون فيما بينهم بالنسبة للاستماع إلي الراديو طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية كلها إلا المستوي التعليمي، حيث تبين أن الاستماع إلي الراديو لا يختلف بين الباحثين طبقاً للنوع (ت = 1,6) ولا المستوي الاقتصادي (ف = 0,77) ولا الحالة الاجتماعية (ف = 0,2) ولا السن (ف = 0,187)، ولكن تبين

أن المستوى التعليمي فقط هو المتغير الديموجرافي الوحيد الذي يؤثر علي استماع المبحوثين للراديو (ف = 2,5) والمتوسط الحسابي لمن يستمعون إلي الراديو 5,7 في فئة المؤهل أقل من المتوسط مقابل 6,6 في فئة المؤهل المتوسط, بينما بلغ المتوسط الحسابي لفئة الأقل من الجامعي وبعد الدبلوم 7,3 مقابل 6,8 للمؤهل الجامعي مقابل 5 لأصحاب المؤهل فوق الجامعي).

وفيما يتعلق باستخدام التلفزيون, تبين أن المبحوثين لا يختلفون فيما بينهم طبقا للمتغيرات الديموجرافية كلها وهذا يعني أن النوع لا يؤثر علي استخدام التلفزيون (ت = 1,08) وكذلك الحال بالنسبة للمستوى التعليمي (ف = 0,43) والمستوى الاقتصادي (1,35) والحالة الاجتماعية (ف = 0,49) والسن (0,06).

الفرض الثالث: لا يؤثر استخدام الإنترنت علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية

أشارت النتائج إلي صحة هذا الفرض فيما يتعلق باستخدام الصحافة المطبوعة والراديو بينما لم تثبت صحة هذا الفرض فيما يتعلق بمشاهدة التلفزيون, حيث تبين أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة للإنترنت واستخدام الصحافة المطبوعة واستخدام الراديو, بينما وجدت علاقة دالة إحصائية بين استخدام الإنترنت ومشاهدة التلفزيون حيث معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0,34 والعلاقة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0,01 وبدرجة ثقة 99% ويبين الجدول رقم (5) هذه النتيجة.

ولاختبار هذا الفرض أيضا بطريقة إحصائية أخرى تم استخدام اختبارات بطريقة العينة المزدوجة Paired Sample حيث استخدمت Emmy Anderson هذا الأسلوب الإحصائي في دراستها لاختبار فروضها والتي يتشابه معها هذا الفرض, وتبين صحة هذا الفرض وهذا يعني أن استخدام الإنترنت لم يؤثر علي استخدام الصحافة المطبوعة ولا علي استخدام الراديو ولكن استخدام الإنترنت أثر علي استخدام التلفزيون.

ويبين الجدول رقم (2) هذه النتيجة, وهذا يعني أن استخدام الإنترنت يعد مكملا لا بديلا لكل من استخدام الصحف المطبوعة والاستماع إلي الراديو ولكنه يعد بديلا لاستخدام التلفزيون في بعض الأحيان.

جدول رقم (2)

تأثير استخدام الإنترنت علي الوسائل التقليدية

| الدلالة | قيمة ت | الانحراف المعياري | الفروق | درجات الحرية | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | تأثير استخدام الإنترنت علي استخدام الوسائل التقليدية |
|----------------------------|--------|-------------------|--------|--------------|-------------------|-----------------|--|
| 0,215 غير دالة إحصائياً | 1,9 | 3,1 | 4,4 | 399 | 2,7 | 10,8 | استخدام الإنترنت |
| | | | | | 1,8 | 6,4 | استخدام الصحافة المطبوعة |
| 0,298 غير دالة | 1,4 | 3,7 | 3,9 | 399 | 2,7 | 10,8 | استخدام الإنترنت |
| | | | | | 2,8 | 6,9 | استخدام الراديو |
| 0,000 دالة إحصائياً | 3,7 | 3,2 | 0,8 | 399 | 2,7 | 10,8 | استخدام الإنترنت |
| | | | | | 2,9 | 10 | استخدام التلفزيون |

الفرض الرابع: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طول فترة اسخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية

بينت النتائج صحة هذا الفرض إلا فيما يتعلق باستخدام الصحافة فقط حيث يوضح الجدول رقم (5) أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين طول فترة استخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية إلا فيما يتعلق بالصحافة ولقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0,14 بين استخدام الإنترنت واستخدام الصحافة المطبوعة وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية 0,05 وبدرجة ثقة 99%. وللتأكد من هذه النتيجة تم استخدام Paired Sample T test.

جدول رقم (3)

العلاقة بين منذ متي بدأ استخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية

| الدلالة | قيمة ت | الانحراف المعياري | الفروق | درجات الحرية | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | تأثير طول فترة استخدام الإنترنت علي استخدام الوسائل التقليدية |
|------------------------|--------|-------------------|--------|--------------|-------------------|-----------------|---|
| 0,046 دالة إحصائياً | 19,9- | 1,8 | 2,6- | 399 | 0,61 | 3,8 | طول فترة استخدام الإنترنت |
| | | | | | 1,8 | 6,4 | استخدام الصحافة المطبوعة |
| 0,978 غير دالة | 15,4- | 2,8 | 3,1- | 399 | 0,61 | 3,8 | طول فترة استخدام الإنترنت |
| | | | | | 2,8 | 6,9 | استخدام الراديو |
| 0,906 غير دالة | 11,1- | 3,01 | 6,2- | 399 | 0,61 | 3,8 | طول فترة استخدام الإنترنت |
| | | | | | 2,9 | 10 | استخدام التلفزيون |

الفرض الخامس: كلما زادت الفترة الزمنية التي قضاها المبحوث في استخدام الإنترنت زاد الوقت الذي يقضيه في استخدام الإنترنت.

ثبتت صحة هذا الفرض حيث وجدت علاقة دالة إحصائياً بين المدة التي قضاها المبحوث في استخدام الإنترنت (منذ سنة فأقل وحتى أكثر من ثلاث سنوات) والوقت الذي يقضيه المبحوث في استخدام الإنترنت وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين 0,21 وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوي معنوية 0,99 وبدرجة ثقة 99% وهذا يعني أنه كلما طالت المدة التي قضاها المبحوث في استخدام الإنترنت زاد استخدامه للإنترنت كما يتبين من الجدول رقم (5) , وباستخدام Paired Sample T test تبين أن قيمة ت 7,9 بدرجات حرية 399.

جدول رقم (4)

العلاقة بين منذ متي بدأ استخدام الإنترنت واستخدام المبحوثين للإنترنت

| الاتجاه التأثير | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجات الحرية | الفروق | الانحراف المعياري | قيمة ت | الدالة |
|----------------------|-----------------|-------------------|--------------|--------|-------------------|--------|---------------|
| كم استخدام الإنترنت | 10,8 | 0,6 | 199 | 7 | 2,6 | 9,7 | 0,003 |
| مدة استخدام الإنترنت | 3,8 | 2,7 | | | | | دالة إحصائياً |

الفرض السادس: لا تختلف أهمية الإنترنت لدي المبحوثين باختلاف متغيراتهم الديموجرافية.

تم قياس هذا الفرض بنفس طريقة اختبار الفرض الأول, فبعد إجراء سلسلة من اختبارات تحليل التباين في اتجاه واحد One way ANOVA تبين صحة هذا الفرض حيث وُجد أن كلا من السن والمستوي التعليمي والمستوي الاقتصادي, لا تؤثر علي رؤية المبحوثين لأهمية الإنترنت في حياة المبحوثين, إلا أنه قد تبين أن الحالة الاجتماعية فقط للمبحوث تؤثر علي مدي رؤيته لأهمية الإنترنت في حياته, حيث بلغت قيمة ف 3,5 وهي دالة عند مستوي معنوية 0,05 وبدرجة ثقة 95% وبالرجوع إلي المتوسطات الحسابية وجد أن الإنترنت أكثر أهمية في حياة المتزوجين عن أهميته لمن هم في فئة أعزب بمتوسط 5,03 للمتزوجين مقابل 4,8 للأعزب, بينما كان المتوسط الحسابي 3,5 لمن هم في فئة أخرى وتشمل أرمل ومطلق أو منفصل, ولقد تبينت هذه الفروق باستخدام الاختبارات البعدية بطريقة LSD حيث تبين أن الفروق دالة إحصائياً بين الفئات الثلاث في مدي رؤية أهمية الإنترنت في الحياة, وهذا يعني أن المتغيرات الديموجرافية لا تؤثر علي المبحوثين فيما يتعلق بإدراكهم لمدي أهمية الإنترنت في حياتهم, ويشير هذا إلي مدي أهمية الإنترنت في حياة المبحوثين ومدي ارتباطهم به.

ولمعرفة أثر النوع علي رؤية المبحوث لأهمية الإنترنت في حياته, تم إجراء اختبارات , ولم تثبت صحة الفرض فيما يتعلق بالنوع حيث تبين أن الإنترنت يعد أكثر أهمية في حياة الإناث من الذكور ولقد بلغت قيمة ت 4,2 وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,01 وبدرجة ثقة 99%, (المتوسط الحسابي لأهمية الإنترنت في حياة الإناث 8,32 مقابل 6,39 للذكور) ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أن الرجال قد يكون لديهم أشياء أكثر أهمية في حياتهم من الإنترنت, علي العكس من النساء الذين يمكثون في البيت فترات أطول ومن ثم يتعلقون بالإنترنت أكثر ويرونه أكثر أهمية في حياتهم من الرجال, ولكن بشكل عام توضح نتيجة اختبار هذا الفرض أهمية الإنترنت في حياة الجماهير بشكل عام بغض النظر عن متغيراتهم الديموجرافية إلا فيما يتعلق بالنوع والحالة الاجتماعية.

جدول رقم (5)

مصفوفة ارتباط معامل ارتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة

| المستوي الاقتصادي | الحالة الاجتماعية | المستوي التعليمي | السن | النوع | استخدام التلفزيون | استخدام الراديو | استخدام الصحف | استخدام الإنترنت | أهمية استخدام الإنترنت في الحياة | |
|-------------------|-------------------|------------------|--------|-------|-------------------|-----------------|---------------|------------------|----------------------------------|---|
| | | | | | | | | | **0,37 | استخدام الإنترنت |
| | | | | | | | | 0,09 | **0,17 | استخدام الصحف |
| | | | | | | | **0,3 | 0,07 | 0,11- | استخدام الراديو |
| | | | | | | 0,13 | 0,02 | **0,34 | 0,13 | استخدام التلفزيون |
| | | | | | 0,06- | 0,11- | - | 0,1- | - | النوع |
| | | | | | - | 0,05- | 0,12 | 0,124 | 0,001- | السن |
| | | | 0,06- | 0,11 | 0,06- | - | 0,04- | 0,003 | *0,12 | المستوي التعليمي |
| | | 0,049- | - | 0,12 | 0,03- | 0,005 | 0,12- | 0,002- | *0,155- | الحالة الاجتماعية |
| | 0,08- | 0,08- | 0,017- | - | 0,02- | - | 0,13 | 0,038- | 0,08 | المستوي الاقتصادي |
| 0,1- | 0,07 | 0,08 | 0,09 | 0,08 | 0,08 | - | **0,14 | **0,21 | 0,05 | منذ متي وأنت تستخدم الإنترنت استخدام الإنترنت |

* ارتباط بيرسون دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.05
 ** ارتباط بيرسون دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01

مناقشة نتائج الدراسة

تمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في معرفة أثر استخدام الإنترنت علي استخدام وسائل الاتصال التقليدية الأخرى, ولقد كانت الدراسة مهتمة بالحصول علي دليل بحثي يحقق هذا الهدف, كما كانت مهتمة بمعرفة أثر الاستبدال, ولذا كان من الضروري أولاً الحصول علي بيانات تتعلق بأنماط استخدام وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت, ومعرفة أهمية استخدام الإنترنت في حياة الجمهور المصري, وربط كل هذا بالمتغيرات الديموجرافية للمبجوثين, ومن أجل هذا الهدف أجريت هذه الدراسة علي عينة عمدية من الجمهور المصري لتحقيق أهداف الدراسة, والنتائج التي توصلنا إليها هذه الدراسة تثير المزيد من الاهتمامات النظرية البحثية والاهتمامات التطبيقية المتعلقة باستخدام الإنترنت في العالم العربي وعلاقة هذا الاستخدام باستخدام وسائل الاتصال التقليدية الأخرى, ويمكن مناقشة هذه النتائج في هذه النقاط:

1-تكشف نتائج دراستنا الحالية عن ارتفاع معدلات استخدام الإنترنت بين عينة الدراسة مقارنة باستخدام وسائل الاتصال التقليدية الأخرى, وقد يعود هذا إلي امتلاك 92% جهاز كمبيوتر شخصي مرتبط بالإنترنت, كما أن نسبة 89% من العينة تستخدم الإنترنت منذ أكثر من ثلاث سنوات, ويعكس هذا مدي الانتشار لاستخدام الإنترنت في المجتمع المصري, كما قد يعكس هذا أيضاً أهمية الإنترنت في حياة المصريين عينة الدراسة, ويتفق هذا مع التراث البحثي السابق عن استخدام الإنترنت في مصر (كما في دراسات كل من عثمان 2006, سامي 2011, مصلح 2011 وقليني 2014, وعبدالدايم 2016 والجمل 2016 أيضاً) كما يتفق هذا مع الدراسات الأجنبية التي تبين ارتفاع معدلات استخدام الإنترنت (دراسة Kim في 2006, و لي وكو Lee, W., & Kuo 2006, و دراسة كيم وكيم Kim and Kim في عام 2007, و دراسة لي ولونج في عام 2008 Lee & Leung, و دراسة ها وفانج في 2012 Ha & Fang, و دراسة ميلاني Miliany في عام 2014, وقد يرجع هذا إلي جاذبية الإنترنت وقدرته علي إشباع حاجات الجماهير بصورة أيسر وأرخص من وسائل الاتصال الأخرى, ويعكس هذا مدي شعور عينة الدراسة بالأهمية الكبيرة لاستخدام الإنترنت في حياتهم (ويتفق هذا مع دراسة حبيب 2007 وسامي 2011).

2-كشفت نتائج الدراسة عن الضرر البالغ الذي ألحقه استخدام الإنترنت بوسائل الاتصال التقليدية, حيث يتعرض له يومياً 59% من عينة الدراسة في حين

يستخدم التلفزيون نسبة 44% من عينة الدراسة والجرائد 36% أما الراديو فكان أكثر الوسائل تضررا 21%، ويعكس هذا مدي تفضيل عينة الدراسة للإنترنت كوسيلة اتصال بنسبة 54,4% وفي المرتبة الأولى يليه التلفزيون 34% ثم الجرائد 7.5% وأخيرا الراديو 4%، وتري عينة الدراسة هذا التأثير علي الجرائد المطبوعة أولا بنسبة 41% يليها الراديو بنسبة 35% ثم التلفزيون بنسبة 31,5%، ويؤيد هذا فكرة نظرية الاستبدال حيث يقل الوقت المخصص لاستخدام وسائل الاتصال التقليدية مقابل الوقت المخصص لاستخدام الإنترنت، ويتفق هذا مع ما تذكره عثمان 2006 حيث وجدت أن تصفح الشباب للإنترنت يغنيهم عن قراءة الصحف وأن الصحف الورقية لا تقدم لهم ما يحتاجونه كما أنها تقتصر إلي التفاعلية التي توفرها الإنترنت مما يجعلهم يفضلون الإنترنت، كما يتفق ما توصلنا إليه مع ما توصل إليه حبيب 2007 من أن الإنترنت والتلفزيون يأتيان في مقدمة وسائل الاتصال التي يفضلها الشباب، كما يتفق مع نتائج دراسة بداري 2007 والتي وجدت تأثيرا كبيرا لاستخدام الإنترنت علي الصحافة المطبوعة، كما يتفق مع الدراسات الأجنبية الكثيرة التي تري أن استخدام الإنترنت أضر الصحافة الورقية المقروءة مثل دراسة كيم وكيم Kim and Kim 2007، و دراسة لي ولونج Lee & Leung 2008، و دراسة ها وفانج Ha & Fang في 2012، وإن كان هذا يختلف مع الدراسات التي لا تري ضررا علي الصحافة الورقية من استخدام الإنترنت مثل دراسة دراسة دواال ورفاقه Dewaal et al. في 2005، ونجوين وويسترن Nguyen and Western في 2006، و دراسة أندرسون Anderson في 2007، ودراسة شايي ولي Chyi & Lee في 2012، ودراسة دونو ورفاقه Dunu et al. في 2015 كما تتعارض نتائج دراستنا هذه مع نتائج دراسة دراسة أوهانسيان Ohannessian في عام 2009 حيث وجد أن استخدام التلفزيون أكثر من استخدام الإنترنت.

3- تبين نتائج هذه الدراسة أن المبحوثين عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت أكثر لمتابعة الأخبار والمعلومات بنسبة 49,5% ثم لمتابعة مواد التسلية والترفيه في المرتبة الثانية بنسبة 35,5% ويعطي هذا مؤشرا لفكرة الجمهور النشط، وهذا يعني أن عينة الدراسة تسعى للحصول أولا علي المعلومات والأخبار من خلال استخدام الإنترنت ومن أجل إشباع حاجات نفعية، ويتفق هذا مع نتائج دراسة دراسة حسن في 2014 حيث وجد إشباع الحاجات النفعية تنصدر أسباب استخدامات الشباب للإنترنت في البحرين، كما يتفق مع دراسة عبدالدايم في

2016, كما تتفق نتائجنا هذه مع نتائج دراسة دراسة كل من لي وكو Lee, W., & Kuo في عام 2006, ودراسة كيتامورا Kitamura في عام 2013.

4- بالنسبة لأنماط استخدام المبحوثين لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة لا يزال تفضيل استخدامها في المنزل يأتي في المرتبة الأولى فاستخدام الإنترنت في المنزل يفضله 78,5% وقراءة الجرائد 61% واستخدام التلفزيون 95%, أما الاستماع للراديو فيشذ عن هذه النتيجة حيث يأتي تفضيل الاستماع إليه في المرتبة الأولى بنسبة 85,5%, وقد يعود هذا إلي طبيعة الراديو وسهولة الاستماع إليه خارج البيت.

5- أوضحت نتائج الدراسة الحالية أن المتغيرات الديموجرافية لا تؤثر علي استخدام المبحوثين عينة الدراسة للإنترنت إلا فيما يتعلق بالمستوي التعليمي فكلما زاد المستوي التعليمي زاد استخدام الإنترنت, وهذا يعني مدي شيوع انتشار استخدام الإنترنت بين المبحوثين المبحوثين بغض النظر عن متغيراتهم الديموجرافية إلا فيما يتعلق بالمستوي التعليمي, وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصل إليه حبيب 2007 حيث وجد أن النوع لا يؤثر في استخدام الشباب للإنترنت, وتتفق هذه النتيجة أيضا مع ما توصل إليه مصلح 2011 حيث وجد أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوي الاقتصادي للمبحوث ومعدل تعرضه لوسائل الإعلام سواء كانت تقليدية أم حديثة, كما تتفق مع دراسة حسن 2014 فيما يتعلق باستخدام الإنترنت, كما تتفق مع الدراسات الأجنبية التالية والتي لم تجد تأثيرا للمتغيرات الديموجرافية علي استخدام الإنترنت (دراسة لي وكو Lee, W., & Kuo في عام 2006, ودراسة نجوين وويسترن Nguyen and Western في 2006, ودراسة أندرسون Anderson في 2007, ودراسة شايي ولي Chyi & Lee في 2012, وكما في دراسة كيتامورا Kitamura في عام 2013).

6- تبين أن استخدام المبحوثين للتلفزيون لا يختلف باختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين, ويشير هذا أيضا إلي انتشاره في المجتمع, وتبينت نفس هذه النتيجة فيما يتعلق بالراديو إلا فيما يتعلق بالمستوي التعليمي, ولقد ثبتت نفس النتيجة أيضا فيما يتعلق باستخدام الجرائد إلا فيما يخص السن, وهذا يعني أن وسائل الاتصال التقليدية يرتبط استخدامها ببعض المتغيرات الديموجرافية, وهذا قد يفسر سر بقائها في عصر الإنترنت, وذلك لأنها تشبع بعض الاحتياجات لفئات معينة من الجمهور المصري.

7-تشير نتائج الدراسة إلي قبول نظرية الاستبدال حيث أن الوقت المنقضي في استخدام الإنترنت قد قلل بالفعل الوقت المنقضي مع وسائل الاتصال التقليدية, وخصوصا فيما يتعلق بالتلفزيون, وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أندرسون Anderson في عام 2007, كما يتفق مع ما توصلت إليه ميلاني Miliany 2014, كما تشير نتائج الدراسة الحالية إلي قبول نظرية التعايش بين وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت حيث تبين أن وهذا يعني أن استخدام الإنترنت يعد مكملا لا بديلا لكل من استخدام الصحف المطبوعة والاستماع إلي الراديو ولكنه يعد بديلا لاستخدام التلفزيون في بعض الأحيان.

حدود الدراسة وما تثيره من دراسات مستقبلية

حاولت هذه الدراسة أن تلقي الضوء علي العلاقة بين استخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية, وأعطت نتائج هذه الدراسة بعض التأييد لنظريتي الاستبدال والتعايش, كما بينت ان وسائل الاتصال التقليدية يجب أن تطور من خدماتها لتجد لنفسها مكانا جديدا في عصر الإنترنت الذي يعد استخدامه يمثل تحديا لها قد يهدد وجودها, ولذا يجب علي القائمين علي الصناعة في وسائل الاتصال التقليدية أن يواكبوا سرعة انتشار الإنترنت, ويطوروا وسائل يمكنهم من خلالها جذب جماهير أكبر, لا سيما وأنه يمكن للجماهير استخدام وسائل الاتصال التقليدية من خلال استخدام الإنترنت.

قد يكون هناك بعض المحدودية لهذه الدراسة بسبب محدودية العينة وقلة عدد مفرداتها واختيار محافظة الجيزة والتي قد لا تمثل كل المصريين, ولقد كان يمكن للنتائج أن تختلف لو طبقت الدراسة علي عينة أكبر أو في محافظات أخرى, وقد تكون هناك محدودية أخرى لهذه الدراسة تتعلق باستخدام الاستبيان بدلا من استخدام أسلوب اليوميات التي يقوم المبحوثون بكتابتها كتقارير عن استخدام وسائل الإعلام التقليدية والإنترنت, إلا أن نتائج هذه الدراسة مهمة ومحاولة جيدة للكشف عن التحديات التي تواجه وسائل الاتصال التقليدية في عصر الإنترنت, كما أن الدراسة قد نجحت في تحقيق أهدافها واختبرت فروضها التي وضعتها طبقا للتراث البحثي في هذا المجال, كما حاولت أن تختبر أثر المتغيرات الديموجرافية في استخدام الإنترنت ووسائل الاتصال التقليدية, وبحثت أيضا في أثر كل من طول مدة استخدام الإنترنت وأهمية الإنترنت في حياة مستخدميه علي استخدامه, كما توصلت لنتائج تؤيد إلي حد كبير نظريتي الدراسة التي اعتمدت عليه, ومن ثم نوصي بالمزيد من الدراسات في

أنماط استخدام الجمهور المصري لكل من وسائل الاتصال التقليدية والإنترنت دراسة في إطار نظريتي الاستبدال والتعايش

هذا المجال الهام مع تلافي بعض محدوديات هذه الدراسة لكشف المزيد من العلاقات بين استخدام الإنترنت واستخدام وسائل الاتصال التقليدية في مصر.

قائمة المراجع:-

1. أبو أصبع، صالح خليل. (2005). استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
2. التميمي، معين صالح. (2009).. تفضيلات مستخدمي الإنترنت لتصميم المواقع الإخبارية العربية: دراسة تحليلية وميدانية علي المواقع الموجهة للجمهور العربي. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الصحافة.
3. الجمل، فاطمة. (2016). مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي المراهقين وكيفية مواجهتها. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الإذاعة.
4. بداري، هند. (2007). تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة علي علاقته بوسائل الاتصال المطبوعة: دراسة ميدانية. رسالة دكتوراة. غير منشورة. القاهرة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الصحافة.
5. ثروت، وفاء. (203). العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومستوي معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأنجلو أمريكية علي العراق. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد العشرون. يوليو/سبتمبر 2003. ص ص.
6. حبيب، محمد. (2007). علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوي المعرفة السياسية للشباب المصري دراسة تحليلية وميدانية. رسالة ماجستير. غير منشورة. القاهرة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الصحافة.
7. حسن، عبدالصاوق. (2014). تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي علي استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية. مجلد 7. عدد 1 ص ص 33- 59.
8. حسن، هدي محمد. (2016). العلاقة بين تعرض المرأة المصرية للقنوات الفضائية والمواقع الإخبارية علي الإنترنت ومستوي المعرفة السياسية بالقضايا القومية. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الإذاعة.
9. حمدي، عيبر (2001). دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الإذاعة.
10. درويش، عبدالرحيم. (2011). استخدام الشباب الجامعي لكل من الصحف الورقية ومواقعها علي الإنترنت والإشباع التي تحققها. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. العدد 35. يناير 2011. ص ص 77- 128.
11. رجب، هبة ربيع. (2009). استخدامات الشباب المصري للمواقع الإخبارية العربية علي شبكة الإنترنت. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الآداب. جامعة عين شمس. قسم الإعلام.
12. سامي، إنجي محمد. (2011). العلاقة بين التعرض للمدونات وإدراك الشباب المصري لقضايا حقوق الإنسان. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الصحافة.
13. عبدالدايم، صفا. (2016). استخدام الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها: دراسة مقارنة. رسالة دكتوراة. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الإذاعة. 2016.
14. عبده، خالد. (2013). علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل علي الإنترنت. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الإذاعة. 2013.
15. عثمان، سهير. (2006). علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الصحافة.

16. عبدالفتاح, فاطمة الزهراء. (2010). العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية في مصر. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم الصحافة. 2010.
17. عزت, محمد محرم. (2013). اعتماد الشباب المصري علي المواقع الإسلامية العربية. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. قسم العلاقات العامة والإعلان.
18. قليني, ديانا نادر. (2014) العلاقات الأسرية وانعكاساتها علي استخدام المراهقين لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الإعلام . جامعة القاهرة. قسم الإذاعة.
19. مصلح, مي عبدالرحمن. (2011). دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية: دراسة مقارنة في إطار نظرية فجوة المعرفة. رسالة ماجستير. غير منشورة. كلية الآداب. جامعة عين شمس. قسم الإعلام.
- 20. ثانيا: المراجع الأجنبية**
21. Anderson, E. (2007). Media Usage of journalism students of the university of Missouri-Columbia, *Unpublished MA Thesis* Faculty of Graduate School. University of Missouri, Columbia.
22. Babbie, E. (2015). *The Practice of social Research*, 18th ed., Belmont: Wadsworth.
23. Cai, X. (2004). Is the computer a functional alternative to traditional media? *Communication Research Reports*, 21(1), 26-38. doi:10.1080/08824090409359964.
24. Chan-Olmsted, S. M., & Ha, L. S. (2003). Internet Business Models for Broadcasters: How Television Stations Perceive and Integrate the Internet, *Journal of Broadcasting and Electronic Media* , 47(4), 597-616. doi:10.1207/s15506878jobem4704_7
25. Chyi, H. I. & Lee, A. M. (2012). Theorizing online news consumption: A structural model linking preference, use, and paying Intent. Paper presented at the 13th International Symposium on Online Journalism, Austin, TX, April 20-21, 2012.
26. De waal, E, Schonbach, K , and Lauf, E (2005). Online newspapers: A substitute or complement for print newspapers and other information studies. *Communications: the European Journal of Communication Research*, 30 Issues, March, 55-72.
27. Dimmick, J., Kline, S., & Stafford, L. (2000). The Gratification Niches of Personal E-mail and the Telephone, *Communication Research*, 27(2), 227-248. doi:10.1177/009365000027002005
28. Douglas A. Ferguson, D.A , and Perse, E. M. (2000). The World Wide Web as a Functional Alternative to television, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44(2), 155- 174.
29. Dunu, I. V., Ugbo. G. O., Ezepue, E. (2015). Displacement or Complementary Effect ? An Assessment of Traditional and New Media Use Patterns Among Elites in South-East Nigeria, *Higher Education of Social Science*, 8(4), 8-18 doi: 10.3968/6849

30. EbnMostafa, A. (2013). Exposure to Internet Pornography and Adolescents' sexual attitudes, *Unpublished Master thesis*, Faculty of Mass Communication Cairo University, Broadcasting department
31. Ha, L., & Fang, L. (2012). Internet experience and time displacement of traditional news media use: An application of the theory of the niche. *Telematics and Informatics*, 29(2), 177-186. doi:10.1016/j.tele.2011.06.001
32. Haniff, Z. (2012). Niche Theory in New Media: Is Digital Overtaking the Print Magazine Industry? *Unpublished MA Thesis*, Greenspun College of Urban Affairs, University of Nevada, Las Vegas.
33. University of Nevada, Las Vegas
34. Hiebert, R.E, Ungurant, D.F, and Bohn, T.W. (1993). *Mass Media VI: An Introduction to Modern Communication*, New York: Longman.
35. Hoffman, L.H. (2006). Is Internet Content Different after all? A Content analysis of Mobilizing information in on line and Print news Papers, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(1), 58- 76.
36. Kilany, H., (2007). Internet Effects on traditional media in Egypt. *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, 8 (2), 1- 68.
37. Kim, D, (2006). Abandoning traditional news: Examining factors influencing the displacement effects of online news on traditional news media, *Unpublished PhD. Dissertation*, Southern Illinois University at Carbondale, 2006.
38. Kim, K. S., & Kim, Y. (2007). New and Old Media Uses and Political Engagement among Korean Adolescents. *Asian Journal of Communication*, 17(4), 342-361. doi:10.1080/01292980701636977
39. Kitamura, S (2013). The Relationship Between Use of the Internet and Traditional Information Sources. *SAGE Open*, 3(2), 215824401348969. doi:10.1177/2158244013489690
40. Kraut, R., Brynin, M., & Kiesler, S. (2006). Examining the Effect of Internet Use on Television Viewing Details Make a Difference. *Computers, Phones, and the Internet Domesticating Information Technology*, 70-83. doi:10.1093/acprof:oso/9780195312805.003.0006
41. Lee, P. S., & Leung, L. (2008). Assessing the displacement effects of the Internet. *Telematics and Informatics*, 25(3), 145-155. doi:10.1016/j.tele.2006.08.002
42. Lee, W., & Kuo, E. C. (2006). Internet and Displacement Effect: Children's Media Use and Activities in Singapore. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(2), 0-0. doi:10.1111/j.1083-6101.2002.tb00143.x

43. Miliany, K. (2014). The displacement effect of Internet use among Saudi students. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 7(2), 185-204. doi:10.1386/jammr.7.2-3.185_1
44. Nguyen, A., Western, M. (2006). The Complementary Relationship between the Internet and Traditional Mass Media: The Case of Online News and Information, *Information Research*, 11(3) 151-183.
45. Ogidi, O., & Utulu, A. U. (2016). Is the New Media Superior to the Traditional Media for Advertising. *Asian Journal of Economic Modelling*, 4(1), 57-69. doi:10.18488/journal.8/2016.4.1/8.1.57.69
46. Ohannessian, C. M. (2009). Media Use and Adolescent Psychological Adjustment: An Examination of Gender Differences. *Journal of Child and Family Studies*, 18(5), 582-593. doi:10.1007/s10826-009-9261-2
47. Pardun, C. J., & Scott, G. W. (2004). Reading Newspapers Ranked Lowest versus other Media for Early Teens. *Newspaper Research Journal*, 25(3), 77-82. doi:10.1177/073953290402500307
48. Seib, P. (Ed.). (2007). *New Media and the New Middle East*, New York: Palgrave Macmillan.
49. Subramaniam Mythily, S., Qiu, S., and Winslow, M., (2008). Prevalence and Correlates of Excessive Internet use among Youth in Singapore, *Annals Academy of Medicine*, 37(1), 9- 14.