

تفضيلات متابعة جمهور إقليم شمال الصعيد للأخبار المحلية عبر وسائل الإعلام الجديدة

أ. نجلاء عبدالوهاب جعفر*

الملخص

مشكلة الدراسة تتحدد في التعرف على استخدامات جمهور إقليم شمال الصعيد لوسائل الإعلام الجديدة - المتمثلة في المواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك وغيرها- وتفضيلات متابعة الأخبار المحلية بهم ومدى تلبية هذه الوسائل لاحتياجاتهم الإعلامية من خلال توفير المضامين الإعلامية التي تهمهم وتجذبهم، واعتمدت الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباع، ومنهج المسح الإعلامي، وتم التطبيق على عينة قوامها (252) مفردة من الجمهور المصري باستخدام أداة الاستبيان، وانتهت الدراسة إلى منتج من أهمها وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة، وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل

الكلمات المفتاحية: الأخبار المحلية - الإعلام الجديد

* مدرس مساعد بقسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة بني سويف

المقدمة

كشفت المواقع الإلكترونية والمنتديات والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الإعلام الجديدة أن هناك العديد من الطرق لإنشاء محتوى محلي ناجح عبر الإنترنت يوصل العديد من الكلمات للسكان المحليين. وفتحت وسائل الإعلام الجديدة التي تتسم باللامركزية واستخدام الوسائط المتعددة والتفاعلية المجال أمام إمكانية استخدامها كأداة للثقف الجماهيري والتعبير عن قضايا الصعيد. وقد وفرت هذه الوسائل السرعة في تبادل المحتوى الذي لا يمكن تبادله عبر وسائل الإعلام التقليدية فوجد هناك مشاركة سريعة للمنشورات على الشبكات الاجتماعية كموقع الفيس بوك وكذلك إعادة تغريد للمنشورات في موقع التدوين المصغر تويتر، كما نجد أن التعليق على الموضوعات المنشورة بمواقع الصحف الإلكترونية صار في غاية السهولة. وفي ضوء ذلك يجب إلقاء الضوء على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديدة مثل المواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك وغيرهم في تغطية قضايا إقليم شمال الصعيد ومدى توافق هذه التغطية مع تفضيلات جمهور هذا الإقليم والإشباع التي يسعون لتحقيقها .

الدراسات السابقة

أسفر المسح الخاص بالدراسات السابقة المتعلقة بمتابعة جمهور إقليم شمال الصعيد للأخبار المحلية عبر وسائل الإعلام الجديدة إلى عدد بسيط من الدراسات خاصة عندما يتعلق الأمر بتفضيلات الجمهور، وعلى الرغم من أننا لم نتوصل إلى دراسات تتصل اتصالاً مباشراً بموضوع البحث الدقيق فإن الباحثة لا يمكن أن تغفل المحاولات البحثية المبكرة التي تناولت علاقة الصعيد بوسائل الإعلام الجديدة. وهنا نستعرض قراءة متأنية لأهم الدراسات السابقة التي تعرضت لدراسة وتحليل قضايا الصعيد بوسائل الإعلام الجديدة، وكذلك الدراسات الأجنبية التي تناولت علاقة الصعيد

بالإنترنت بشكل عام ووسائل الإعلام الإلكترونية كمواقع الصحف والمواقع المحلية ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص وذلك للوقوف على أهم ما توصلت إليه الكتابات البحثية والتي تمثل إضافة مرجعية للدراسة المقدمة.

ومن بين الدراسات التي اهتمت بدراسة قضايا الصعيد بوسائل الإعلام الجديدة.

تتحدد مشكلة دراسة **أحمد جمال حسن محمد (2023)** في الكشف عن أثر برنامج مقترح في تنمية مهارات صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي لدى الفتيات في صعيد مصر. حيث سعت الدراسة للكشف عن تأثير برنامج مقترح لتنمية مهارات صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي لدى الفتيات في صعيد مصر في إطار مفهوم التمكين من خلال الكشف عن مستوى استخدام الفتيات للوسائط والمنصات الرقمية، بيان أثر تطبيق البرنامج المقترح على الجانب المعرفي لبنية مهارات صناعة محتوى إعلامي رقمي لدى الفتيات مجموعة الدراسة، الكشف عن أثر تطبيق البرنامج المقترح على الجانب المهاري الأدائي لصناعة محتوى إعلامي رقمي لدى الفتيات مجموعة الدراسة. سعت دراسة **عبلة عبدالنبي (2023)** إلى معرفة السمات المهنية للقائمين بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة والإلكترونية في إقليم شمال الصعيد (بنى سويف والفيوم والمنيا) ، وكذلك التعرف على العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال ومدى استخدامهم للتكنولوجيا وعلاقة هذا الاستخدام بمستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال عينة الدراسة.

يتبلور الهدف الرئيسي لدراسة **زينب عبد العظيم عبدالواحد (2022)** في التعرف على استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه، ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية هي: التعرف على عادات ونشاط استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك، كشف أسباب ودوافع استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك، تحديد أهم القضايا التي تناولها تطبيق التيك توك من وجهة نظر المرأة الصعيدية،

التعرف على السلبيات التي تعرضت لها المرأة الصعيدية أثناء مشاهدة فيديوهات تطبيق التيك توك، التعرف على الإشباعات المتحققة من استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك، كشف نوع تفاعل المرأة الصعيدية مع الموضوعات المقدمة على تطبيق التيك توك.

رصدت دراسة معتر أحمد عبد الفتاح (2020) دور التطورات التكنولوجية في دعم تجارب المشروعات الإعلامية المحلية علي شبكة الإنترنت ومدى قدرتها علي منافسة الصحف والمواقع الإخبارية الرئيسية في محاولة لمعرفة مدى إفادة هذه التجارب الإعلامية المحلية علي شبكة الإنترنت من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات المتاحة في عمليات إدارة تدفق وإنتاج المحتوى الإخباري ومقارنتها بالصحف العامة والرئيسية التي تتجاوز حدود العاصمة في التوزيع والانتشار والعرف علي اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية المحلية عينة الدراسة (مؤسسة ولاد البلد وموقع بوابة المنيرة وموقع الشرقية توداي وموقع منصوره نيوز والمصري اليوم واليوم السابع).

سعت دراسة شريهان محمد توفيق، شيرين محمد كدواني (2020) لاستكشاف واقع الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية باختلاف أنماطها (الصحف الورقية -صحافة المواطن)، بالتطبيق على الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسيوط بجمهورية مصر العربية -محل إقامة الباحثين -على موقع فيس بوك، وذلك باستخدام تحليل المضمون الكيفي لكل من: سياسات وضوابط النشر على تلك الصفحات، والمنشورات التي تنشرها، وتعليقات القراء عليها من جانب، وإجراء دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال على تلك الصفحات من جانب آخر، وذلك في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية.

تهدف دراسة غادة محي الدين محمد (2019) إلى التعرف على استخدامات المواطنين لمواقع وصفحات إدارات الحكم المحلي واتجاهاتهم نحو دورها في تعزيز

المشاركة المجتمعية: والتعرف على حدود توظيف إدارات الحكم المحلي لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في التواصل مع المواطنين: وفي عرض رؤيتها: وتصوراتها: وخطط عملها: والتعرف على أجندة القضايا المحلية المطروحة على صفحات إدارات الحكم المحلي: ومدى ارتباطها بأولويات المواطنين. تنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات التحليلية التفسيرية: حيث تقوم برصد وتحليل المضمون المنشور على صفحات المحافظات على موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك": ولا تقف الدراسة عند حدود توصيف أبعاد المضمون بل تتعدى ذلك إلى تحليله وتفسيره في سياق علاقته بالجمهور. كان المعيار الحاسم في انتقاء المواقع محل الدراسة هو تفضيل الجمهور (عينة الدراسة) و التعرض للموقع إلى جانب الثقة فيه. اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون: والتي أعدت على وجه الخصوص كأداة لتحليل مضمون موقع التواصل الاجتماعي " فييس بوك" و ذلك لتحديد المضامين الواردة فيه شكلاً ومضموناً: واستهدفت الدراسة تحليل مضمون صفحات المحافظات على الفييس بوك على مدى ثلاثة أشهر و هي الفترة الزمنية للدراسة من 2019/1/1 إلى 2019/3/31.

استعرضت دراسة **إسراء علي السيد وآخرون (2019)** الدور الذي تقوم به البوابات الإلكترونية لدواوين للمحافظات في حياة المواطن العامة، من دور إعلامي وخدمي (ما تقدمه من خدمات إخبارية حكومية، وخدمات إعلامية معلوماتية، والخدمات المختلفة مع الإشارة إلى التوجهات والخطط المستقبلية للحكومة)، ومدى تأثيرها على تلبية احتياجات المواطن وكيفية تذليل الصعوبات التي تواجهه في مجريات حياته المختلفة وهل تعتبر حلقة وصل بين المواطن وحكومته أم لا، فتتلخص المشكلة البحثية في ما هي استخدامات الجمهور المصري لبوابات دواوين المحافظات والاشباع المتحققة منها.

هدفت دراسة **يحيى محمد عبدالله** (2019) إلى الكشف عن استخدامات تطبيقات الإعلام الجديد في الإخراج التلفزيوني ودورها في تحسين أداء القائم بالاتصال في القنوات الإقليمية المصرية: دراسة ميدانية على قناتي (القاهرة، والصعيد)، وتم استخدام المنهج الوصفي، وقد شملت عينة الدراسة (200) مفردة من القائمين بالاتصال بالقناتين محل الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة في تطبيق أداة الاستبيان.

أشار التقرير الموجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي أصدرته وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في نوفمبر 2017 إلى أنه تم إطلاق مشروع نوادي تكنولوجيا المعلومات في التنمية المجتمعية وقد بلغت نوادي التكنولوجيا 77 ناديًا وكان من نصيب محافظات شمال الصعيد 14 ناديًا مقسمين كالتالي: (محافظة المنيا 5 نوادي، محافظة الفيوم 5 نوادي، محافظة بني سويف 4 نوادي).

أثبتت نتائج التقرير الموجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي أصدرته وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في يناير 2018 أن التوزيع النسبي لمستخدمي الإنترنت جاء كالتالي: شكلت القاهرة الكبرى 40% من العدد الإجمالي لمستخدمي الإنترنت، في حين جاءت منطقة الدلتا في المرتبة الثانية بنسبة 31% من مجموع المستخدمين، تليها صعيد مصر بنسبة 12%، والإسكندرية ومطروح بنسبة 11%، ومدن القناة وسيناء والبحر الأحمر بنسبة 6%.

أجرت **ثرثيا البدوي** (2016) دراستها على 200 من طلاب الجامعات الحكومية المصرية والخاصة من دلتا وصعيد مصر والقاهرة لمعرفة هل هناك علاقة قوية بين استخدام الفيس بوك وبعض الصفات والأدوار المتعلقة بالمرأة على وجه الخصوص، حيث يتم تشكيل الاتجاهات الإيجابية والتصورات حول النساء مقارنة بالرجال اجتماعيًا وسياسيًا واقتصاديًا عبر الفيس بوك. وتوصلت الدراسة إلى أن النساء المنضمين للفيس بوك اللاتي لديهم اتجاهات وأدوار فعالة وإيجابية في المجتمع، هم أكثر حداثة وتحضرًا،

مقارنة مع صورتهم في وسائل الإعلام التقليدية، التي تعتمد على الجسد الذي لا يتفق مع قيم المجتمع العربي والإسلامي. في المقابل، فإن الرجال المنضمين إلى الفيس بوك لديهم صورة سلبية بسبب استخدامهم للغة الشتائم.

طبقت **أماني حمدي قرني (2016)** صحيفة الاستقصاء الخاصة بدراستها على عينة قوامها 450 مفردة من الجمهور العام من متابعي بوابات الصحف الإلكترونية بمحافظة (القاهرة - بني سويف) وذلك في الفترة من 2015/01/10 إلى 2015/03/16. وذلك للتعرف على الكيفية التي يدرك بها أفراد الجمهور للمضامين والقضايا التي تعرضها صحف الدراسة، وعلاقتها بتحيزات التغطية، والتعرف على أهم الأدوات التي وظفتها بوابات الصحف اليومية لبناء الأطر الخبرية.

هدفت دراسة **دعاء البيري (2015)** إلى قياس معدل تعرض الأكاديميين بجامعة جنوب الوادي لمواقع الشبكات الاجتماعية الأكاديمية (ASNS) التي تستهدف العلماء على وجه التحديد. والتي تعد المنصة الافتراضية حيث يمكن للباحثين إنشاء ملف تعريف والتواصل مع الآخرين الذين يشاركونهم اهتمامات بحثية مماثلة. وتحاول الدراسة الحالية استكشاف مدى الوعي واستخدام خمسة شبكات اجتماعية أكاديمية شهيرة وهي Research Gate و Acedemia.edu و LinkedIn و Mendeley و Scholastica من قبل أعضاء هيئة التدريس في جامعة جنوب الوادي. حيث تم إرسال استبانة منظمة إلى فئات مختلفة من الأكاديميين عبر البريد الإلكتروني وموقع الفيس بوك.

استهدفت دراسة **محمد زين عبد الرحمن (2014)** إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية كوسائل حديثة في إعادة صياغة وتفعيل عملية الحراك السياسي في أقاليم مصر خاصة الصعيد تجاه الأحداث السياسية لخلق بيئة تفاعلية يمكن استثمارها كقوة ضغط شعبية وسياسية في القضايا الهامة مستقبلاً بعد نجاح عدد من الثورات العربية

وخلق بيئة ومناخ ملائم سياسياً يمكن من خلاله رصد تأثير الشبكات الاجتماعية على عمليات التحول الديمقراطي في مراحل انتقالية تشهدها مصر.

وجاء تقرير يسرا الجندي (2014) ليتحدث عن وسائل الإعلام الاجتماعية والتنمية الاقتصادية في مصر وأخذت "صعيدي جيكس" (S3Geeks) نموذجاً لمنصات رواد الأعمال والتقنيين بصعيد مصر (أسوان، الأقصر، البحر الأحمر، قنا، سوهاج، الوادي الجديد، أسيوط، المنيا، بني سويف، الفيوم)، وتقوم "صعيدي جيكس" بدعم جهود الشباب وإرشادهم إلى طرق أعداد وتمويل المشروعات التقنية والتكنولوجية المختلفة كما تسعى لخلق جيل جديد بصعيد مصر ملم بالتقنية ومواكب لعصر الانفجار المعلوماتي الكبير، كل ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حيث لا توجد وسيلة أخرى للوصول إلى الشباب.

أشارت دراسة منى فريد (2013) إلى أن جميع المناطق الحضرية التي تشمل حضر وريف صعيد والمناطق الحدودية لديها ارتباط سلبي بمؤشر الفجوة الرقمي في حين أن لهذه المناطق تأثير إيجابي على الفجوة الرقمية.

توصلت دراسة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية (2008) التي أجريت بمارس من عام 2008 إلى أن هناك نموًا سنويًا في عدد نوادي تكنولوجيا المعلومات في صعيد مصر بين عام 2007 و 2008 يُقدر بنسبة (26.4%) حيث نما عدد نوادي تكنولوجيا المعلومات في مصر بنسبة 13.5% بين سبتمبر 2007 وسبتمبر 2008 ليصل إلى 1751 ناديًا. وفي خلال هذه الفترة ، نما عدد نوادي تكنولوجيا المعلومات في مصر السفلى (دلتا مصر) بنسبة 5.2 %، وفي صعيد مصر بنسبة 26.4 % ، وفي محافظات الحدود بنسبة 21 % وفي المحافظات الحضرية بنسبة 7.5 %.

تحددت مشكلة دراسة محمد زين عبد الرحمن (2001) في التعرف على مدى استيعاب جمهور المجتمع المحلي لشمال الصعيد لتقنية شبكات المعلومات ومجالات استخدامها وتوظيفها وكيفية الاستفادة منها كمصدر للمعلومات والإشاعات المحققة منه وكذلك المشكلات التي تجابههم وتقييم الدور الاتصالي الذي تقوم به الشبكة ومعرفة مدى الرضا عن استخدام الشبكة.

أهم النتائج التي توصلت إليها دراسات هذا المحور :-

- يعتبر الدور المهم الذي تلعبه الصحافة الإقليمية في تناول قضايا المجتمع المحلي من أهم أسباب اختيار أفراد العينة العمل في الصحافة الإقليمية على وجه الخصوص حيث جاء في مقدمة إجابات المبحوثين بنسبة 43.8% من إجمالي إجابات المبحوثين.
- كشفت المناقشات مع الفتيات في صعيد مصر عن استخدامهم الكثيف للمنصات الرقمية المتنوعة والذي يصل إلى (6) ساعات يوميًا، كما أظهرت تنوع استخدامهم للمنصات الاجتماعية مثل الفيس بوك والتيك توك وتويتر ويوتيوب.
- معظم السيدات في الصعيد يستخدمون تطبيق التيك توك "أحيانًا" والغالبية العظمى منهم يستخدمونه "حسب الظروف"، أما ساعات الاستخدام فتفضل السيدات بدرجة كبيرة استخدام تطبيق التيك توك في الفترة المسائية "من 3م : 10م".
- جاءت البوابة الإلكترونية لمحافظة بني سويف هي أكثر البوابات التي تلبية احتياجات الجمهور المصري من وجهة نظر المبحوثين حيث حصلت على نسبة (27.1%) ، وتلتها في المرتبة الثانية بوابة محافظة القاهرة بنسبة (24.3%)، وثالثا الشرقية بنسبة (25.4%) ، ورابعا وأخيرًا بوابة محافظة الإسكندرية بنسبة (23.2%).
- يفضل العاملون بقناة الصعيد الاعتماد على موقع الفيس بوك في الحصول على المادة الإعلامية تلية موقع اليوتيوب وفي المرتبة الثالثة جاء موقع فليكر، والمرتبة

الرابعة جاءت من نصيب مواقع البث المباشر أما المرتبة الأخيرة كانت من نصيب موقع الساوند كلود.

- تهتم صفحة محافظة المنيا على الفيس بوك بنشر المضامين الخدمية في المرتبة الأولى تليها المضامين الصحية في المرتبة التالية أما المرتبة الثالثة جاءت من نصيب المضامين السياحية وفي المرتبة الرابعة جاءت كل من المضامين التعليمية والثقافية بينما اختفت تماما المضامين الدينية وأخبار المسابقات أو أخبار المحافظة بوسائل الإعلام.

- وجود علاقة بين معدل استخدام جمهور صعيد مصر لشبكات التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصادر للمعلومات، كما يوجد علاقة بين استخدام جمهور الصعيد لشبكات التواصل الاجتماعي وتفعيل الحراك السياسي لديهم من خلال الاعتماد على تلك الشبكات في الحصول على المعلومات السياسية ومتابعة المضمون السياسي عبرها. - كشف تحليل البيانات لاستمارة الاستبيان أن معظم المستجيبين الأكاديميين كانوا على دراية باستخدام الشبكات الاجتماعية الأكاديمية (ASNSs). حيث حاز موقع ResearchGate أعلى مستوى من الوعي والاستخدام متبوعاً بـ LinkedIn و Acedemi.edu و Mendeley و Scholastica على التوالي.

- جاء في دراسات الكشف الإعلامي عن الصورة الذاتية للنساء في صعيد مصر أن صورة المرأة في صعيد مصر أكثر سلبية مما كانت عليه في البيئات الثقافية الأخرى، حيث إن المرأة لديها العديد من السمات الاجتماعية السلبية هناك، المبحوثون المشاركون من دلتا النيل وصعيد مصر على وجه الخصوص هم أكثر تحفظاً بشأن تأثير الفيس بوك على الرجال والنساء مقارنة مع الآخرين الموجودين بالقاهرة.

- لم يؤثر استخدام جمهور شمال الصعيد لشبكة الإنترنت على تعامله مع وسائل الإعلام التقليدية، ويفضل جمهور المجتمع المحلي لشمال الصعيد استخدام الإنترنت

في أماكن الخدمة العامة كمقار المحافظات والجامعات ومراكز المعلومات، ويأتي البحث العلمي على قائمة أسباب استخدام شبكة المعلومات في إقليم شمال الصعيد وكذلك احتياجات العمل ثم الرغبة في التثقيف العام.

- يري مؤسس "صعيدي جيكس" (S3Geeks) أن بالنسبة للكثيرين في صعيد مصر، فإن فكرة الشخص الذي يقوم بالدرشة عبر الإنترنت لفترة طويلة هو مضيع للتوقيت لذا فهم يسعون إلى أن يستوعب الناس في صعيد مصر أن العمل على الإنترنت يمكن أن يكون مثمرًا مثل العمل في مجالات الزراعة وغيرها التي يعملون بها.

التعليق على الدراسات السابقة

- اهتمت دراستين بتناول تأثير استخدام وسائل الإعلام الجديدة على العاملين بوسائل الإعلام الإقليمية مثل دراسة **عبلة عبدالنبي (2023)** التي سعت لمعرفة السمات المهنية للقائمين بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة والإلكترونية في إقليم شمال الصعيد (بنى سويف والفيوم والمنيا)، وكذلك التعرف على مدى استخدامهم للتكنولوجيا وعلاقة هذا الاستخدام بمستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال عينة الدراسة، ودراسة **يحيى محمد عبدالله (2019)** التي استهدفت الكشف عن استخدامات تطبيقات الإعلام الجديد في الإخراج التلفزيوني ودورها في تحسين أداء القائم بالاتصال في القنوات الإقليمية المصرية: دراسة ميدانية على قناتي (القاهرة، والصعيد)

- اهتمت دراستين بتناول استخدامات الفتيات والمرأة الصعيدية لوسائل الإعلام الرقمية الجديدة مثل دراسة **أحمد جمال حسن محمد (2023)** التي سعت للكشف عن تأثير برنامج مقترح لتنمية مهارات صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي لدى الفتيات في صعيد مصر في إطار مفهوم التمكين من خلال الكشف عن مستوى استخدام الفتيات للوسائط والمنصات الرقمية ودراسة **زينب عبد العظيم عبدالواحد (2022)** التي استهدفت معرفة استخدامات المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباعات المتحققة منه.

- اهتمت دراستين بتحليل محتوى البوابات الإلكترونية للمحافظات والصفحات الرسمية لها واستخدامات الجمهور المحلي لها مثل دراسة **غادة محي الدين محمد (2019)** التي سعت للتعرف على استخدامات المواطنين لمواقع وصفحات إدارات الحكم المحلي واتجاهاتهم نحو دورها في تعزيز المشاركة المجتمعية: والتعرف على حدود توظيف إدارات الحكم المحلي لموقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" في التواصل مع المواطنين: وفي عرض رؤيتها: وتصوراتها: وخطط عملها: والتعرف على أجندة القضايا المحلية المطروحة على صفحات إدارات الحكم المحلي وكذلك دراسة **إسراء علي السيد وآخرون (2019)** التي استعرضت الدور الذي تقوم به البوابات الإلكترونية لدواوين للمحافظات في حياة المواطن العامة، من دور إعلامي وخدمي (ما تقدمه من خدمات إخبارية حكومية، وخدمات إعلامية معلوماتية، والخدمات المختلفة مع الإشارة إلى التوجهات والخطط المستقبلية للحكومة)، ومدى تأثيرها على تلبية احتياجات المواطن وكيفية تذليل الصعوبات التي تواجهه في مجريات حياته المختلفة.

- اهتمت دراستين بتناول استخدامات جمهور الصعيد للشبكات الاجتماعية ودورها في حياتهم مثل دراسة **دعاء البيري (2015)** التي قامت بقياس معدل تعرض الأكاديميين بجامعة جنوب الوادي لمواقع الشبكات الاجتماعية الأكاديمية (ASNS) مثل Research Gate و Acedemia.edu و LinkedIn و Mendeley و Scholastica ، ودراسة **محمد زين عبد الرحمن (2014)** التي سعت للتعرف على دور الشبكات الاجتماعية كوسائل حديثة في إعادة صياغة وتفعيل عملية الحراك السياسي في أقاليم مصر خاصة الصعيد تجاه الأحداث السياسية لخلق بيئة تفاعلية يمكن استثمارها كقوة ضغط شعبية وسياسية في القضايا الهامة مستقبلاً.

- تطرقت دراستين لمناقشة استخدامات الجمهور المحلي للمنصات الرقمية وتقنيات شبكة المعلومات والإشباع المحققة منه وهي دراسة **يسرا الجندي (2014)** التي

تحدثت عن وسائل الإعلام الاجتماعية والتنمية الاقتصادية في مصر وأخذت "صعيدي جيكس" (S3Geeks) نموذجًا لمنصات رواد الأعمال والتقنيين بصعيد مصر (أسوان، الأقصر، البحر الأحمر، قنا، سوهاج، الوادي الجديد، أسيوط، المنيا، بني سويف، الفيوم)، ودراسة محمد زين عبد الرحمن (2001) التي استهدفت التعرف على مدى استيعاب جمهور المجتمع المحلي لشمال الصعيد لتقنية شبكات المعلومات ومجالات استخدامها وتوظيفها وكيفية الاستفادة منها كمصدر للمعلومات والإشاعات المحققة منه وكذلك المشكلات التي تجابههم وتقييم الدور الاتصالي الذي تقوم به الشبكة ومعرفة مدى الرضا عن استخدامها.

- وزعت دراستين جزء من استمارات الاستبيان الميدانية على جمهور صعيد مصر وهي دراسة ثريا البدوي (2016) التي طبقت دراستها على 200 من طلاب الجامعات الحكومية المصرية والخاصة من دلتا وصعيد مصر والقاهرة لمعرفة هل هناك علاقة قوية بين استخدام الفيس بوك وبعض الصفات والأدوار المتعلقة بالمرأة على وجه الخصوص، حيث يتم تشكيل الاتجاهات الإيجابية والتصورات حول النساء مقارنة بالرجال اجتماعيًا وسياسيًا واقتصاديًا عبر الفيس بوك، ودراسة أماني حمدي قرني (2016) التي طبقت صحيفة الاستقصاء الخاصة بدراستها على عينة قوامها 450 مفردة من الجمهور العام من متابعي بوابات الصحف الإلكترونية بمحافظة (القاهرة - بني سويف) وذلك في الفترة من 2015/01/10 إلى 2015/03/16. وذلك للتعرف على الكيفية التي يدرك بها أفراد الجمهور للمضامين والقضايا التي تعرضها صحف الدراسة، وعلاقتها بتحيزات التغطية، والتعرف على أهم الأدوات التي وظفتها بوابات الصحف اليومية لبناء الأطر الخيرية.

- اهتمت دراسة واحدة بتناول المشروعات الإعلامية المحلية علي شبكة الإنترنت وهي دراسة معتر أحمد عبد الفتاح (2020) حيث ناقشت دور التطورات التكنولوجية في

دعم تجارب المشروعات الإعلامية المحلية علي شبكة الإنترنت ومدى قدرتها علي منافسة الصحف والمواقع الإخبارية الرئيسية في محاولة لمعرفة مدى إفادة هذه التجارب الإعلامية المحلية علي شبكة الإنترنت من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات المتاحة في عمليات إدارة تدفق وإنتاج المحتوى الإخباري ومقارنتها بالصحف العامة والرئيسية التي تتجاوز حدود العاصمة في التوزيع والانتشار.

- اهتمت دراسة واحدة وهي دراسة شريهان محمد توفيق، شيرين محمد كدواني (2020) باستكشاف واقع الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية وذلك بالتطبيق على الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسيوط على موقع فيس بوك، وتم استخدام تحليل المضمون الكيفي لكل من: سياسات وضوابط النشر على تلك الصفحات، والمنشورات التي تنشرها، وتعليقات القراء عليها من جانب، وإجراء دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال على تلك الصفحات من جانب آخر، وذلك في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية.

مشكلة الدراسة:

على خلاف نطاق وسائل الإعلام التقليدية والذي غالبًا ما يكون محدودًا كالإذاعات المحلية والقنوات التلفزيونية والصحف المحلية، فإن نطاق وسائل الإعلام الجديدة عالمي ويمكن الوصول إليه من كل أنحاء العالم. وفي ضوء ذلك يجب إلقاء الضوء على الدور الذي تلعبه المواقع الإلكترونية و صفحات الفيس بوك وغيرها من وسائل الإعلام الجديدة في تغطية قضايا إقليم شمال الصعيد من وجهة نظر جمهور إقليم شمال الصعيد ومن ثم معرفة اتجاهات الجمهور نحو هذه الوسائل وقياس مدى تلبية احتياجاتهم الإعلامية وتحقيق الإشباعات الإعلامية التي يسعى جمهور إقليم شمال الصعيد إليها.

ويمكننا القول إن مشكلة الدراسة تتحدد في التعرف على استخدامات جمهور إقليم شمال الصعيد لوسائل الإعلام الجديدة - المتمثلة في المواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك وغيرها- وتفضيلات متابعة الأخبار المحلية بهم ومدى تلبيته هذه الوسائل لاحتياجاتهم الإعلامية من خلال توفير المضامين الإعلامية التي تهمهم وتجذبهم .
أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات نظرية ومجتمعية تتمثل فيما يلي:
- تسعى الدراسة الحالية لتقديم مساهمة علمية في مجال الإعلام الجديد وعلاقته بمحافظات شمال الصعيد فقد لاحظت الباحثة ندرة الدراسات المصرية التي تناولت استخدامات جمهور إقليم شمال الصعيد للإعلام الجديد.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- 1- الكشف عن اتجاهات جمهور إقليم شمال الصعيد حول تغطية المواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك لقضايا الصعيد التي تعرض بها
 - 2- التعرف على مدى متابعته جمهور إقليم شمال الصعيد للمواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك وأسباب المتابعة.
 - 3- معرفة أهم المواقع الإلكترونية وأهم الصفحات التي يستمد منها جمهور إقليم شمال الصعيد المعلومات حول المحافظة.

تساؤلات الدراسة

- ما تفضيلات متابعة جمهور إقليم شمال الصعيد للأخبار المحلية عبر وسائل الإعلام الجديدة؟
- هل تلبى وسائل الإعلام الجديدة " الاحتياجات الإعلامية لجمهور إقليم شمال الصعيد؟

- ما الاستخدامات الإعلامية لجمهور إقليم شمال الصعيد لوسائل الإعلام الجديدة وما الإشباعات المتحققة منها؟
- ما نوعية المواد التحريرية المفضلة التي يقبل على متابعتها جمهور إقليم شمال الصعيد بالمواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك؟

الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الباحثة على نظرية الاستخدامات والإشباعات.

نظرية الاستخدامات والإشباعات

تشرح نظرية الاستخدامات والإشباعات سبب استخدام الأفراد لوسائل إعلامية معينة كوسيلة اتصال بديلة وتكشف النظرية عن الاحتياجات التي تحفز هؤلاء الأفراد على استخدام هذه الوسيلة، وتعد نظرية الاستخدامات والإشباعات واحدة من نظريات التأثير الانتقائي لوسائل الإعلام، فهي تهتم بدراسة العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام من خلال التحليل الوظيفي المنظم وهي تعبر عن التحول من رؤية الجماهير باعتبارها عنصر سلبي غير فعال في عملية الاتصال إلى عنصر إيجابي حيث تفترض النظرية أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصورة تلبي توقعاتهم وهم يختارون الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم من بين وسائل عديدة متاحة وكان ذلك تحولاً من النظر إلى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من خلال مفاهيم بسيطة (مثير/ استجابة) إلى مفاهيم مركبة تراعي المتغيرات الوسيطة والعوامل النفسية والاجتماعية التي تتدخل في تأثير وسائل الإعلام على الأفراد.

ويفهم من ذلك أن نظرية الاستخدامات والإشباعات ساعدت في الإجابة عن بعض الأسئلة الهامة وهي "كيف" و"لماذا" يستخدم الأفراد وسائل إعلام معينة لتلبية احتياجاتهم الخاصة. إذ ركزت هذه النظرية على ما يفعله الأشخاص مع وسائل الإعلام بدلاً من

التركيز على تأثير وسائل الإعلام عليهم حيث تشرح النظرية أسباب اختيار الجمهور لوسيلة إعلامية معينة لتلبية احتياجاتهم الاجتماعية والنفسية.

واستنادًا إلى منظور الاستخدامات والإشباع، فإن الرسالة المرسله عبر وسيلة إعلامية معينة تعد أحد المصادر المؤثرة على الجمهور في حين أن هذا الجمهور يتبادل الاتصالات النشطة بدلاً من أن يكون متلقي سلبي لهذه الرسائل حيث أن اختلاف طبيعة الجمهور الفردية تحد من التأثيرات المباشرة لوسائل الإعلام عليهم.

ويمكن القول إن اليهوكاتز Elihu katz, وزملاؤه استطاعوا وضع نموذج لمنظور الاستخدامات والإشباع منذ عام 1974، يركز هذا النموذج علي مجموعة من العناصر المتداخلة والمتشابكة التي تفسر علاقة الأفراد بوسائل الإعلام وتبدأ من وجود عوامل نفسية واجتماعية لدى الفرد ينتج عنها دوافع وتوقعات تؤدي إلى التعرض لوسائل الإعلام وينتج عن هذا التعرض بعض الإشباعات التي تنتج حاجات ودوافع جديدة في عملية لا متناهية وتم اختبار هذا النموذج في مئات الدراسات الأمبيريقية التي تحاول تفسير التأثير الانتقائي لوسائل الإعلام .

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي: السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته، شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض، التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف عملية الاتصال الجماهيري.

وتعد نظرية الاستخدامات والإشباعات إطارًا نظريًا ملائمًا لهذه الدراسة للأسباب الآتية:

لأن من خلال هذه النظرية يمكن للباحثة تفسير وتحليل كيفية استخدامات جمهور إقليم شمال الصعيد لوسائل الإعلام الجديدة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم والتعرف على

أنماط وخصائص التعرض لهذه الوسائل، مع معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام الجديدة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض.

أدوات جمع البيانات

استمارة الاستبيان

يتصدر الاستقصاء أساليب جمع البيانات في بحوث الصحافة ، لما يتمتع به من خصائص تميزه عن غيره من الأساليب، وتتفق مع طبيعة الظاهرة الصحفية التي يمثل جمهور قراء الفيس بوك والمواقع الإلكترونية عنصراً من عناصرها، وسوف تستخدمه الباحثة للمسح الميداني لعينة من مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة وذلك للتعرف على أهم قضايا إقليم شمال الصعيد التي شغلته في المرحلة الزمنية عينة الدراسة وتأثير ذلك على اهتمامهم بقضايا بعينها ومن ثم معرفة دوافع استخدامهم للفيس بوك والإشباع الناتجة عن هذا الاستخدام

الإطار المنهجي للدراسة:

اعتمدت الباحثة على **منهج المسح الإعلامي** باعتباره أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن.

وسيتبع إتباع منهج المسح الإعلامي من خلال:

1- مسح الدراسات السابقة والتراث العلمي الخاص بالبحوث التي تناولت قضايا الصعيد وصورة المجتمع الصعيدي في وسائل الإعلام الجديدة منذ عام 2000 وحتى وقتنا الحالي.

2- مسح 525 مفردة من جمهور إقليم شمال الصعيد في محافظات الفيوم وبني سويف والمنيا للتعرف على دوافع استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة ومن ثم معرفة مدى تلبيتها لاحتياجاتهم الإعلامية.

عينة الدراسة

تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهري مارس وأبريل 2023 وذلك على 525 مبحوثًا من جمهور إقليم شمال الصعيد في المرحلة العمرية ما بين (18: 60) سنة فأكثر وهي عينة عمدية من الذكور والإناث المقيمين بإقليم شمال الصعيد والمهتمين بمتابعة قضايا الإقليم بوسائل الإعلام الجديدة وقامت الباحثة بتحقيق التوازن أثناء توزيع الاستمارات ليمثل أهالي الريف والحضر والذكور والإناث العاملون وغير العاملون بشكل منصف وحرصت الباحثة على تنوع فئات الجمهور نوعيًا واقتصاديًا، وتعليميًا، واجتماعيًا وثقافيًا وذلك ليثري الإجابة حول تساؤلات البحث الرئيسية ومن ثم فهم أفضل عينة يمكن إجراء الدراسة الميدانية عليها. تم توزيع الاستمارات

فروض الدراسة :

- الفرض الأول :** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة والإشباعات المتحققة منها.
- الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام الجديدة تبعًا لمتغيراتهم الديموغرافية.
- الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباعات المتحققة تبعًا لمتغيراتهم الديموغرافية.

أبرز نتائج الدراسة :

جدول رقم (1)

وسائل الإعلام الجديدة التي يستخدمها المبحوثون

الإجمالي		المنيا		الفيوم		بني سويف		أدوات الإعلام الجديد التي يستخدمها المبحوثون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100	525	%100	174	%100	176	%100	175	فيس بوك Facebook
%95.8	503	%98.3	171	%94.8	165	%95.4	167	حساب أو قناة على الـ YouTube
%75.8	398	%84.5	147	%74.4	131	%68.6	120	تويتر twitter
%43.0	226	%54.0	94	%38.6	68	%36.6	64	انستجرام
%31.4	165	%47.7	83	%22.7	40	%24	42	حساب على التيك توك TIK TOK
%14.5	76	%24.1	42	%8.5	15	%10.9	19	Linked in
%5.9	31	%6.3	11	%3.9	7	%7.4	13	مدونة blog
525		174		176		175		الإجمالي

تبيين بيانات الجدول التالي :

- أن موقع الفيس بوك يقع في المرتبة الأولى من حيث استخدام المبحوثين له بنسبة (100%)، وتلاه موقع اليوتيوب الذي حصل على نسبة (95.8%)، وجاء في المرتبة الثالثة موقع تويتر بنسبة (75.8%) أما المرتبة الرابعة كانت من نصيب موقع الانستجرام بنسبة (43%) وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه رسالة سارة محمد أحمد عمرو (2023) حيث توصلت دراستها أن متابعة المبحوثين للقضايا والأحداث الجارية تتركز في موقعي الفيس بوك واليوتيوب.

جدول رقم (2)

درجة متابعة المبحوثين لقضايا إقليم شمال الصعيد بوسائل الإعلام الجديدة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أتابعها عليها		أتابع عليها نادرا		أتابع عليها أحيانا		أتابع عليها دائما		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
95.3	.413	3.81	0.0	0	0.8	4	17.7	93	81.5	428	الفيس بوك
90.0	.521	3.60	0.0	0	1.5	8	37.0	194	61.5	323	المواقع الإلكترونية
77.0	.887	3.08	6.7	35	15.6	82	40.8	214	37.0	194	موقع اليوتيوب
59.8	1.080	2.39	27.6	145	24.6	129	29.1	153	18.7	98	تويتر
47.8	1.003	1.91	45.7	240	27.2	143	17.5	92	9.5	50	المنتديات
47.5	1.009	1.90	46.7	245	25.5	134	18.5	97	9.3	49	المدونات

توضح بيانات الجدول السابق التالي:

- أن الفيس بوك أكثر الوسائل الجديدة استخدامًا من قبل أفراد العينة حيث بلغت نسبة متابعته 95.3%، ويعد ذلك طبيعيًا لأن الدراسة على عينة عمدية لمتابعي أخبار إقليم شمال الصعيد بوسائل الإعلام الجديدة؛ وعن ارتفاع درجة متابعة المبحوثين للفيس بوك عن غيره من وسائل الإعلام الجديدة فقد يرجع ذلك لانتشار الفيس بوك واعتباره أكثر وسائل الإعلام الجديدة التي يقبل عليها الجمهور سواء أكانوا ذكورًا أم إناثًا، فوفقًا لإحصاءات شهر ديسمبر 2020 فقد بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في مصر 48.8 مليون، بينما بلغ معدل مستخدمي الفيس بوك في مصر كنسبة مئوية من عدد السكان 43.32% حيث بلغ عدد السكان حينها 112 مليون و 716 ألف و 598 مواطن مصري. وفي مايو 2022 وفقا لموقع (napoleoncat) فإن هناك 56

مليون و 179 ألف و 700 مستخدم للفيس بوك في مصر ، وهو ما يمثل 50.4% من إجمالي السكان.

وجاءت المواقع الإلكترونية في المرتبة الثانية بنسبة 90%، وفي المرتبة الثالثة جاء اليوتيوب بنسبة 77% ويتفق ذلك مع نتائج تقرير الوضع الرقمي في مصر عام 2023 الذي يصدره سنويا موقع (Data Reportal) حيث تشير تحديثات موارد Google الإعلانية إلى أن موقع الـ YouTube صار لديه 45.90 مليون مستخدم في مصر في أوائل عام 2023، وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع دراسة أشرف جلال حسن (2009) حيث توصلت دراسته إلى أن الفيس بوك واليوتيوب معًا يحتلون مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة، أما المرتبة الرابعة كانت من نصيب موقع تويتر بنسبة 59.8% وجاءت في المرتبة الأخيرة المدونات حيث بلغت نسبة المتعرضين لها من الجمهور 47.5%، وهذا يدل على أن المدونات جمهورها تناقص كما أن أهميتها بدأت تتضاءل عما قبل؛ وقد يرجع ذلك إلى ما توصلت إليه دراسة فاطمة الزهراء عبد الفتاح إبراهيم (2010) من أن الشبكات الاجتماعية دفعت بكثير من المدونين بعيدًا عن مدوناتهم لما تتميز به من سهوله إدراج الصور والنصوص، إلى جانب سرعه الوصول للجمهور.

جدول رقم (3)

أكثر الطرق التي يعتمد عليها جمهور إقليم شمال الصعيد في الحصول على معلومات عن الإقليم

الإجمالي		المنيا		الفيوم		بني سويف		الطرق والوسائل التي يتبعها المبحوثون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100%	525	100.0	174	100.0	176	100	175	متابعة المواقع الإلكترونية
100%	525	100.0	174	100.0	176	100	175	متابعة صفحات الفيس بوك المهتمة بالشأن المحلي
14.7%	77	10.3	18	17.6	31	16.0	28	متابعة الصحفيين المهتمين بالقضايا المحلية على مواقع التواصل الاجتماعي
14.7%	77	14.4	25	14.2	25	15.4	27	متابعة المذيعين المهتمين بالقضايا المحلية على مواقع التواصل الاجتماعي
10.9%	57	10.3	18	9.7	17	12.6	22	متابعة المغردين والمدونين المهتمين بالقضايا المحلية
525		174		176		175		الإجمالي

يكشف الجدول السابق ارتفاع اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على معلومات تتعلق بإقليم شمال الصعيد ويتضح ذلك من خلال :

- ارتفاع نسبة المتعرضين لكل من المواقع الإلكترونية وصفحات الفيس بوك حيث وصلت نسبتهم 100% من إجمالي العينة في المحافظات الثلاثة.
- أتت نسبة كل من متابعي الصحفيين ومتابعي المذيعين المهتمين بالقضايا المحلية على مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية بنسبة 14.7% وبعدها بفارق بسيط أتت نسبة متابعي المغردين والمدونين المهتمين بالقضايا المحلية في المرتبة الثالثة بنسبة 10.9%.

جدول رقم (4)

ترتيب المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة من بين الوسائل الإعلامية الأخرى التي يتابع من خلالها قضايا إقليم شمال الصعيد

الترتيب	الوزن المرجح		الترتيب										الوسائل
	النسبة	الوزن	العاشر	التاسع	الثامن	السابع	السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	
2	14.7	4293	113	149	77	120	39	18	5	6	1	2	المواقع الإلكترونية
3	13.6	3966	26	154	208	44	14	9	20	33	18	4	موقع اليوتيوب
4	11.3	3295	24	22	41	52	308	38	19	6	13	7	التلفزيون
5	11.3	3294	81	26	37	218	13	10	17	25	54	49	موقع تويتر
6	8.0	2339	9	8	12	22	41	231	68	35	45	59	الراديو
7	7.1	2065	7	19	22	19	21	60	92	189	53	48	الصحف الخاصة
8	6.7	1963	19	9	18	23	32	66	79	92	54	138	الصحف القومية
9	5.9	1735	-	6	5	13	27	46	176	58	81	118	الصحف المحلية
10	5.8	1692	18	18	11	6	16	25	47	75	209	105	الصحف الحزبية
-	100	29240	جملة الأوزان المرجحة										

توضح بيانات الجدول السابق أن:

- جاء موقع الفيس بوك في الترتيب الأول لجمهور إقليم شمال الصعيد في متابعة قضايا مجتمعة المحلي حيث كان نسبة وزنه المرجح 15.7 % ، وترتبط هذه النتيجة بما توصلت إليه الدراسة من ارتفاع نسبة متابعي قضايا إقليم شمال الصعيد بموقع الفيس بوك بصفة عامة سواء دائماً أو أحياناً.
- يليه المواقع الإلكترونية في الترتيب الثاني بنسبة وزن مرجح 14.7 % ثم موقع اليوتيوب في الترتيب الثالث بنسبة وزن مرجح 13.6%.
- وجاء كل من التلفزيون وموقع تويتر في الترتيب الرابع بوزن مرجح 11.3 % .
- وحصل الراديو على الترتيب الخامس بنسبة وزن مرجح 8%.
- وجاء في الترتيب التاسع والأخير الصحف الحزبية بوزن مرجح 5.8%.

جدول رقم (5)

تلبية وسائل الإعلام الجديدة للاحتياجات الإعلامية لجمهور إقليم شمال الصعيد

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	تلبية نادرا		تلبية أحيانا		تلبية دائما		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
87.8	.651	3.51	5.8	31	34.5	183	58.7	311	صفحات الفيس بوك
83.8	.680	3.35	8.9	47	44.5	236	45.7	242	المواقع الإلكترونية

- يكشف الجدول السابق ارتفاع تلبية وسائل الإعلام الجديدة بشكل دائم أو أحيانا للاحتياجات الإعلامية لجمهور إقليم شمال الصعيد ويتضح ذلك من خلال :

- ارتفاع مستوى تلبية صفحات الفيس بوك لجمهور إقليم شمال الصعيد، حيث جاءت قبل المواقع الإلكترونية بوزن نسبي 87.8 تليها المواقع الإلكترونية بوزن نسبي 83.8. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه رسالة سارة محمد أحمد عمرو (2023) من أن موقع الفيس بوك يقع في المرتبة الأولى من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين.

جدول رقم (6) اللغة التي يفضلها المبحوثون أثناء قراءة المحتوى المنشور عن

مجتمعهم المحلي

الإجمالي	المنيا		الفيوم		بني سويف			
	%	ك	%	ك	%	ك		
41	215	40.2	70	37.5	66	45.1	79	اللغة المختلطة
37.3	196	40.2	70	42.6	75	29.1	51	اللغة العامية
21.7	114	19.5	34	19.9	35	25.7	45	اللغة الفصحى
100	525	100	174	100	176	100	175	الإجمالي
مستوي المعنوية: 0.100 غير دال								كا 2 : 7.777
درجة الحرية : 4								

- فضلت النسبة الأكبر من المبحوثين اللغة المختلطة الهجينة بين العامية والفصحى حيث جاءت نسبة من يفضلها 41% من عينة الدراسة بينما جاءت اللغة العامية في المرتبة الثانية بنسبة 37.3% ، أما المرتبة الأخيرة كانت للغة الفصحى بنسبة 21.7% وترجع الباحثة لذلك لارتفاع درجة متابعة المبحوثين للمحتوى المحلي عبر صفحات الفيس بوك واليوتيوب ووسائل التواصل الاجتماعي والتي تستخدم غالبا اللغة العامية أو المختلطة ما بين العامية والفصحى .

جدول رقم (7)

الأشكال الصحفية والإعلامية التي يفضل المبحوثون التعرض لها أثناء متابعة

قضايا الإقليم

الإجمالي		المنيا		الفيوم		بني سويف		الأشكال الصحفية والإعلامية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
58.5	307	63.8	111	53.4	95	56.7	101	أخبار بسيطة قصيرة
40.8	214	43.1	75	34.3	61	43.8	78	فيديوهات البث المباشر (على الفيس بوك واليوتيوب)
40.4	212	41.4	72	29.8	53	48.9	87	تدوينات الفيس بوك
38.7	203	44.8	78	28.7	51	41.6	74	فيديوهات اليوتيوب
38.5	202	42.0	73	35.4	63	37.1	66	تقارير إخبارية مدعمة بفيديو على الإنترنت
29.5	155	23.0	40	37.6	67	27.0	48	تحقيقات صحفية
27.8	146	29.3	51	20.2	36	33.1	59	قصص إنسانية (فيتشر)
27.6	145	25.3	44	29.2	52	27.5	49	حوارات صحفية
21.1	111	25.9	45	17.4	31	19.7	35	قصص إخبارية
20.2	106	20.7	36	23.0	41	16.3	29	مقالات الرأي
20.2	106	21.3	37	14.0	25	24.7	44	تغريدات تويتر
19.2	101	13.8	24	33.7	60	9.6	17	تقارير إخبارية مكتوبة
18.9	99	17.2	30	15.2	27	23.6	42	بروفایل (قصص المشاهير والنماذج المشرفة)
8.8	46	9.2	16	12.4	22	4.5	8	أخبار مركبة طويلة
5.5	29	4.0	7	6.2	11	6.2	11	بريد القراء
525		174		176		175		الإجمالي

جاءت الأخبار البسيطة في مقدمة الأشكال الصحفية والإعلامية التي يفضلها جمهور إقليم شمال الصعيد أثناء متابعة قضايا مجتمعة المحلي حيث حصلت على نسبة 58.5%، تليها في المرتبة الثانية فيديوهات البث المباشر سواء كانت على الفيس بوك أو اليوتيوب بنسبة 40.8%، وفي المرتبة الثالثة بفارق بسيط جدا جاءت تدوينات الفيس بوك بنسبة 40.4%، أما المرتبة الرابعة كانت من نصيب فيديوهات اليوتيوب بنسبة 38.7% ويتفق ذلك مع نتائج الدراسة التي توصلت إلى زيادة متابعة عينة الباحثين لكل من اليوتيوب وصفحات الفيس بوك المهمة بالشأن المحلي. ومن خلال نتائج هذا الجدول يتضح ارتفاع نسبة متابعي الأخبار عن متابعي التحقيقات والحوارات الصحفية وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة محمد رضا محمد حبيب (2013) حيث توصلت نتائج دراسته إلى أن 63,20% من عينة الدراسة يفضلون قراءة الأخبار وتليها التحقيقات الصحفية بنسبة 44,6% وأشارت دراسته إلى أن تركيز الباحثين على متابعة الأخبار عبر الإنترنت يرجع لقلة اهتمامهم بالموضوعات التحليلية والتفسيرية المليئة بالمعلومات والمعرفة مثل التحقيقات والحوارات.

جدول رقم (8)

يوضح المجالات أو النقاط المتعلقة بإقليم شمال الصعيد

والتي يفضل الباحثين متابعتها

م	المجالات أو النقاط المتعلقة بإقليم شمال الصعيد والتي يفضل الباحثين متابعتها	بني سويف		الفيوم		المنيا		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	تطوير القطاع التعليمي ومتابعة أخباره ومشاكله	126	72.0	124	70.5	107	61.5	357	67.4
2	تطوير القطاع الصحي ومشاكله	125	71.4	126	71.6	101	58.0	352	66.4
3	موضوعات تطوير البنية التحتية ومشاكلها	75	42.9	122	69.3	91	52.3	288	54.3

42.6	226	44.3	77	42.6	75	42.3	74	الارتقاء بالفقراء وحل مشاكل محدودي الدخل	4
41.9	222	36.2	63	56.8	100	33.7	59	القضايا الاقتصادية	5
34.2	181	29.9	52	47.2	83	26.3	46	تنمية إقليم شمال الصعيد ومعوقاتها	6
34.0	180	32.2	56	37.5	66	33.1	58	قضايا الشباب	7
33.4	177	36.8	64	33.5	59	30.9	54	الأخبار الأمنية وأخبار الحوادث	8
32.8	174	37.4	65	39.2	69	22.9	40	الاستثمار بمحافظات شمال الصعيد	9
32.6	173	28.7	50	33.0	58	37.1	65	الموضوعات الدينية	10
31.1	165	30.5	53	30.7	54	33.1	58	الإصلاح الزراعي وأوضاع الفلاحين والمشاكل التي تواجههم	11
29.8	158	27.6	48	28.4	50	34.3	60	أخبار الطقس	12
525		174		176		175		الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق:

• أن تطوير القطاع التعليمي يأتي في مقدمة الموضوعات التي يفضل أن يتابعها جمهور إقليم شمال الصعيد باستمرار حيث حصلت على نسبة 67.4% من إجمالي عدد المبحوثين يليه تطوير القطاع الصحي ومشاكله ومتابعة أخباره ومشاكله بنسبة 66.4% . ويليه في المرتبة الثالثة موضوعات تطوير البنية التحتية ومشاكلها بنسبه 54.3%

• أما الرابعة فكانت من نصيب قضايا الفقراء بنسبة 42.6%

• والخامسة القضايا الاقتصادية بنسبة 41.9%

• والسادسة تنمية إقليم شمال الصعيد ومعوقاتها كانت بنسبة 34.2%.

• وجاء في المرتبة الأخيرة أخبار الطقس بنسبة 29.8%.

جدول رقم (9)

يوضح درجة متابعة قضايا إقليم شمال الصعيد عبر الموقع الإلكترونية
من قبل المبحوثين

الإجمالي		المنيا		الفيوم		بني سويف		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
86.2	457	89.7	156	85.8	151	85.7	150	موقع اليوم السابع
55.1	292	59.8	104	43.2	76	64.0	112	موقع المصري اليوم
36.4	193	38.5	67	36.9	65	34.9	61	موقع الأهرام
35.8	190	36.2	63	42.6	75	29.7	52	موقع مصراوي
29.4	156	32.8	57	22.7	40	33.7	59	موقع أخبار اليوم
29.2	155	29.9	52	34.1	60	24.6	43	موقع الوطن نيوز
20.9	111	24.7	43	21.0	37	17.7	31	موقع البوابة نيوز
19.2	102	12.1	21	36.9	65	9.1	16	موقع الوفد نيوز
17.7	94	20.7	36	18.8	33	14.3	25	موقع الدستور
15.8	84	19.0	33	17.0	30	12.0	21	موقع الجمهورية أون لاين
9.1	48	10.3	18	10.2	18	6.9	12	موقع مستقبل وطن نيوز
5.8	31	9.2	16	6.3	11	2.3	4	موقع جريدة الأحرار الحزبية الإلكترونية
5.5	29	6.3	11	6.3	11	4.0	7	موقع الأهالي
525		174		176		175		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن أهم المواقع الصحفية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها تود متابعة قضايا إقليم شمال الصعيد، حيث جاء موقع اليوم السابع في الصدارة على مستوى المواقع الإلكترونية الخاصة بنسبة 86.2% ، وفي الترتيب الثاني جاء موقع المصري اليوم بنسبة 55.1% ، وعلى مستوى المواقع الإلكترونية القومية جاءت بوابة الأهرام في مقدمتها بنسبة 36.4% يليها بوابة أخبار اليوم بنسبة 29.4%، وعلى مستوى المواقع الحزبية جاءت بوابة الوفد في مقدمتها بنسبة 19.2% يليها بفارق 10.1% موقع مستقبل وطن بنسبة 9.1% .

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة بعد الدخول علي موقع أليكسا (Alexa) المتخصص في إحصائيات وترتيب مواقع الأنترنت في كل البلدان لفترات متباعدة خلال الفترة من 2018 و 2021 وكانت آخر 3 مرات دخول في شهر (يوليو وسبتمبر وأكتوبر 2021) ووجدت الباحثة أن موقع اليوم السابع أكثر المواقع الخاصة المتصدرة أعلى ترتيب في الـ50 موقع الأولى، وحصل موقع جريدة الوفد على أعلى ترتيب بين الصحف الحزبية الإلكترونية، وحصلت بوابة الأهرام على الترتيب الأول به من بين باقي المواقع القومية.

جدول رقم (10)

أسباب متابعة إقليم شمال الصعيد للأخبار المحلية عبر

موقع الفيس بوك

الإجمالي		المنيا		الفيوم		بني سويف		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
59.6	313	58.0	101	58.0	102	62.9	110	التحديث المستمر للمحتوى الذي يتعلق بمحافظة
55.4	291	66.7	116	47.2	83	52.6	92	استخدام الصور والفيديوهات لمناقشة قضايا محافظة
53.3	280	50.0	87	64.2	113	45.7	80	سهولة الوصول إليها نظرا لأني أملك هاتف محمول متصل بالإنترنت
48.6	255	47.7	83	46.0	81	52.0	91	إمكانية التعليق والمشاركة وسهولة تبادل الآراء حول القضايا والأحداث التي تدور بمحافظة
34.5	181	34.5	60	29.0	51	40.0	70	الفيس بوك يشعرني بأني منخرط في مجتمعي
34.3	180	34.5	60	34.7	61	33.7	59	لأن تكلفة استخدامها أقل من شراء الصحف
30.5	160	28.7	50	21.0	37	41.7	73	لان عناوين التدوينات التي يتم كتابتها مثيرة وتشعرنني بالرغبة في القراءة
29.9	157	37.9	66	23.9	42	28.0	49	التسلية (تقضية وقت الفراغ وممارسة الألعاب)
525		174		176		175		الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أن "التحديث المستمر للمحتوى الذي يتعلق بمحافظتي" كان من أكثر الأسباب التي تجذب الجمهور لمتابعة صفحات الفيس بوك المهمة بمحافظته حيث اختارها 59.6% من إجمالي عينة المتابعين لوسائل الإعلام الجديدة . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه رسالة نيفين أفي عياد واصف (2023) حيث توصلت دراستها أن "التحديث المستمر للموضوعات" هي أولى الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة ما ينشر عبر صفحات الفيس بوك.

يليه في المرتبة الثانية سبب " استخدام الصور والفيديوهات لمناقشة قضايا محافظتي " بنسبة 55.4% وبفارق 0.9% جاء سبب سهولة الوصول إليها نظرا لأنني أملك هاتف محمول متصل بالإنترنت بنسبة 53.3% وتعددت أسباب انجذاب المبحوثين الأخرى لصفحات الفيس بوك وهي: إمكانية التعليق والمشاركة وسهولة تبادل الآراء حول القضايا والأحداث التي تدور بمحافظتي بنسبة 48.6%، الفيس بوك يشعرني بأني منخرط في مجتمعي بنسبة 34.5% وبفارق بسيط جدا جاء سبب " لأن تكلفة استخدامها أقل من شراء الصحف" حيث كانت نسبته 34.3%.

وتبين نتائج الجدول السابق أن دوافع التعرض النفعية جاءت في مقدمة دوافع جمهور إقليم شمال الصعيد لمتابعة الأخبار المحلية عبر موقع الفيس بوك مثل التحديث المستمر للمحتوى الذي يتعلق بمحافظتي، إمكانية التعليق والمشاركة وسهولة تبادل الآراء حول القضايا والأحداث التي تدور بمحافظتي وجاءت الدوافع الطقوسية في المرتبة التالية مثل التسلية والتي ظهرت في عبارة (تقضية وقت الفراغ وممارسة الألعاب).

جدول رقم (11)

معدل متابعة صفحات الفيس بوك المهمة بقضايا إقليم شمال الصعيد

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أتابعها على الإطلاق		نادرا		أحيانا		دائما		صفحات الفيس بوك
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
52.5	1.308	2.10	55.0	289	5.0	26	14.3	75	25.7	135	صفحة (محافظة المنيا) (الصفحة الرسمية للمحافظة)
52.0	1.247	2.08	52.6	276	8.2	43	17.9	94	21.3	112	صفحة (أخبار الفيوم ثنائية بثانية)
51.8	1.308	2.07	56.6	297	5.0	26	13.0	68	25.5	134	صفحة (المنيا (EL MINYA
51.0	1.240	2.04	53.9	283	8.8	46	16.4	86	21.0	110	صفحة (بني سويف بلدنا
51.0	1.250	2.04	54.9	288	6.5	34	17.7	93	21.0	110	صفحة (بني سويف اليوم)
50.0	1.232	2.00	56.0	294	8.0	42	16.2	85	19.8	104	صفحة محافظة بني سويف (الصفحة الرسمية للمحافظة)
49.8	1.188	1.99	53.7	282	11.2	59	17.7	93	17.3	91	صفحة (الفيوم الان)
49.3	1.210	1.97	56.0	294	9.0	47	16.6	87	18.5	97	صفحة (بني سويف لحظة بلحظة)
49.0	1.183	1.96	55.6	292	8.4	44	19.8	104	16.2	85	صفحة (البوابة الالكترونية لمحافظة الفيوم)
49.0	1.267	1.96	59.4	312	6.7	35	11.4	60	22.5	118	صفحة (المنيا (Elminya -)

47.8	1.155	1.91	56.6	297	11.2	59	17.1	90	15.0	79	صفحة الفيوم (ع الناصيه)
47.8	1.222	1.91	60.6	318	5.9	31	14.9	78	18.7	98	صفحة (صوت المنيا)
47.3	1.132	1.89	56.2	295	11.8	62	18.3	96	13.7	72	صفحة (الخبار الفيوم الآن
46.8	1.206	1.87	61.5	323	7.2	38	13.1	69	18.1	95	صفحة (المنيا اليوم/ أخبار وقضايا)
46.3	1.096	1.85	57.7	303	10.9	57	20.4	107	11.0	58	صفحة (صوت الفيوم Sout El Fayoum)
46.0	1.183	1.84	62.1	326	8.4	44	12.6	66	17.0	89	صفحة (مباشر من محافظة المنيا)
45.3	1.091	1.81	59.4	312	11.4	60	17.7	93	11.4	60	تريند الفيوم
45.0	1.067	1.80	59.4	312	10.7	56	20.4	107	9.5	50	صفحة(الفيوم من أرض الواقع)
44.5	1.134	1.78	64.2	337	6.5	34	16.0	84	13.3	70	صفحة المتحدث الرسمي لمحافظة الفيوم
44.3	1.151	1.77	65.1	342	7.8	41	11.8	62	15.2	80	صفحة (المنيا كافى)
42.3	1.065	1.69	65.9	346	9.9	52	13.3	70	10.9	57	صفحة (بني سويف)
39.8	.981	1.59	69.3	364	9.7	51	13.7	72	7.4	39	صفحة (اسرار بني سويف)
38.0	.921	1.52	71.4	375	10.5	55	12.2	64	5.9	31	صفحة جريدة أحرار بني سويف

ومن الجدول السابق يتضح التالي:

- صفحة محافظة المنيا هي أكثر الصفحات تردد من قبل المبحوثين وقد يرجع ذلك إلى ما توصلت إليه نتائج دراسة **غادة محي الدين محمد (2019)** بأن المضامين الخدمية هي أكثر أنواع المضامين المنشورة على صفحة محافظة المنيا عبر موقع الفيس بوك حيث أن الموضوعات الخدمية هي التي تجذب سكان الإقليم بل ويسعون للوصول إليها .

- أن الصفحات العامة التي تقدم قضايا إقليم شمال الصعيد بأسلوب بسيط وبلغه عامية أو مختلطة ما بين الفصحى والعامية هي أكثر صفحات الفيس بوك انتشارًا بين جمهور إقليم شمال الصعيد ويتضح ذلك من حصول صفحة (أخبار الفيوم ثانياً بثانية) على 249 زائر بنسبة 47.4% من إجمالي المبحوثين الذين عددهم 525 مبحوث، وتليها صفحة (الفيوم الان) بعدد 243 زائر وبنسبة 46.3%، و صفحة (بنى سويف بلدنا) بعدد 242 زائر وبنسبة 46.1%، و صفحة (بنى سويف اليوم) بنسبة 45.1%، 237 زائر. وقد يرجع ذلك إلى ما توصلت إليه نتائج الدراسة الميدانية بأن اللغة المختلطة والعامية هم أكثر اللغات التي يفضلها جمهور إقليم شمال الصعيد أثناء متابعة قضايا مجتمعة المحلي.

- ويتضح ارتفاع متابعة هذه الصفحات من خلال عدد المعجبين بها (likes) وكذلك المتابعين (Followers) حيث وصل عدد معجبين صفحة بني سويف بلدنا إلى (232 ألف) (Like) و (258 ألف) (Followers)، وحصلت صفحة بني سويف اليوم على (107 ألف) (Like) و (244 ألف) (Followers)، وحصلت صفحة (محافظة المنيا) (الصفحة الرسمية للمحافظة) (277 ألف) (Followers).

جدول رقم (12)

أسباب التعرض عينة المبحوثين على صفحات دون غيرها

الإجمالي		المنيا		الفيوم		بني سويف		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
65.1	342	66.1	115	56.3	99	73.1	128	تمدني بكل ما هو جديد في محيطي
43.8	230	47.1	82	45.5	80	38.9	68	تمدني بكل ما هو جديد وخاصة أثناء فترة الكورونا كان هناك تحديث فوري بعدد الإصابات في محيطي
39.6	208	48.3	84	27.8	49	42.9	75	الصفحات تحاول توصيل مشاكل محافظتي للمسؤولين وتبحث عن حلول لها
36.8	193	31.6	55	44.3	78	34.3	60	تساعد هذه الصفحات في البحث عن الأشياء المفقودة وعن الأشخاص المفقودين
31.6	166	35.1	61	25.6	45	34.3	60	تأكدت تكراراً من مصداقية هذه الصفحات
25.1	132	24.7	43	26.1	46	24.6	43	تقدم هذه الصفحات عدة خدمات لي ولسكان محافظتي ومنها عروض وتخفيضات على الشراء
22.9	120	26.4	46	16.5	29	25.7	45	تخصص مساحات كبيرة لمناقشة قضايا محافظتي وتعتبر عن مشاكل مجتمعي الذي أعيش فيه وتدافع عن قضاياهم
17.7	93	16.1	28	22.7	40	14.3	25	أعلم العاملين عليها وأثق بهم
16.6	87	10.9	19	14.8	26	24.0	42	طريقة كتابة التدوينات شيقة تشدني لقراءة الموضوعات
525		174		176		175		الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن أسباب تفضيل عينة الدراسة لمتابعة صفحات فيس بوك دون غيرها كمصدر إخباري لقضايا إقليم شمال الصعيد ، والتي انقسمت الأسباب ما بين أسباب نفعية وأسباب تتعلق بالمنفعة الترفيهية وأسباب تتعلق بالتكامل الاجتماعي وذلك على النحو التالي:

- الانتفاع من صفحات الفيس بوك هو أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين للتعرض لها ، حيث جاء في المقدمة سبب " تمدني بكل ما هو جديد في محيطي " بنسبة 65.1 %، ثم جاء بنسبة 43.8% سبب " تمدني بكل ما هو جديد وخاصة أثناء فترة الكورونا كان هناك تحديث فوري بعدد الإصابات في محيطي "، و بنسبة بلغت 39.6 % جاء في الترتيب الثالث سبب " الصفحات تحاول توصيل مشاكل محافظتي للمسؤولين وتبحث عن حلول لها " ثم في الترتيب الرابع سبب " تساعد هذه الصفحات في البحث عن الأشياء المفقودة وعن الأشخاص المفقودين " بنسبة 36.8 %، ثم جاء سبب " تأكدت تكرارًا من مصداقية هذه الصفحات " بنسبة 31.6 %، ثم جاء سبب " تقدم هذه الصفحات عدة خدمات لي ولسكان محافظتي ومنها عروض وتخفيضات على الشراء " بنسبة 25.1 % ، وتدلل النتائج السابقة على ارتفاع نسبة الأسباب النفعية.

جدول رقم (13)

اتجاهات المبحوثين نحو موقع الفيس بوك والمواقع الإلكترونية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		لا رأى لي		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.0	.572	2.70	5.9	31	17.7	93	76.4	401	غطت المواقع الإلكترونية قضايا محافظتي التي لم تناقش بعد بوسائل الإعلام التقليدية.
84.0	.652	2.52	8.8	46	30.1	158	61.1	321	تنشر صفحات الفيس بوك بعض البيانات المهمة بمحيطي التي يصعب نشرها عبر المواقع الإلكترونية
83.3	.650	2.50	8.6	45	32.8	172	58.7	308	نجح موقع الفيس بوك في تغطية قضايا محافظتي بحدادية وموضوعية عن المواقع الإلكترونية

81.7	.701	2.45	12.2	64	30.9	162	57.0	299	بعض صفحات الفيس بوك تناقش قضايا معينة دون غيرها وتتعمد ظهور جانب محدد من القضايا
80.7	.663	2.42	9.7	51	38.3	201	52.0	273	كانت لدى بعض المشاكل في محافظتي لم تهتم وسائل الإعلام التقليدية بتناولها وقامت صفحات الفيس بوك بتغطيتها
79.3	.713	2.38	13.5	71	34.5	181	51.8	272	تمدني صفحات ومجموعات الفيس بوك بتغطية متكاملة عن قضايا محافظتي ومشاكلها وتلبي احتياجات كافة شرائح محافظتي
76.3	.741	2.29	17.1	90	36.8	193	45.9	241	تغطية المواقع الإلكترونية الخاصة مثل اليوم السابع لمحافظتي تشعرني بالملل لأنها تكرر أفكار معينة وتهتم بإبراز صورة المحافظ والقيادات السياسية عن مناقشة السلبيات بداخل محافظتي
76.0	.681	2.28	13.0	68	45.5	239	41.3	217	تكشف صفحات الفيس بوك والمواقع الإلكترونية الحزبية مثل بوابة الوفد عن القصور الحكومي بمحافظات شمال الصعيد علي خلاف المواقع الإلكترونية الخاصة
75.3	.665	2.26	12.4	65	49.0	257	38.3	201	المواقع الإلكترونية الحزبية مثل بوابة الوفد تناقش السلبيات بداخل محافظتي وتبحث عن حلول لها بدرجة أكبر من المواقع الإلكترونية الخاصة التي تهتم أكثر بإبراز صورة الرئيس والمحافظ

73.3	.808	2.20	24.4	128	30.5	160	44.8	235	بعض صفحات الفيس بوك تركز فقط على السلبيات بمحافظة وتتجاهل الإيجابيات
72.7	.794	2.18	24.2	127	33.9	178	41.7	219	تتجاهل بعض صفحات الفيس بوك نشر بعض القضايا المهمة بمحافظة وتتعمد أحيانا تشويه الإنجازات التي تقوم بها الحكومة بالمحافظات
67.3	.779	2.02	29.1	153	39.4	207	31.4	165	لم تختلف تغطية صفحات الفيس بوك لقضايا محافظتي عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى

توضح بيانات الجدول السابق باستخدام المقياس الثلاثي في استمارة الاستبيان والذي تمثل في اختيارات (موافق، لا رأى لي، معارض) ليختار منها المبحوث ما يناسبه للإجابة على العبارات المطروحة في الاستمارة أن النسبة الأكبر من المبحوثين ترى أن لوسائل الإعلام الجديدة سواء كانت المواقع الإلكترونية أو موقع الفيس بوك دوراً كبيراً في الاهتمام بتغطية قضايا إقليم شمال الصعيد كما أنه عبر عن قضايا المجتمع المحلي التي لم تعرض بوسائل الإعلام التقليدية بل وقدمها بصور مختلفة ويظهر ذلك في موافقتهم بوزن نسبي 90 على العبارة التالية "غطت المواقع الإلكترونية قضايا محافظتي التي لم تناقش بعد بوسائل الإعلام التقليدية."، وهناك نسبة كبيرة من المبحوثين يوافقون على العبارتين التاليتين "تنشر صفحات الفيس بوك بعض البيانات المهمة بمحيطي التي يصعب نشرها عبر المواقع الإلكترونية"، كانت لدى بعض المشاكل في محافظتي لم تهتم وسائل الإعلام التقليدية بتناولها وقامت صفحات الفيس بوك بتغطيتها بوزن نسبي 84، و80.7 كما يظهر في عبارة "تمدني صفحات

ومجموعات الفيس بوك بتغطية متكاملة عن قضايا محافظتي ومشاكلها وتلبي احتياجات كافة شرائح محافظتي" والتي جاءت بوزن نسبي 79.3.

جدول رقم (14)

درجة تلبية وسائل الإعلام الجديدة لاحتياجات جمهور إقليم شمال الصعيد الإعلامية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		لا رأى لي		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
88.3	.573	2.65	5.0	26	25.5	134	69.5	365	وسائل الإعلام الجديدة تسلط الضوء على الموضوعات التنموية وتوسع لتطويع إقليم شمال الصعيد ومساندة قضاياها
88.3	.575	2.65	5.1	27	24.6	129	70.3	369	وسائل الإعلام الجديدة تساعدني على استكشاف كل ما هو جديد من معلومات عن المحافظة التي اسكن بها ومعرفة الأماكن التراثية والتاريخية التي يمكن زيارتها بمحافظة
88.3	.590	2.65	5.9	31	23.6	124	70.5	370	تنبهني وسائل الإعلام الجديدة بالمخاطر والكوارث التي قد تحدث داخل نطاق محافظتي
87.3	.586	2.62	5.3	28	27.6	145	67.0	352	أجد مضمون إعلامي متنوع للتسلية والترفيه بوسائل الإعلام الجديدة
87.3	.588	2.62	5.5	29	26.5	139	67.8	356	متابعتي لوسائل الإعلام الجديدة يسهل لي البحث عن المعلومات المتعلقة بمختلف جوانب الحياة في البيئة التي أعيش بها
86.3	.626	2.59	7.4	39	26.3	138	66.3	348	وسائل الإعلام الجديدة تشر مميزات الصعيد وتعرض النماذج الإيجابية الموجودة به"
86.3	.601	2.59	6.3	33	29.0	152	64.8	340	وسائل الإعلام الجديدة تشعرني بأني جزء لا يتجزأ عن مجتمعي الذي أعيش

									فيه (تحقيق الوجود الافتراضي والشعور بالاندماج الاجتماعي)
85.7	.672	2.57	10.5	55	22.5	118	67.0	352	وسائل الإعلام الجديدة تعرض صورة واقعية عن أوضاع شمال الصعيد وتناقش القضايا والسلبيات المتواجدة به وترصد تباطؤ الحكومة وقصور المسؤولين

توضح بيانات الجدول السابق باستخدام المقياس الثلاثي في استمارة الاستبيان والذي تمثل في اختيارات (موافق، لا رأي لي، معارض) ليختار منها المبحوث ما يناسبه للإجابة على العبارات المطروحة في الاستمارة أن النسبة الأكبر من المبحوثين ترى أن للفيس بوك دورًا كبيرًا في الاهتمام بتغطية قضايا إقليم شمال الصعيد كما أنه عبر عن القضايا المحلية بشكل إيجابي بل وساند قضاياها ويظهر ذلك في موافقتهم بوزن نسبي متساوٍ على الثلاث عبارات الأولى " وسائل الإعلام الجديدة تسلط الضوء على الموضوعات التنموية وتسعى لتطوير إقليم شمال الصعيد ومساندة قضاياها " وسائل الإعلام الجديدة تساعدني على استكشاف كل ما هو جديد من معلومات عن المحافظة التي اسكن بها ومعرفة الأماكن التراثية والتاريخية التي يمكن زيارتها بمحافظتي " ، " تنبهي وسائل الإعلام الجديدة بالمخاطر والكوارث التي قد تحدث داخل نطاق محافظتي "، كما يظهر في موافقتهم على العبارتين التاليتين "أجد مضمون إعلامي متنوع للتسلية والترفيه بوسائل الإعلام الجديدة " و " متابعتي لوسائل الإعلام الجديدة يسهل لي البحث عن المعلومات المتعلقة بمختلف جوانب الحياة في البيئة التي أعيش بها " وذلك بوزن نسبي 87.3 .

- ويتضح من الجدول التالي ارتفاع مستوى تلبية وسائل الإعلام الجديدة للاحتياجات الإعلامية لجمهور إقليم شمال الصعيد فتظهر العبارات السابقة إشباع الاحتياجات الإدراكية (المعرفية): وهي المتعلقة بتعزيز المعرفة والمعلومات وفهم البيئة المحيطة بهم ، وكذلك الاحتياجات الشخصية التكاملية: وهي التي تهدف إلى تقوية الصداقة والثقة والاستقرار . واحتياجات التكامل الاجتماعي: وهي المتعلقة بتعزيز التواصل مع الأسرة والأصدقاء والمجتمع و الاحتياجات الهروبية أو إطلاق التوتر: وهي التي تساعد على الهروب أو التخلص من الضغوط وتخفيف القلق والرغبة في اللجوء.

نتائج الفروض

الفرض الأول : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحقق منها

جدول رقم (15)

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة الإشباع المتحقق منها
دال	0.000	0.579**	

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود علاقة دالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحقق منها حيث بلغت قيمة بيرسون 0.579. عند مستوى معنوية 0.000 وبالتالي تثبت صحة الفرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل.

جدول رقم (16)

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدل متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة
دال	0.000	**0.562	دوافع تعرضهم لهذه الوسائل

توضح نتائج الجدول السابق على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.562) عند مستوى معنوية (0.000). وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية قوية، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة ودوافع تعرضهم لهذه الوسائل. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى متابعة عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديدة كلما دل ذلك على زيادة دوافع تعرضهم لهذه الوسائل. **الفرض الثالث:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها.

جدول رقم (17)

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة
دال	0.000	**0.917	الإشباع المتحققة منها

توضح نتائج الجدول السابق على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.917) عند مستوى معنوية (0.000). وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية شديدة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة

إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة والإشباع المتحققة منها. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما زادت دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة كلما دل ذلك على كثرة الإشباع المتحقق من هذه الوسائل.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام الجديدة تبعاً لمتغيراتهم الديموغرافية.

جدول رقم (18)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	دوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
0.000 دال	528	ت=12.964	.97627	1.2074	270	ذكر	النوع
			.98913	.9000	260	انثي	
0.002 دال	526	ف=5.077	1.00498	.9259	324	من 18- أقل من 30 سنة	السن
			.95806	1.2424	132	من 30 سنة - أقل من 45 سنة	
			.91944	1.2698	63	من 45 سنة - أقل من 60 سنة	
			.93420	1.4545	11	من 60 فأكثر	
			.99365	1.0566	530	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين النوع ودوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة حيث بلغت قيمة ت (12.964) عند درجة حرية 528 ومستوي معنوية 0.00.

- وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين السن ودوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة حيث بلغت قيمة ف (5.077) عند درجة حرية 526 ومستوي معنوية 0.002.

جدول رقم (19)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	توافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	المستوى التعليمي
0.152 غير دال	525	ف=1.686	.96209	1.1842	76	مؤهل فوق الجامعي	المستوى التعليمي
			1.00000	1.0000	385	مؤهل جامعي	
			1.02070	1.1026	39	مؤهل فوق المتوسط	
			.89156	1.4444	27	مؤهل متوسط	
			1.00000	1.0000	3	حاصل علي الإعدادية أو الابتدائية	
			.99365	1.0566	530	الإجمالي	
0.052 دال	527	ف=2.674	1.01159	1.1417	254	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			.97248	.9310	203	متوسط	
			.96554	1.1096	73	مرتفع	
			.99365	1.0566	530	الإجمالي	

- وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي الاجتماعي ودوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة حيث بلغت قيمة ف (2.674) عند درجة حرية 527 ومستوي معنوية 0.052.

- عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ودوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة حيث بلغت قيمة $F(1.686)$ عند درجة حرية 525 ومستوي معنوية 0.152.

وبذلك لم يتم التحقق من صحة الفرض الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ودوافع تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة تبعاً لمتغيراتهم الديموغرافية.

جدول رقم (20)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	النوع
0.000 دال	528	ت= 12.376	1.26350	1.5148	270	ذكر	النوع
			1.27466	1.1269	260	انثي	
0.027 دال	526	ف= 3.087	1.30507	1.1914	324	من 18- أقل من 30 سنة	السن
			1.23867	1.5076	132	من 30 سنة - أقل من 45 سنة	
			1.18641	1.5873	63	من 45 سنة - أقل من 60 سنة	

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	
			1.29334	1.5455	11	من 60 فأكثر	
			1.28256	1.3245	530	الإجمالي	
0.274 غير دال	525	=ف 1.286	1.22568	1.4342	76	مؤهل فوق الجامعي	المستوى التعليمي
			1.28948	1.2623	385	مؤهل جامعي	
			1.31019	1.3846	39	مؤهل فوق المتوسط	
			1.25064	1.7778	27	مؤهل متوسط	
			1.52753	1.6667	3	حاصل علي الإعدادية أو الابتدائية	
			1.28256	1.3245	530	الإجمالي	
0.024 دال	527	=ف 3.786	1.31128	1.4567	254	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
			1.24162	1.1330	203	متوسط	
			1.24432	1.3973	73	مرتفع	
			1.28256	1.3245	530	الإجمالي	

- تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة تبعاً لاختلاف النوع (ذكور - إناث)، حيث بلغت قيمة "ت" 12.376 وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة

حرية 528 ومستوي معنوية 0.000.

- وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة تبعاً للسن حيث بلغت قيمة ف (3.087) عند درجة حرية 526 ومستوي معنوية 0.027.

- وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي حيث بلغت قيمة ف (3.786) عند درجة حرية 527 ومستوي معنوية 0.024.

- عدم وجود علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة تبعاً للمستوى التعليمي حيث بلغت قيمة ف (1.286) عند درجة حرية 525 ومستوي معنوية 0.274. وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض. والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الإشباع المتحققة وفقاً للمستوى التعليمي.

المراجع والمصادر

أولاً المصادر العربية

- 1- أحمد جمال حسن محمد (2023). تأثير برنامج مقترح لتنمية مهارات صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي لدى الفتيات في صعيد مصر: دراسة شبة تجريبية في إطار مفهوم التمكين "المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (كلية الإعلام، جامعة القاهرة) ع 25، يناير/ يونيو.
- 2- إسرائي علي السيد وآخرون. (2019). استخدامات الجمهور المصري للبوابات الإلكترونية لدواوين المحافظات والإشباع المتحققة منها: دراسة تطبيقية، مجلة البحث العلمي في الآداب (جامعة عين شمس: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية) ع 20، ج 10.
- 3- أشرف جلال: "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفصائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية"- المؤتمر العلمي الأول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" (جامعة القاهرة، كلية الإعلام) 15: 17 فبراير 2009، ص 531
- 4- أماني حمدي قرني: "مدرجات الجمهور لأطر تقديم الشؤون العامة بتحيزات التغطية في بوابات الصحف الإلكترونية اليومية" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016).
- 5- حسن عماد وآخرون: "مراجعة الدراسات العربية لنظرية الاستخدامات والإشباع خلال العشرين عاما الأخيرة من 1991-2011"، المؤتمر الدولي السابع عشر "بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل" (جامعة القاهرة، كلية الإعلام) 19: 20 ديسمبر 2011، ص ص 449 ، 450.
- 6- جمهورية مصر العربية: وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، عدد شهري نوفمبر 2017، ص5
- 7- جمهورية مصر العربية: وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، عدد شهري يناير 2018، ص3
- 8- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، مايو 2008) ص241

- 9- زينب عبد العظيم عبدالواحد: "استخدام المرأة الصعيدية لتطبيق التيك توك والإشباع المتحققة منه... دراسة ميدانية " المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (كلية الإعلام، جامعة القاهرة) العدد 24، الجزء الثاني، يوليو/ديسمبر 2022
- 10- سارة محمد أحمد عمرو: "أثر الإغراق المعلوماتي في إدراك القضايا والأحداث الجارية . دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، قسم الصحافة، 2023).
- 11- شريهان محمد توفيق، شيرين محمد كدواني: "الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية"، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر ، كلية الإعلام) ، ع54، ج 1 ، 2020
- 12- عبلة عبدالنبي: العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعة في ضوء البيئة الرقمية (دراسة ميدانية) "رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : كلية الآداب، قسم الإعلام، 2023).
- 13- غادة محى الدين محمد: "استخدام وسائل التواصل في دعم مشاركة المواطنين في إدارة مجتمعاتهم المحلية: دراسة تحليلية ميدانية" رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2019).
- 14- فاطمة الزهراء عبد الفتاح إبراهيم: "العلاقة بين المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية في مصر" رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2010) ص 397.
- 15- محمد رضا محمد حبيب: "دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التنقيف السياسي للشباب المصري دراسة ميدانية"، مجلة هرمس (جامعة القاهرة - مركز اللغات والترجمة)، مج (2)، ع(4)، أكتوبر ٢٠١٣ ، ص 127
- 16- محمد زين عبد الرحمن: " استخدامات الجمهور لشبكة الإنترنت في مجتمع محلي دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد " - مجلة الآداب والعلوم الإنسانية (كلية الآداب، جامعة المنيا) ع 39 يناير 2001.

- 17- محمد زين عبد الرحمن: " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور صعيد مصر " - مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ع 4 سبتمبر 2014.
- 18- معتز أحمد عبدالفتاح: تأثير التطورات التكنولوجية في دعم تجارب المشروعات الإعلامية المحلية على شبكة الإنترنت ومدى قدرتها على منافسة المواقع الإخبارية الرئيسية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2020).
- 19- نيفين ألفي عياد واصف: "التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بظاهرة الاستقطاب الاجتماعي والثقافي في المجتمع المصري رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2023)
- 20- يحيى محمد عبدالله: "استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في الإخراج التلفزيوني ودورها في تحسين أداء القائم بالقنوات الإقليمية المصرية: دراسة ميدانية على قناتي (القاهرة، و الصعيد)، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2019)

المراجع الأجنبية

- 1- Alamgir Hossain: "Effects of uses and gratifications on social media use The Facebook case with multiple mediator analysis" , **PSU Research Review Journal**, Vol. (3) No. (1) , 10 January 2019, p17.
- 2- Devadas Menon & Meghana H.R: "Unpacking the uses and gratifications of Facebook: A study among college teachers in India", **Computers in Human Behavior Reports journal**,(3) 15 March 2021, p2.
- 3- Doaa K. El-Berry: "Awareness and Use of Academic Social Networking Sites by the Academic Staff at the South Valley University in Egypt", **Journal of Library and Information Sciences**,December 2015, Vol. 3, No. 2, pp. 115-132
- 4- Mona Farid Badran: Young People And The Digital Divide In Egypt An Empirical Study,**The Economic Research Forum**, December 2013
- 5- Souraya El Badaoui : Facebook Oriented Perspective of Egyptian Woman ,**Published In Global Media Journal** , November 25, 2016. P 15.

- 6- **The Future of the Internet Economy in Egypt A Statistical Profile** (Arab Republic Of Egypt Ministry Of Communication And Information Technology) March 2009.p.6.
- 7- Yosra El Gendi: Social Media And Economic Development In Egypt ,**Middle East Institute**, Jun 11, 2014.
- 8- Yousra Osama Mohamed Taha: " Uses and Gratifications of Social Media In The Middle East North Africa Region", (The American University In Cairo: School Of Global Affairs And Public Policy, Department Of Journalism And Mass Communication), **Master' S Thesis**, November 2019, p. 1.
- 9-<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/facebook-users-by-country>
- 10- <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-egypt/2022/05/>
- 11- DIGITAL 2023: EGYPT, 13 february 2023, Available at : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-egypt>