

استخدام الاعلاميين للفيسبوك كمصدر أخبار بعينة من الصحف اليومية الخاصة والمواقع الاخبارية المصرية من مارس 2018 حتى ابريل 2019

د. هند أحمد بدارى*

مقدمة :

حظي موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" باقبال كبير من المستخدمين وتزايد انتشاره وتأثيره بعد ثورة 25 يناير 2011 حيث وصل عدد مستخدمي "فيسبوك" في مصر نحو 38 مليون مستخدم، حسب اخر احصائية لموقع "statista" حتى يوليو 2019 وتجاوزت نسبة الشباب المستخدمين لـ "فيسبوك" من 18- 34 سنة 63% من إجمالي مستخدميه، حيث ان 30.6% منهم بين 18 و 24 سنة و 32.8% بين 25 و 34 سنة¹.

ويمثل "فيسبوك" الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية بالعالم حيث يزيد عدد مستخدمي فيسبوك النشطين شهريا عن 2.3 بليون مستخدم حول العالم من اجمالي عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي 3.5 بليون مستخدم على مستوى العالم، حتى يوليو 2019- حسب بيانات موقع "We Are Social"².

وأشار تقرير أعدته جهاز التعبئة العامة والإحصاء، بالتعاون مع اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة 2017 الى ارتفاع عدد مستخدمي الفيسبوك بالعالم من 1 مليون 2004 لـ 700 مليون مستخدم في 2011 لحوالي 2.3 مليار مستخدم في 2018³.

وقد ساهم تزايد أعداد مستخدمي شبكة الانترنت والموبايلات الذكية بمصر في ارتفاع عدد مستخدمي "فيسبوك" بمصر من 4.2 مليون شخص في يناير 2011 حسب تقرير أعدته شركة «تكنو وايرلس» المصرية المتخصصة في التسويق الإلكتروني وشبكات الهاتف المحمول ، حمل عنوان "الثورة الثانية" الى 38 مليون مستخدم في يوليو 2019 وفق " " statista" حيث ارتفع مستخدمو الانترنت من 31.21 مليون مستخدم في يونيو 2012⁴ الى 40 مليون و9 آلاف مستخدم بنسبة انتشار 48% في يونيو 2019 وفقا لمسح استخدامات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالاسر والافراد 2019، منهم 36.46 مليون مستخدم للانترنت عن طريق المحمول مقابل 3.89 مليون مستخدم عن طريق ال USB حتى يونيو 2019 ويشكل مستخدمو الانترنت فائق السرعة ADSL 6.88 مليون مشترك أغلبهم "38%" بالقاهرة الكبرى بنسبة نمو شهري 33.3% وتبلغ نسبة مشتركي الانترنت عن طريق التليفون المحمول 38.79% من مشتركي المحمول بنسبة نمو شهري 19.19% حسب بيانات الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات يوليو 2019 .

* دكتور بجامعة اسيوط

وبلغ عدد مشتركى التليفون المحمول 93.99 مليون خط بنسبة انتشار 94.91 % وبنسبة نمو شهرى 24. %⁵.

وبعد ثورة 25 يناير ، تزايد تأثير "الفيديو" وارتفع معدل استخدامه بدليل اهتمام الكثير من المؤسسات الرسمية والشخصيات العامة بتدشين صفحة رسمية عليه تسجل أنشطتها وأخبارها وتصبح جسرا للتواصل بينها وبين الجمهور وصناع القرار عبر الانترنت بطرق تفاعلية سهلة وسريعة وغير مكلفة، مثل : صفحات وزارة الداخلية والخارجية والمتحدث العسكرى ومجلس الوزراء وذلك بفضل ما يشهده العالم منذ منتصف الثمانينات من تكنولوجيا مميزة يطلق عليها التكنولوجيا الرقمية أو التفاعلية أو متعددة الوسائط) بسبب اندماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة لتوصيل الرسالة الاتصالية⁶.

ومن ثم صارت هذه الصفحات الرسمية عبر فيس بوك تستخدم كمصادر أخبار فى وسائل الاعلام خاصة فى القضايا المصرية والجهادية مثل الانتخابات البرلمانية والرئاسية أو الموضوعات الشائكة حيث تعد شبكة الانترنت خصوصاً مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة اتصال فعالة تزود المواطنين بالمعلومات عن المرشحين فى الانتخابات والمشروعات والحملات القومية.

وبناءً عليه، تحول المستخدم إلى ناشر والصحفيون إلى جمهور يتشارك مع غيره للوصول إلى أسرع وأدق التفاصيل الإخبارية عن الأحداث والثورات العربية لحظة بلحظة من قلب الحدث ، مستخدمين كل الطرق الفورية -كأجهزة الكمبيوتر المحمولة و"التابلت " و"الموبايلات " خاصة بالصحافة الإلكترونية وفي مجال الأخبار التي تبت مباشرة على الهواء عبر الأقمار الصناعية في حين تنشرها الصحف اليوم التالي ، الأمر الذي يبرز أهمية اجراء دراسة عن مدى الاعتماد على الفيديو كمصدر اخبارى بوسائل الاعلام بعد سنوات من ثورة يناير وتضاعف عدد مستخدميه وانتشار الصفحات الرسمية عليه والعوامل المؤثرة على ذلك وهل أثر على مصادر الأخبار التقليدية سلباً أو ايجاباً ؟ خاصة ان بعض الدراسات أثبتت تزايد استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية كمصادر فى التغطية الإخبارية، مثل: دراسة 2018 Kateria Eva Masta and Elesha Shearer عن استخدام الاخبار عبر منصات "السوشيال ميديا" ،ورسالة ماجستير للباحثة منية إسحاق إبراهيم باعلام القاهرة عن اعتماد الشباب المصري الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار دراسة تطبيقية على موقعي فيس بوك وتويتتر ، يوليو 2016.

-ولكن أغلب الدراسات تركز حتى الآن على استخدام الجمهور لوسائل الاعلام الاجتماعية فى حالات معينة، مثل التغطية الإخبارية العاجلة خلال الأزمات أو أوقات الانتخابات، والهدف من هذه الدراسة هو دراسة أنماط استخدام واختيار الاعلاميين لشبكات التواصل الاجتماعي "فيديو" كمصادر فى التغطية الصحفية الروتينية.

مشكلة الدراسة:

جاء استتعار الباحثة لمشكلة الدراسة فى ضوء ما كشفت عنه مؤشرات الممارسات المهنية ونتائج دراسات سابقة من ارتفاع معدل قراءة الاخبار على الانترنت وتزايد صفحات المؤسسات الرسمية وبعض الشخصيات العامة التي تستقى منها الاخبار على فيس بوك وكشف الاحصائيات الحديثة ارتفاع عدد مستخدمى الانترنت والفيديو عبر الموبايلات الذكية .

وقد برزت ظاهرة عدم دقة أخبار الفيديو في الصحف المطبوعة اليومية الخاصة ومواقع الانترنت الاخبارية و" التواصل الاجتماعي"، فبعد تنحي الرئيس الاسبق مبارك عام 2011م عن السلطة، حاصرته الشائعات حيث نشرت وسائل الاعلام آنذاك أنه أصيب بحالة اكتئاب وتعرض لنوبات غيبوبة متكررة أدت لوفاته. كما عادت شائعة وفاة الرئيس الاسبق مبارك عام 2018 م عبر شبكات التواصل الاجتماعي متأثراً بوعكة صحية، ولكن محاميه فريد الديب نفى هذا الخبر فضلاً عما تم ترويجه من شائعات في الأزمات.

وبناءً عليه، تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على نمط استخدام الاعلاميين للفيديو كمصدر اخباري وتأثيره على التغطية الاخبارية ودرجة اعتمادهم عليه كمصدر أخبار ومعلومات مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية.

أهمية الدراسة:

أولاً: من الناحية المجتمعية:

- 1-المساعدة في التوصل إلى رؤية شاملة عن أنماط تفاعل الاعلاميين المصريين مع فيديوهات بكل من وسائل الاتصال المستحدثة والتقليدية .
- 2-امكانية توفير نوع من رجع الصدى اللازم لتقييم الأداء الاخباري في ظل المنافسة الاتصالية الالكترونية .
- 3-بلورة دليل ارشادي للتعامل المهني مع شبكات التواصل الاجتماعي يتلافى السلبيات ويدعم الايجابيات .

ثانياً : من الناحية البحثية:

- 1- اختبار مدى صحة فروض بعض المداخل النظرية في المجتمع المصري مثل: المستخدم المنتج وثرأء الوسيلة الاعلامية .
- 2 -دراسة العلاقة بين التعرض للفيديو ومدى الاعتماد عليه كمصدر أخبار ومعلومات مع تجاوز مرحلة الوصف إلى تحليل وتفسير كيفية حدوث الظاهرة.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة رصد وتوصيف وتحليل مدى اعتماد الاعلاميين على الفيديو في الحصول على الأخبار وانماط استخدامه، مع رصد أثر المتغيرات الوسيطة على نوع وقوة الاعتماد، مثل: خصائص الوسيلة - نوع المحتوى - العوامل الديموجرافية - القضية وطريقة المعالجة .

مفاهيم الدراسة

الإعلام الجديد

يصفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة وحسب" ليستر Lester" الإعلام الجديد مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي

تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام ، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو .

ويرى "جونز" أنه فى مرحلة نشوء وان المصطلح يصف أشكالاً من الاتصال الإلكتروني ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل لأشكال الاعلام القديم التى تشمل الصحافة المكتوبة والراديو-الى حد ما - وغيرها من الوسائل الساكنة . ويتميز الاعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين وان كانت الفواصل بينهما ذابت لأن القديم أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعتة ليلتقى مع الجديد فى بعض جوانبه⁷ .

شبكات التواصل الاجتماعى :

مواقع على الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وغرف الدردشة وألبومات الصور ومن أمثلتها الفيسبوك وتويتر⁸ .

وحسب بيانات موقع (We Are Social) 46% من سكان العالم يستخدمون "السوشيال ميديا" حتى يوليو 2019.

الفيسبوك

تم اطلاق الفيس بوك فى فبراير 2004 وهو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها. فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، و تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

وقد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد. وكانت عضوية الموقع مقصورة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، لكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعتي أيفي ليج و ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر.

وبمرور الوقت، بدأ الفيس بوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع. ففي 6 سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن سمة News Feed أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

وبحلول يوليو 2008، وصل عدد المستخدمين إلى 1.5 مليون فرد يقومون باستخدامه بصورة منتظمة. كما تم طرح تطبيق مجاني لأجهزة iPhone و iPad Touch أطلق عليه اسم "Face book for iPhone"، في يوليو من عام 2008. وفي أبريل 2011

اعلنت شركة فيس بوك عن ادخال خدمة "الفيديو كول" بين مستخدميها بالتعاون مع شركة سكايب الشهيرة لمحادثات الدردشة.

وقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران والسودان⁹.

وقد أثر الفيس بوك في الحياة السياسية في مصر خصوصاً بعدما أنشئت مجموعة على الموقع دُعت إلى اضراب يوم 6 أبريل 2008 وشارك فيها أكثر من 71 ألف شخص. وقد تم حجب الموقع في 26 يناير 2011 بعد دعوة مجموعة من مستخدمي "الفيس بوك" من الشباب المصري إلى ثورة قومية ضد الحزب الحاكم أوائل يناير 2011 للمطالبة بالحرية وبإصلاحات سياسية جذرية تستهدف التغيير الكامل للنظام وقتها وقد لاقت تلك الدعوة صدى إيجابياً لدى المواطنين ونجحت في حشد الكثير من المؤيدين. كما جددت المجموعة نفسها مطالباتها إلى تظاهرات حاشدة يوم 28 يناير سميت "بيوم جمعة الغضب" والتي ساهمت بشكل مباشر في أحداث الثورة ونتائجها¹⁰.

الدراسات السابقة:

أولاً : دراسات عن الفيسبوك :

-الدراسات العربية: (مرتبة من الأحدث للأقدم)

1- رسالة ماجستير لعلى بو خاتم: اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيسبوك كمصدر للاخبار -دراسة استطلاعية لطلبة جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة بالجزائر، 2018¹¹

- دراسة ميدانية على عينة عشوائية تضمنت 70 مفردة من طلبة الجامعة لمعرفة مدى اعتماد الطلبة على الفيسبوك كمصدر اخباري .

اعتمدت على المنهج المسحي الوصفي واستمارة استبيان شملت عادات استخدام الصفحات الاخبارية على الفيسبوك ودوافع الاستخدام وتأثير الاستخدام ومدى مصداقية الاخبار وتحديد مصادر المضامين الاخبارية والاشكال التفاعلية وتأثيرها على التفاعل والمصداقية .

أهم النتائج: اعتماد الشباب الجامعي بالجزائر اعتمادا كبيرا على الفيسبوك في الحصول على الاخبار وأن سهولة وسرعة ومجانبة الحصول على الخبر لحظة وقوعه دافع قوى لتفضيل استقاء الاخبار من صفحات الفيسبوك والتفاعل معها وتشاركها مع الحرية الكبيرة في مناقشته في ظل غياب الرقابة .

- رغم اعتماد 78.95 % من الطلبة بشكل كبير على الفيسبوك الا أنهم يشكون في مصدر ومصداقية الاخبار و75% من العينة تعبر عن تفاعلها مع الخبر عبر الخيارات المدرجة على الصفحة مثل التعليق واعادة النشر في صفحات اخرى وتشاركه .

- المستوى التعليمي لـ 54.3% من العينة شهادة الليسانس وتتكون من 67.1% اناث مقابل 32.9% ذكور وأغلب العينة تستخدم التليفون الذكي للدخول على الفيسبوك بنسبة 100% .

-75% من أفراد العينة يعتمدون على الفيسبوك كمصدر أخبار لسرعة وسهولة الوصول و47.8% من العينة يرون انه من أهم أهداف أخبار الفيسبوك التسلية والترفيه مقابل 44.7% يستخدمون الفيسبوك للحصول على أخبار متنوعة.

- 36.2% ذكروا ان أكثر المجالات الاخبارية التي تجذب انتباه الطلبة على الفيسبوك هي الاخبار الاجتماعية والثقافية وأعلى نسبة 43.5% ذكرت ان أكثر الاخبار على الفيسبوك محل المتابعة هي أخبار محلية.

- أكبر نسبة من العينة تستخدم الفيسبوك دائما بنسبة 73.9% وأعلى نسبة تعتمد على الفيسبوك كمصدر أخبار أحيانا بنسبة 69.6%.

- 71.4% أعلى نسبة لا تعتمد على الفيسبوك كمصدر للأخبار بسبب اخباره المشكوك فيها وغالبية العينة تبحث عن الاخبار المنشورة على الفيسبوك في وسائل الاعلام الأخرى بنسبة 63.8% وأكبر نسبة تعرضت لأخبار كاذبة 69.6%.

- أكبر نسبة من العينة تتأكد من مصدر الخبر على الفيسبوك أحيانا 56.5% وأعلى نسبة تثق في اخبار الفيسبوك أحيانا بنسبة 78.9%.

2-رسالة ماجستير لمنية إسحاق إبراهيم باعلام القاهرة عن اعتماد الشباب المصري الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار -دراسة تطبيقية على موقعي فيس بوك وتويتر - يوليو 2016¹².

وقد استهدفت الدراسة الكشف عن مدى اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة كمصدر للمعلومات والأخبار من خلال رصد مدى اهتمام ومتابعة الشباب الجامعي للمضامين الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الصفحات الإخبارية المفضلة لدى الشباب بعينة الدراسة ورصد كيفية المتابعة والتأثر والمشاركة لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد مصادر المضامين الإخبارية التي يتابعها الشباب الجامعي ورصد مضمون الأشكال التفاعلية على الصفحات الإخبارية وتأثيرها على مصداقية المضمون.

وتم ذلك من خلال دراسة ميدانية لعينة عمدية من شباب الجامعات الحكومية والخاصة من الذكور والإناث تتمثل في 400 مفردة في جامعتي القاهرة، و سيناء إلى جانب عينة من الصفحات المتخصصة للأخبار صفحات تابعة لمؤسسات صحفية لها نسخة ورقية - صفحات تابعة لمؤسسات صحفية ليس لها نسخ ورقية - صفحات إخبارية تابعة لقنوات تليفزيونية- صفحات تابعة لمؤسسات أجنبية ولها صفحات تصدر باللغة العربية) من مواقع الشبكات الاجتماعية فيس بوك - تويتر).

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من المؤشرات المهمة التي يمكن من خلالها عرض نتائج الدراسة بشكل موجز على النحو التالي:

1- ان المضمون السياسي كان النوع الأكثر انتشارا بين الصفحات الاخبارية المختلفة بنسبة 44.5%

2- ان معظم الصفحات الاخبارية على الفيسبوك وتويتر تهمل توضيح مصدرها في عنوان الخبر أو الصورة المصاحبة له ، وتعتمد على إتباع القارئ للرابط الالكتروني إلى موقعها الرسمي لقراءة تفاصيل الخبر كاملة ، برغم ما اتضح من نتائج الدراسة الميدانية ان 28.7% من الشباب الجامعي فحسب يضغط على الرابط الالكتروني لمزيد من التفاصيل.

3- حاتم سليم علاونه وسهى محمد : استخدامات الصحفيين الاردنيين للفيسبوك والاشباعات المتحققة ، دراسة مسحية على عينة من الصحفيين جامعة اليرموك : 16 مارس 2016¹³.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي وتضمنت توزيع استمارة الكترونية من 38 سؤالاً على عينة عمدية من 94 مفردة من الصحفيين الاردنيين المسجلين بنقابة الصحفيين.

ومن أهم النتائج ان الصحفيين بعينة الدراسة يقومون بانشطة على الفيسبوك تتعلق بعملهم الصحفى من بناء جمهور والعتور على قصص خبرية بنسبة 91.75% لكن تنقصهم المعرفة والمهارات اللازمة للاستخدام الامثل .

وتنوعت دوافع استخدام الصحفيين للفيسبوك وجاء في مقدمتها متابعة صفحات الصحف والمؤسسات الاعلامية ووكالات الانباء ثم التعبير عن الرأى بحرية بعيدا عن سياسة الصحيفة التى يعملون بها ثم مشاركة المحتوى بطرق متعددة.

وجاء في مقدمة الاشباعات التواصل مع الاصدقاء واستقراء المزاج العام تجاه قضية ما ثم تكوين علاقات مفيدة لعمل الصحفى وتبين أن مشاركة الاصدقاء والصفحات الرسمية من أفضل وسائل البحث عن قصص خبرية من وجهة نظر الصحفيين .

4- دراسة خاطر، ترنيم زهدى يوسف عن اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م دراسة ميدانية(2015)¹⁴.

تهدف الدراسة إلى رصد مدى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، وأسباب هذا الاعتماد وأهدافه ودوافعه، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

واستخدمت منهج المسح وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتم جمع البيانات باستخدام صحيفة الاستقصاء، التي تم توزيعها على عينة طبقية عشوائية قوامها (400) مبحوث من طلبة الجامعات الرئيسية في قطاع غزة جامعة الأقصى، الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر)، خلال الفترة 2014/11/23م وحتى 2014/12/15م.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها 1- تصدرت شبكات التواصل الاجتماعي المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة أحداث العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م بنسبة 57,8%.

2- جاء الفيس بوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م؛ بنسبة 78,3%، تلاه تويتر، ثم جوجل بلس.

3- يثق المبحوثون بالمعلومات التي تم الحصول عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م بدرجة متوسطة بنسبة 41%.

4- أهم أسباب ثقة المبحوثين في المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م، ترجع إلى أنها تربط الأحداث بالصوت والصورة، والسرعة في نقل الأخبار.

5- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م تعزى لمتغير النوع، الجامعة، والمستوى الدراسي)، في حين كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير المحافظة والتخصص الدراسي).

7- أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي ودرجة ثقتهم في هذه الشبكات كمصدر للحصول على المعلومات حول العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م.

5-دراسة عالية أحمد عبد العال عن شبكات التواصل الإجتماعى ودورها في تعبئة الحركات الاحتجاجية الجماهيرية 2012¹⁵

استهدفت التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الاحتجاجات الجماهيرية وتحويلها إلى أرض الواقع. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وتم تطبيق صحيفة الاستبيان على المشاركين الفعليين في مظاهرات ميدان التحرير، في الذكرى الأولى لثورة 25 يناير، وطبقت على عينة عشوائية قوامها 200 مفردة، من المشاركين في المظاهرات، وقد تم اختيار عينة عمرية مؤلفة من بعض القائمين على صفحات الفيس بوك "الأدمن" وهي : صفحة حركتي كفاية و 6 أبريل،صفحة الجمعية الوطنية للتغيير وأبناء مبارك .

النتائج العامة للبحث:

1-كشفت البحث أن الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والفيس بوك على وجه التحديد هي الوسائل الأهم في التعرف على الحركات الإحتجاجية، وذلك للثقة في مصداقية الصفحات والقائمين عليها "الأدمن".

2-أكد 61% من المبحوثين أن لصفحات التواصل الاجتماعي دور في حشد الإحتجاجات الجماهيرية وأن 27% يعتقدون بأن لها تأثير أحياناً،و أن النقل الحى المباشر من مكان الأحداث من أكثر الوسائل تأثيراً عليهم فى صفحات التواصل الاجتماعي ، علاوة على قوة الموضوعات المطروحة على الصفحات والصور ومقاطع الفيديو والتعليقات المعبرة.

3- وحول أساليب التأكد من صحة الأخبار المنشورة على صفحات التواصل الاجتماعي، أجمع 29% على أنهم لا يمكنهم التأكد منها، بينما أكد 21% أنهم يمكنهم التأكد من خلال متابعة آراء المختصين والخبراء على الفضائيات ثم التأكد من الوثائق المنشورة على الوسائل المختلفة.

6- دراسة لمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء حول الفيس بوك في مصر والعالم العربي 2010¹⁶ :

كشفت أن عدد مستخدمي الفيس بوك بمصر حتى منتصف يناير 2010 يشغل المرتبة الأولى عربيا و23 عالميا من حيث الدخول على الفيس بوك وعدد مستخدميها بنسبة 1% من مستخدمي العالم .

جاء الفيس بوك في المركز الثاني بين المواقع الالكترونية التي يفضلها المصريون حتى منتصف يناير 2010 ووصل عدد مستخدميها 2.4 مليون يسبقه جوجل وترتفع نسبة المستخدمين بين الذكور 60.6% حسب موقع الفيس بوك 18 يناير 2010 .

واحتل الفيس بوك المركز الثاني عالميا من حيث معدل الدخول عليه حتى فبراير 2010 وبلغ عدد مستخدميها 400 مليون وكل منهم يقضي في المتوسط أكثر من 55 دقيقة يوميا ويتم الاعلان عن اكثر من 3.5 مليون حدث شهريا عبر الموقع ودعوة كل مستخدم الى 3 أحداث شهريا في المتوسط و70% من مستخدميها من خارج الولايات المتحدة وفوق الـ100 مليون مشترك يستخدمون الفيس بوك من هواتفهم المحمولة حسب موقع الفيس بوك حتى فبراير 2010.

طلاب وخريجو الجامعة في مقدمة مستخدمي الفيس بوك بمصر حتى منتصف يناير 2010 بنسبة 98.8% يليهم طلاب الثانوى بنسبة 10.2% ومعظم المستخدمين بمصر من 19 – 30 سنة بنسبة 64.8% ومن 13 لاقبل من 19 سنة بنسبة 18.8% ومن 30 لاقبل من 50 بنسبة 14.3% ومن 50 فأكثر 2.1% حتى منتصف يناير 2010 .

7-دراسة عمرو اسعد :العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمتهم الاجتماعية 2010¹⁷

دراسة تستهدف تحليل دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بقيمتهم سلبا وإيجابا وطبقت على عينة من 193 مقطع فيديو بمساحة زمنية شغلت 951 دقيقة و13 ثانية من المواقع الأكثر مشاهدة بين الشباب من موقع يوتيوب خلال الفترة من 1 يناير حتى 31 مارس 2010 مع تحليل مضمون 93 قناة تتضمن صفحات شخصية على يوتيوب و 202 صفحة شخصية على الفيس بوك واستخدمت المنهج المسحي بالتطبيق على عينة عمدية من طلاب الجامعات من مصر للعلوم والتكنولوجيا والقاهرة والازهر والجامعة الأمريكية من مستخدمي اليوتيوب والفيس بوك.

وتوزعت عينة طلاب الجامعات بين جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا 82 طالبا وطالبة) وجامعة الأزهر 45 طالبا وطالبة) والجامعة الأمريكية 39 طالبا وطالبة (وجامعة القاهرة 36 طالبا وطالبة) .

وكشفت نتائج الدراسة أن الذكور أكثر ايجابية من الاناث في تفاعلهم مع الفيسبوك حيث يستغلون صفحات المعجبين ومجموعات النقاش للتعبير عن أفكارهم بحرية وكتابة آراء وخواطر في صفحاتهم الشخصية بينما تهتم الاناث اساسا باستخدام الفيسبوك في التواصل مع الاصدقاء والمعارف .

كما احتلت مجموعات النقاش الترفيهية مقدمة مجموعات النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة بنسبة 34.7% وفيها يتم تناول الأفكار والموضوعات البسيطة مثل موضوعات الفن والرياضة يليها مجموعات النقاش الدينية التي تتناول القضايا الدينية العامة بنسبة 32.7% بعدها مجموعات النقاش الاجتماعية بنسبة 30.4% يليها مجموعات تتناول اهتمامات خاصة بطلاب الجامعة بنسبة 29.1% من عرض لأهم الدورات والبرامج الدراسية وغيرها ثم مجموعات النقاش السياسية بنسبة 26.5% .

ب-الدراسات الاجنبية :

1-دراسة Kateria Eva Masta and Elesha Shearer عن استخدام الاخبار عبر منصات "السوشيال ميديا" في سبتمبر 2018¹⁸

أشارت دراسة حديثة أجراها مركز بيو للأبحاث، إلى أن نسبة البالغين الأمريكيين الذين حصلوا على أخبارهم من وسائل الاعلام الاجتماعي شهدت زيادة طفيفة بنسبة 1% في 2017 عن 2016، حيث إن "الفيسبوك" أصبح المنصة المفضلة بالنسبة لغالبية المستخدمين.

وكشفت أن ثلث البالغين الامريكيين يحصلون على الاخبار على الاقل "أحياناً" من وسائل الاعلام الاجتماعي وحسب مسح لمركز ابحاث بيو الامريكي فان الغالبية تكون متوقعة أن هذه الاخبار غير دقيقة الى حد كبير.وأكدت الدراسة، أنه رغم أن منصات وسائل الإعلام الاجتماعي تلعب دورًا رئيسيًا في زيادة وانتشار الأخبار الوهمية وغير الحقيقية إلا أنه يوميًا يزداد عدد الحاصلين على الأخبار عن طريقها.

وأغلب مستخدمي الاخبار عبر منصات "السوشيال ميديا" ذكروا انها تحدث اختلافًا قليلًا في فهم الاحداث الجارية وأن 36.5% من العينة يرون أن هذه الاخبار تساعد على الفهم أكثر مما تحدث لبسا .

2-دراسة Ran Wei, Jinghua Huang, Pei Zheng: استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي عبر الموبايل في الاتصال الجماهيري بالصين من خلال الحسابات أو الجروبات العامة على تطبيق "we chat" سبتمبر 2017¹⁹:

تبين أن استخدام تطبيق "وي شات" للاتصال الجماهيري والانترنت يتزايد وايضا مصداقيته تتزايد ويحقق اشباعين الحصول على معلومات والاتصال بدوائر الاصدقاء وتمكين المشتركين من التفاعل في أنشطة مختلفة مثل تبادل الرسائل ومكالمات الفيديو والصوت و"الشات" .

وثبت أن ملايين الصينيين يعتمدون اليوم على المصادر الرقمية في الاخبار والمعلومات أكثر من الاعلام التقليدي.

وكشفت نتائج الدراسة الميدانية أنه من اجمالى 1552 مبحوثا الغالبية 41.9% تستخدم تطبيق "وى شات" للاتصال بالانترنت من خلال التابلت يليه الموبايلات الذكية 32.2% ثم اللاب توب 14.6%.

وثبت أن هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدام الانترنت وتبادل الرسائل على التطبيق وكلما زادت المصادقية زاد الاشتراك والتفاعل في تبادل المعلومات والاخبار .

3-دراسة معهد "رويترز" لدراسة الصحافة في بريطانيا: "فيسبوك" يتغلب على وسائل الاعلام كمصدر للأخبار 2016²⁰.

كشفت استطلاع للرأي أجراه معهد "رويترز" لدراسة الصحافة في بريطانيا، أن أكثر من 50% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يعتمدون عليها كمصدر للأخبار، إضافة إلى أن غالبية المستخدمين يستخدمون "فيسبوك" لتحقيق ذلك.

وشمل الاستطلاع الذي أجراه المعهد، 50 ألف مستخدم لشبكة الانترنت في 26 دولة، وأشارت الدراسة، إلى أن 28% من الشبان بين 18 و 24 عاماً يفضلون وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي لمعرفة الأخبار فيما يعتمد 24% منهم على التلفاز.

وتجاوز استخدام الهواتف الذكية للوصول إلى الأخبار، استخدام أجهزة الكمبيوتر الثابتة والمحمولة للمرة الأولى في كل من بريطانيا والولايات المتحدة، وأكد التقرير أن 53% من العينة المشاركة في استطلاع الرأي يعتمدون الهواتف الذكية في الحصول على الأخبار.

وأكد الاستطلاع، أن "فيسبوك" هو الأكثر أهمية وشيوعاً لقراءة ومشاهدة الأخبار وتبادلها بين المستخدمين بنسبة 44% ممن شملتهم الدراسة، ويليه "يوتيوب" بنسبة 19%، ثم "تويتر" بنسبة 10%.

4- دراسة Sarah Kessler عن الفيسبوك ممر اخبارى يفوق تويتر بين المواقع الاخبارية الكبرى 2011²¹

ثبت أن الفيسبوك ممر أكثر أهمية للوصول لمصادر الأخبار الالكترونية مقارنة بتويتر وفق دراسة لمركز بيو الأمريكى للصحافة 2011 تشير الى ان بيانات قاعدة نيلسن تبين أنه من 35- 40% من حركة المرور لـ 25 موقعا اخباريا لهم عدد كبير من الزوار شهريا تتم عن طريق روابط على مواقع اخرى يضغط عليها القارىء بدلا من الذهاب الى عنوان المواقع مباشرة .

وسيطر جوجل على الحركة وكانت فى معظمها للبحث أو التغطيات الخبرية وشكل الفيسبوك نسبة مهمة من تمرير جمهور المواقع بخلاف تويتر الذى سجل نسبة أقل فى التمرير منها نحو 3% من حركة المرور الى لوس انجلوس تايمز .

5-دراسة لمركز بيو للصحافة الأمريكية:ماذا يعنى الفيسبوك وتويتر بين مصادر الأخبار 2011²²

تبين وفق تقرير لمركز بيو الامريكى للصحافة عن الابحار بين أخبار الانترنت فى 2011 أن تبادل الاخباروبروز الشبكات الاجتماعية وتأثيرها القوى على الأخبار وخاصة الفيسبوك من أهم التطورات التقنية فى العقد الحالى بينما كانت البحث عنها من أبرز تطورات العقد الماضى .

واستند البحث الى مسح اجريت بالتليفون فى يناير 2012 بالتطبيق على عينة من الشباب من 18-29 عاما من سكان الولايات المتحدة وتضمن مقابلات أجريت مع 3016 شابا منهم 1,809 عبر التليفون الارضى نظير 1,207 بينهم 605 لايملكون تليفون ارضى تحت اشراف الرابطة الدولية لبحوث برينستون .

واكد التقرير أن الفيسبوك وتويتر الآن ممران للاخبار ولكن دورهما ليس بالكبير كما افترض البعض والمستخدمون لهذه الشبكات بحثا عن الاخبار مازال عددهم صغيرا نسبيا خاصة فى القضايا المعتادة والمتاحة ولم يتخلوا عن مصادرهم الاخرى مثل الذهاب الى المواقع أو البحث

أى ان الشبكات الاجتماعية مازالت مصادر مكتملة أو ثانوية وليست بديلة لمصادر الأخبار التقليدية .

ومازال الفيسبوك وتويتر رائدين صغيرين للاخبار لأن 9% فقط من متصفحى الأخبار الرقمية يتابعونها عادة عبر الموقعين من خلال ال3 أجهزة :الكمبيوتر والتليفون الذكى والتابلويد والتلث يذهب من خلال أحد الاجهزة للمواقع الاخبارية مباشرة .

وأكثر من ضعف مستخدمى الاخبار المباشرة يتابعونها عبر الفيسبوك أكثر من تويتر و82% من زائرى الفيسبوك للبحث عن الاخبار يأخذونها من تويتر.

6-دراسة **Steve Paulussen & Raymond A. Harder** عن الاشارات للفيسبوك وتويتر واليوتيوب كمراجع فى الجرائد -ابريل 2014 لبحث كيفية استخدام واختيار "السوشيال ميديا" كمصدر أخبار فى التغطية الخبرية بجريدتين بشمال بلجيكا هما: **دى مورجين ودى ستاندرد** ²³

رصدت الدراسة مانشر من مواد صحفية من يناير 2006-ديسمبر 2013 بنسختين مطبوعتين من الجريدتين وتم رصد 8686 خبرا "بدى مورجين" و7111 خبرا "بدى ستاندرد" تشير لموقع على الأقل من مواقع التواصل الاجتماعى وتم تحليل 285 خبرا من "دى مورجين" و306 خبرا من "دى ستاندرد" من أول يناير لآخر ديسمبر 2013 لمعرفة مدى اشارتها الى السوشيال ميديا الفيسبوك وتويتر واليوتيوب) وهل هى مصدر اساسى أم غير اساسى للاخبار ونوعية ونطاق الاخبار ومن المشاهير الذين تغطى أخبارهم .

وتبين ان جريدة "دى مورجين" نشرت 1434 قصة خيرية تشير لأحد مواقع التواصل الاجتماعى بينما نشرت "دى ستاندرد" 1520 قصة مماثلة. وثبت ان الاشارة لكل من هذه المنصات أصبحت شائعة فى تغطية الجرائد بشكل يومى .

ثانيا:دراسات الصحافة الالكترونية:

1-سماح عبد الرازق الشهاوى وفاطمة الزهراء عبد الفتاح "دراسات الصحافة الالكترونية والاعلام الجديد"،دار النهضة العربية -2016 ²⁴.

تم تحليل مضمون كفى للنسخ الالكترونية من صحف الدراسة الاربع "الجزيرة - الرياض- الوطن - عكاظ" لمدة اسبوع لمعرفة مدى اتساق المحتوى مع السمات الاتصالية

للصحف الالكترونية من 23-29 يناير 2016 وتمت مقابلات مقننة مع المسؤولين عن الاصدارات الالكترونية لمعرفة أهدافها واساليبها ومدى اتساقها مع الاصل المطبوع.

ومن أهم النتائج أن النسخ الالكترونية على عكس ما ذكر المسئولون عنها لا تتسم بالتحديث المباشر من حيث نشر الاحداث وقت حدوثها باستثناء الوطن التي تحدث المضمون على مدار الـ 24 ساعة ولا تستخدم الوسائط المتعددة بالقدر الكافي لدعم النص لبطء الشبكة.

وبالنسبة لأسباب تفضيل أفراد العينة استخدام مصدر اخبارى معين ، فجاء فى الترتيب الاول أن يواكب المصدر الاحداث بسرعة وبالترتيب الثانى أن يعتمد على مصادر متنوعة ثم يقدم تغطية شاملة مكتملة للاحداث ثم دقيق وأخيرا غير متحيز.

وظهرت ميزة الصحف والمواقع الالكترونية فى اتاحة امكانية تحقق القارىء من المصادقية من خلال ارسال رابط الخبر أو الموضوع او الوسيلة الى رابط يقيس مصداقية الاعلام مثل مؤشر مصداقية الاعلام .

2-دراسة رضا عبد الواحد عن الصحافة الالكترونية 2007 25 :

طبقت على 400 مفردة 250 ذكورا مقابل 150 اناثا (من النخبة الاعلامية والاكاديمية والدينية والسياسية وتراوحت أعمارهم بين 30 و40 سنة بنسبة 25 % لكل نخبة.

-وكشفت الدراسة أن 41.75% يدخلون يوميا على الويب ،وجاءت ضرورة العمل فى مقدمة الأسباب أى بدافع نفعى وفق تصنيف "كاتز" يليه معرفة الاخبار، فالتسلية والترفيه ثم اكتساب المعارف والمهارات والبحث عن عمل، فالدخول على البريد الالكترونى واعداد الملفات .

-وأغلب النخبة تتعرض للصحف الالكترونية بانتظام بسبب الفورية وخدمة التحديث وقلة التكلفة وامكانية العثور عليها مطبوعة والشعور بالتميز و عدم قراءة الصحف الورقية.

3-دراسة مها عبد المجيد عن النسخ الالكترونية للصحف اليومية 2004 26:

تضمنت تحليلا للمضمون من أول ديسمبر 2003 حتى 30 يناير 2004 بواقع 20 إصدارا إلكترونيا من صحف الأهرام اليومي، الشرق الأوسط، US today) بأسلوب الأسبوع الصناعي واقتصرت عينة الدراسة التحليلية على المواد الإخبارية المنشورة بالصفحة التمهيدية لصحف الدراسة لأنها أكثر المواد التي تظهر بها سمة الفورية.

أما الشق الميداني ،فيستهدف رصد وتوصيف نماذج استخدام المصريين للنسخ الإلكترونية من الصحف الورقية ومدى ثقتهم فيها ، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية 402 مفردة) من مستخدمي الانترنت الذين تتجاوز أعمارهم 18 عاما وتتنوع مستوياتهم التعليمية والاقتصادية والاجتماعية واستخدمت الدراسة المنهجين المسحي والمقارن .

ومن أهم نتائجها: أن الذكور يستخدمون النسخ الإلكترونية الصحفية بشكل أكثر كثافة من الإناث خاصة ممن تتراوح أعمارهم بين 31 و50 سنة ومن ذوى المستويات الاقتصادية والتعليمية المرتفعة، ومن ترتبط مجالات عملهم ودراساتهم باستخدام الانترنت

ثالثاً: دراسات عن تأثير الانترنت على وسائل الاعلام التقليدية :

1- دراسة معهد "يوجوف": تراجع "الفيديو" كمصدر للأخبار لحساب برامج التراسل الفوري 2018²⁷

-أظهرت دراسة أجراها معهد "يوجوف" لاستطلاعات الرأي، شملت 74 ألف شخص في 37 بلدا حول العالم لحساب معهد "رويترز" لدراسات الصحافة التابع لجامعة "اكسفورد"، تراجع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" لمتابعة الأخبار لحساب استخدام برامج للمراسلات مثل "واتساب" حيث تراجع معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة بواقع ست نقاط مئوية في 2018 مقارنة مع العام الماضي.

وعلى صعيد "فيسبوك" وحده، تراجع استخدام هذه الشبكة الاجتماعية الأولى في العالم بنسبة 9% خلال الفترة عينها في الولايات المتحدة و2% في بريطانيا وفرنسا. وفي الوقت نفسه، سجلت الدراسة ازديادا في استخدام تطبيقات المراسلة من جانب "مستخدمين راغبين في الإفادة من مساحات خاصة أكثر للتواصل".

وكشفت الدراسة أيضا أن الثقة بوسائل الإعلام عموما لا تزال ثابتة عند مستوى ضعيف يبلغ 44% نظير 23% من الأشخاص الذين استطلعت آراؤهم أبدوا ثقتهم بالمعلومات التي يحصلون عليها عبر وسائل التواصل الاجتماعي فيما أعرب أكثر من نصف هؤلاء (54%) عن قلقهم من عدم القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة عبر الانترنت وتلك الكاذبة.

2- دراسة panel Philipp and Others عن استخدام أخبار الفيديو كبديل لمصادر أخبار أخرى 2016²⁸

-في الوقت الذي يتزايد فيه عدد مستخدمي الفيديو كمصدر اساسي للأخبار السياسية والاجتماعية خاصة الاصح سنًا، يناقش البحث استخدام الفيديو كفرع أو وسيط لمصادر الاخبار الأخرى ويفترض ان التعرض لبوستات الاخبار على الفيديو يزيد الاحساس بانك على دراية جيدة بالاحداث بغض النظر عن المعرفة الفعلية المكتسبة وبهذه الطريقة المحتوى الاخبارى على الفيديو قد يزيد الفجوة المعرفية بالمجتمع.

وتم اجراء مسح الكترونى على 390 مفردة من مستخدمي الانترنت الالمان وتبين ان الاحساس بان أخبار جيداً بالاحداث يتم تدعيمه من خلال كم التعرض لاخبار الفيديو وليس بمحتوى الاخبار المقروءة فعليا .

-ويتزايد الاحساس بالاخبار جيداً عبر الفيديو مع انخفاض الحاجة للاقناع وهذا يخفض استخدام مصادر الاخبار الأخرى.

3-دراسة مركز بيو لأبحاث الصحافة الأمريكية عن ترتيب الفيديو وتويتر والتلفزيون الكابلى بين مصادر أخبار حملة الرئاسة الأمريكية 2012²⁹:

توصلت الدراسة الى أن غالبية المبحوثين وضعت التلفزيون الكابلى مصدرا رئيسيا للحملة الرئاسية مثل حملات سابقة والتلثان اعتبروا الانترنت المصدر الرئيسى لاول مرة التلث تقر بيا يعتبر الانترنت قبل الصحف اليومية .

-كما انخفض جمهور مصادر أخبار الحملة التقليدية بما فيها التلفزيون وشبكات الأخبار المسائية والجرائد اليومية في 2008 و2012 مقارنة ب 2000 و2004. وتبين أن اعتماد الشباب على مصادر الاخبار التقليدية انخفض بما يقترب من النصف للصحف اليومية والنصف للشبكات الاخبارية المسائية وايضا للتلفزيون المحلي مقارنة بحملة 2008 .

وأكدت الدراسة أن حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2012 جذبت اهتمام جمهور الانترنت من الديمقراطيين والشباب تحت 30 سنة مقارنة بنظيرتها في يناير 2008 وفق مسح مركز بيو للأبحاث الأمريكية. كما تلعب شبكات الأخبار الاجتماعية دورا وسيطا في حياة الشباب حيث ان 40 % تحت 50 سنة تابعوا الحملة بانتظام عبر الفيسبوك نظير 24 % فقط بين 50 فأكثر .

وفيما يتعلق بأهم مصادر الأخبار الالكترونية للحملة الرئاسية ، فمعظم من يستقون الأخبار المباشرة ممن فوق ال30 عاما يعتمدون على المواقع والشبكات الاخبارية ثم محركات البحث للاضافة ، الربع تقريبا يعتمد على cnn فياهو فوجل ثم فوكس واعتمد 5% منهم على الفيسبوك نظير 2% على تويتر وأغلب مستخدمي تويتر غير منتظمين ، والشباب تحت ال30 وضعوا ترتيب مماثل لمصادر أخبار الحملة الالكترونية ولكن اعتمد 8% على الفيسبوك نظير 4 % على تويتر.

4-دراسة هند بداري عن "تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الاعلام المطبوعة" 2007³⁰:

دراسة ميدانية تضمنت عينة عمدية مكونة من 500 مفردة من سكان محافظتي القاهرة وأسيوط الذين يستخدمون وسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة، واشتملت على أعمار متفاوتة أغلبها من الشباب ومستويات تعليمية واجتماعية -اقتصادية مختلفة وتخصصات مهنية متنوعة باستخدام أدوات الاستبيان والمقابلة الشخصية.

ومن أهم نتائجها: لايزال تأثير استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة على وسائل الإعلام المطبوعة محدوداً بالمجتمع المصري ويبرز بين المنتمين للمستويات الاجتماعية الاقتصادية المرتفعة وذوي التخصصات المهنية المتصلة بالتكنولوجيا الحديثة.

وأوضحت الدراسة أن نسبة إنفاق الأسرة المصرية على وسائل الإعلام الجماهيري ارتفعت نحو 5% من إجمالي الدخل السنوي بعد استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة .

5-دراسة John P. Robinson, Meyer Kestnbaum, Alan Neustadt, and Anthony S. Alvarez عن تأثير الانترنت على استخدام وسائل الاتصال الأخرى 2002³¹:

اختبرت الفرض القائل بأنه كلما زاد استخدام الإنترنت انخفض استخدام وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي في ضوء فرضية الكفاءة الوظيفية حيث تم تصميم مقياس لاستخدام الوقت بناء على مجموعة من بيانات مفكرة للأنشطة اليومية عن كيفية تفضيل الناس لوقتهم

طبقت بالمسح القومي لعامي 1998-1999م على 948 مبحوثاً تتراوح أعمارهم بين 18-64 سنة.

ومن أهم نتائجها أن مستخدمي الإنترنت أكثر ميلاً للقراءة الكتب والصحف) من غير المستخدمين وأقل مشاهدة للتلفزيون. وبينما انخفضت أنشطتهم الاجتماعية خارج البيت ساعتين مقارنة بغير المستخدمين، فقد زادت حواراتهم داخل البيت مع أفراد العائلة أو بالتليفون بمعدل ساعة.

6-دراسة Clark ,Gilbert عن "الجراند والإنترنت" 2002 :32

تضمنت الدراسة بحثاً ميدانياً طبق على 18 شركة جرائد وتلاه بحث على 100 جريدة كبرى في الولايات المتحدة و71 مقابلة مع أشخاص تدرجوا من رئيس مجلس إدارة كل مؤسسة إلى مديري المواقع الإلكترونية وطاقم التسويق.

وبينت الدراسة أن معدلات قراءة الجرائد الورقية ضعيفة، فمن بين 10 قراء لمواقع الجرائد الإلكترونية هناك أربعة يقرؤون النسخ الورقية واثان فقط مشتركان بها، فهؤلاء القراء يستخدمون النسخ الإلكترونية أكثر من المطبوعة لرغبتهم في الحصول على معلومات سريعة تفيدهم في حياتهم أي أن هناك نمواً متزايداً في قارئية الويب .

أولاً: نقاط الاتفاق بين الدراسات السابقة:

1- أجمعت الدراسات السابقة على أن "الحاجة للمعلومات ومعرفة الأخبار" في مقدمة دوافع التعرض لوسائل الإعلام الإلكترونية والمطبوعة سواء بالنسبة للتعرض لشبكة الإنترنت بمصر مثل دراسة رضا عبد الواحد أو بالولايات المتحدة مثل دراسة Clark , Gilbert.

2- اتفقت كثير من الدراسات على وجود علاقة ارتباطية بين الخصائص الديموجرافية للجمهور وسلوكه الاتصالي.

3-اتفقت الدراسات السابقة خاصة العربية على أن مصادر الاخبار والمعلومات الفورية مفضلة في متابعة الاحداث الدولية عن نظيرتها المطبوعة وأن مستوى التفاعلية المتاحة بالمواقع الاعلامية الفورية مازال محدوداً مثل دراستي مها عبد المجيد بمصر و tanjev Schultz في الولايات المتحدة .

4-اتفقت نتائج الدراسات السابقة في ان الذكور اكثر ايجابية من الاناث في تفاعلهم مع الفيسبوك وأكثر استخداما للإنترنت مقارنة بالاناث مثل دراسة عمرو أسعد بمصر وأن الذكور يستخدمون النسخ الإلكترونية الصحفية بشكل أكثر كثافة من الإناث مثل دراسة مها عبد المجيد .

5-اتفقت بعض الدراسات على تزايد استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية كمصادر في التغطية الإخبارية كدراسة كاتيريا ايفا ماستا واليسا شيرار 2018 ودراسة ستيف بولسن و ريموند هاردر 2014 ورسالة ماجستير باعلام القاهرة للباحثة منية إسحاق إبراهيم. يوليو 2016.

6- وافقت كثير من الدراسات في أن الكثيرين يعتمدون على السوشيال ميديا والفيديو في متابعة الاخبار رغم الشك في مصداقيتها بسبب سهولة وسرعة انماط الاستخدام مثل دراسة استخدام الاخبار عبر منصات السوشيال ميديا في سبتمبر 2018 لكاتيريا ايفا ماستا واليسا شيرار ودراسة سماح عبد الرازق الشهاوى وفاطمة الزهراء عبد الفتاح 2016.

7- اثبتت بعض الدراسات ان الكثير من المستخدمين يعتمدون اليوم على المصادر الرقمية في الاخبار والمعلومات اكثر من الاعلام التقليدي مثل دراسة لران وي، جينجها هانج وباي زيهنج .

8- لا يزال دور الفيديو وتويتر محدود في التغطية الاخبارية رغم انها ممران لكثير من المواقع الاخبارية وأن أكثر من ضعف مستخدمى الاخبار المباشرة يتابعونها عبر الفيديو أكثر من تويتر دراسة مركز بيو للصحافة الأمريكية (2011).

9- وافقت كثير من الدراسات في أن الاخبار الخفيفة والاجتماعية والثقافية والدينية تنصدر نوعية الاخبار المفضل متابعتها على الفيديو وان كانت هناك تزايد في متابعة الاخبار السياسية والجادة بالدول العربية ومصر خاصة بعد ثورات الربيع العربى .

10- وافقت كثير من الدراسات في ان الموبايلات الذكية ساهمت في انتشار استخدام تطبيق الفيديو وزيادة تأثيره مثل دراسة معهد رويترز للصحافة في بريطانيا .

ثانياً: نقاط الاختلاف بين الدراسات السابقة:

1- اختلفت الدراسات فيما يتعلق بتأثير استخدام شبكة الإنترنت على معدل التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، فبعض الدراسات أثبتت أن استخدام الإنترنت أثر سلباً على معدل مشاهدة التلفزيون وقراءة الصحف والكتب سواء في الولايات المتحدة كدراسة Clark, Gilbert (2002) أو في مصر مثل: هند بدارى، دكتوراه (بينما اشارت دراسة John P. Robinson & others (2002) الى أن مستخدمي الإنترنت أكثر ميلاً للقراءة الكتب والصحف) من غير المستخدمين.

2- في حين اشارت بعض الدراسات الى تراجع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" لمتابعة الأخبار لحساب استخدام برامج للمراسلات مثل "واتساب"، لقلق الجمهور إزاء نشر معلومات كاذبة عبر الانترنت مثل دراسة أجراها معهد "يوجوف" لاستطلاعات الرأي وشملت 74 ألف شخص في 37 بلدا حول العالم لحساب معهد "رويترز" لدراسات الصحافة التابع لجامعة "اكسفورد".

3- وأكدت دراسة لمركز بيو للصحافة الأمريكية عن: ماذا يعنى الفيديو وتويتر بين مصادر الأخبار 2011 أن شبكات التواصل الاجتماعي مازالت مصادر مكملة لمصادر الاخبار التقليدية .

*ويمكن تفسير الاختلاف في نتائج الدراسات باختلاف مجتمعات البحث ومفردات العينات والفترات الزمنية فضلاً عن أن الدراسات التي اشارت لعدم تأثير الإنترنت سلباً على سائر وسائل الإعلام اقتصر على دراسة تأثيرها على التعرض للمحتوى الإخباري في الوسائل

الإعلامية التقليدية وأجريت في سنوات سابقة لانتشار تطبيقات الانترنت و"السوشيال ميديا" وارتبطت بنوعية العينة أو فئة محددة من الجمهور.

ثالثاً: رؤية نقدية للدراسات السابقة:

-اعتمدت معظم الدراسات السابقة على نظرية الاستخدامات والإشباع ولم تعتمد إلا قلة من الدراسات على نظريات الاتصال التي تناسب خصوصية دراسة وسائل الاتصال المستحدثة كقراء الوسيلة والتكافؤ الوظيفي والثبات النسبي .

-أغلبها دراسات ميدانية أجريت على عينة من الجمهور سواء كان مصرياً أو عربياً أو من الولايات المتحدة الأمريكية أو من دول مختلفة عبر الإنترنت.

.واشتملت فئات عينات الجمهور على: الشباب والطلاب والصفوة الفكرية والسياسية والثقافية والاقتصادية والإعلامية في المقام الأول دون التطرق إلى الصفوة التنفيذية والشعبية والمدنية .

-وبينما ركزت الدراسات العربية على الشباب والصفوة نجد أن الدراسات الأجنبية اهتمت بالبالغين 18 سنة فأكثر أي طبقت على أعمار متفاوتة ما عدا الأطفال والمراهقين .

-معظم الدراسات استخدمت المنهج المسحي إلى جانب المقارن والقليل منها جمع بين المسحي والعلاقات المتبادلة ولم يستخدم المنهج شبه التجريبي الا نادراً.

-من أهم الأدوات التي اعتمدت عليها في جمع البيانات الاستبيان سواء بالمقابلة أو بالتليفون أو بالبريد الإلكتروني. -واهتمت بالجانب الكمي أكثر من الجانب التحليلي الكيفي.

**الملاحظ قلة الدراسات العربية عن شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وبطء مواكبتها لتطورات الظاهرة رغم تنامي وتنوع استخدام الشبكة ومعظمها اعتمد على دراسة الجمهور لمعرفة مدى استفادته وقليل منها تضمن مقابلات الاعلاميين والمسؤولين وتحليل لمضمون المواقع الإلكترونية .

الاطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة على مدخلين نظريين لمحاولة فهم طبيعة الموضوع نظراً لاحتوائه على محور متمثل في الوسيلة ذاتها وطبيعتها المتشابهة وآخر خاص بطبيعة العلاقة ما بين المستخدم الاعلامي (والقائمين على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بخصائصهم وقدراتهم التفاعلية في التأثير على الجمهور وهما :

1-مدخل المستخدم المنتج:

ويعتبر مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدم "User Generated Content" UGC من أحدث المفاهيم المرتبطة بصحافة الإعلام الجديد ويعد تطوراً لمفاهيم سابقة شغلت الدراسات الصحفية السنوات القليلة الماضية مثل مفهوم التفاعلية Interactivity، وصحافة المواطن Citizen Journalism، وصحافة المشاركة Participatory Journalism. ومع إنتشار وتزايد أهمية وسائل الإعلام الجديدة، بدأ هذا المفهوم يحظى

باهتمام بعض الباحثين، باعتباره يعكس تحولاً جذرياً في التقاليد والأعراف والممارسات والمفاهيم الصحفية التقليدية، وطبيعة العلاقة بين المشاركين والمستهدفين من العمل الصحفي.

وقد ساهمت عدة عوامل في إنتشار هذا المفهوم من بينها: تصاعد أهمية الإنترنت وتمتعها بالعديد من السمات التي تمكن المستخدمين من إنتاج مضامينهم بأنفسهم ونشرها بيسر وسهولة، والاعتماد المتزايد على الرقمنة في العمل الإعلامي، وسهولة التواصل والاندماج بين الأجهزة المستخدمة في إنتاج هذه المضامين *Walter Von & Querying* (2004)، وإنتشار مساهمات المستخدمين في ساحات ومندقيات الإنترنت والمدونات والمواقع المختلفة، وتصاعد التنافس بين المؤسسات الإعلامية لشراء أكثر المواقع إستضافة لمضامين المستخدمين كما حدث مع موقع يوتيوب.

وقد تنوعت تعريفات الباحثين لمفهوم المضمون الذي ينتجه المستخدمون، منها: أنه أي مضمون ينتجه مستخدمو وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم، وبشكل مستقل عن أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية، ويستهدف مستخدمين آخرين، أو هو " مضمون ينتجه الجمهور للجمهور، ويُنشر بشكل إلكتروني (Bergström, 2008) مع التأكيد على أنه مصطلح متسع يمتد من مجرد تصنيف القراء لأهمية موضوعات معينة إلى ما يبثونه على اليوتيوب (Williams, 2007). ووفقاً للمفهوم، فإنه بمقدور الجمهور المشاركة في كل مراحل صناعة الخبر والمعلومة والرأي سواء من جمع المادة أو تحريرها أو اختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتخاذ قرار بإرسالها لآخرين أو حذفها، وكل ما يتعلق بسلطات ومهام حارس البوابة الإعلامي.

وللمضامين التي ينتجها المستخدمون أهمية كبيرة في العمل الإعلامي، فهي تزود المؤسسات الإعلامية بمصدر ثري من المعلومات والأخبار، كما تفيد في تشكيل رأي عام جماعي فاعل ونشط، واكتشاف وتنمية المواهب الإعلامية لدى المستخدمين وتحويلهم من مستقبلين سلبيين إلى نشطاء فاعلين في صناعة الأحداث و بناء الأجندة الإعلامية، كما تزود المؤسسات الإعلامية بشهود عيان للأحداث، وبما يمكنهم من تنويع مصادر موضوعاتهم الصحفية. وتبرز أهمية هذه النوعية من المضامين في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث الكبرى (Neuberger et al. 2007)، وكذلك في الحالات التي تفرض فيها السلطات حظراً على وسائل الإعلام التقليدية .

ومع تزايد أهمية الاعتماد على هذه النوعية من المضامين بدأت المؤسسات الإعلامية في تدريب صحفييها على كيفية الاستفادة منها، وصياغة سياسات توضح حقوق وواجبات كل من المؤسسة والمستخدمين، وكذلك أدلة إرشادية لتعريف المستخدمين بكيفية إرسال مضامينهم الإعلامية، والمبادئ التي يجب الإلتزام بها، ما انعكس على تطوير الأداء المهني للمستخدمين ، وعلى زيادة حرص هذه المؤسسات على التأكد من صحة ودقة المضامين التي ينتجها المستخدمون، كما بدأت بعض المؤسسات الإعلامية سن نظم وإجراءات محددة لمتابعة عملية إنتاج المضامين الإعلامية على مواقعها، وتخصيص فرق عمل لذلك، مع تطوير التعاون بين الوسائل الإعلامية التقليدية والإلكترونية³³.

2-مدخل وثرء وسائل الاعلام: Media Richness Theory

قدمه دافت ولينجل Daft and Ienle 1984م، حيث يفترض أن وسائل الإعلام تتميز عن بعضها البعض في درجة الثراء وأن ثراء الوسائل الإعلامية يؤثر على اختيار الوسائل وعمليات الاتصال ونتائج المهام الاتصالية. ويرتكز ثراء الوسائل الإعلامية على أربعة معايير هي: رجوع الصدى، تعدد الرموز أو الوسائط الاتصالية، تنوع اللغات ودرجة التركيز الشخصي. وكلما توافرت هذه العناصر بكثرة في الوسيلة الإعلامية، كانت هذه الوسيلة أكثر ثراءً.

وقد اعتبر دافت وزملاؤه الاتصال الشخصي المباشر وجهاً لوجه أكثر الوسائل الاتصالية ثراءً يليه التليفون، فالبريد الإلكتروني، ثم الاتصال البريدي المكتوب.

* ويفترض المدخل النظري أن إقبال الأفراد على استخدام الوسائل الأكثر ثراءً كالاتصال المباشر يكون أكثر في مستويات الغموض العالية لتخفيض درجة الغموض بينما يستخدمون الاتصال الإلكتروني الأقل ثراءً في مستويات الغموض المنخفضة.

ويفترض أيضاً أن بيئات الوسائل الإعلامية الجديدة قد تختلف من حيث سرعة وسعة الوسيلة، مما يؤثر بشكل مباشر على درجة ثراءها أي عدد الوسائط الاتصالية وتنوع اللغات ودرجة التركيز الشخصي³⁴.

ورغم قدرة الوسائل الأكثر ثراءً على إزالة كم أكبر من الغموض إلا أنها تعتبر أكثر تكلفة من الوسائل الأقل ثراءً³⁵.

وبوجه عام، هذه البحوث قيمت الاختيار للوسائل الأنسب أكثر من استخدامها وركزت على الأنشطة الاتصالية بدلاً من معالجة المعلومات، فالفرضية الرئيسية لنظرية ثراء الوسيلة لم تختبر بعد بدرجة كبيرة (Rice: 1992): هل استخدام الوسيلة الإعلامية الأكثر ثراءً أفضل من الأقل ثراءً لتحسين الأداء في المهام الغامضة؟

كما افترض دافت ولينجل 1986م أن المديرين بإمكانهم تحسين الأداء بالتوفيق بين سمات الوسيلة الإعلامية واحتياجات المهام التنظيمية المتعلقة بمعالجة المعلومات.

وقد وجد (Valacich et al, 1994) من خلال دراسته لعملية اتخاذ القرار أنه لا يوجد اختلاف كبير في نوعية القرار بمواءمة ثراء الوسيلة لدرجة غموض المهمة.

وكان التأثير الوحيد لتنوع ثراء الوسيلة الإعلامية على وقت اتخاذ القرار فقط بحيث أن الوسيلة الإعلامية الأكثر ثراءً تدعم اتخاذ القرار الأسرع بغض النظر عن غموض المهمة. وعلى عكس توقعات النظرية ثبت أن استخدام الـ CMC أكثر من الفيديو يزيد وقت اتخاذ القرار بدرجة أكبر للمهام الأقل غموضاً بالمقارنة بالأكثر غموضاً.

وبناء على هذه الدراسة والبحوث السابقة، نستطيع استخلاص أن ملائمة ثراء الوسيلة الإعلامية لغموض المهمة لا تحسن الأداء للوسائل الجديدة. فالنتائج لم تدعم الفرضية الرئيسية للنظرية³⁶.

*الانتقادات الموجهة للمدخل :

هذا المدخل لم يأخذ في الاعتبار الوظائف الكلية لوسائل الإعلام الجديدة والعلاقات المتداخلة في استخدام التكنولوجيا الجديدة، كما أن التكوين الأساسي للثراء الإعلامي كخاصية لوسائل الاتصال الإعلامية يحتاج إلى تعديل. ولم نر لهذا المدخل النظري بناءً متماسكاً إلا لبعض الفروض القليلة، والتي لم تختبر في مجتمعات متعددة عدا بعض المجتمعات المتقدمة.

ميررات استخدام مدخل ثراء الوسيلة:1- يتفق مع مدخل المنتج المستخدم في كونه يفترض أن الجمهور نشط ويحاول التعرف على ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام وكيف يختارونها؟.

2- يبحث في أسباب تفضيل الجمهور المستخدم لاستخدام وسائل إعلامية معينة أكثر من غيرها في ضوء خصائص كل وسيلة وإمكاناتها، ما يتفق مع أهداف الدراسة.

3- تستهدف الدراسة اختبار صحة فروض المدخل المتعلقة بتأثير خصائص الوسائل الإعلامية ومستوى ثرائها على إقبال المستخدم على استخدامها في المجتمع المصري³⁷.

نوع الدراسة:

تنتمي لنوعين من الدراسات الوصفية السائدة في المجال الإعلامي وهما:

أ- الدراسات المسحية: تستهدف مسح وتوصيف نمط استخدام ومدى اعتماد الاعلاميين على الانترنت والفيسبوك في استقاء ونشر الاخبار .

ب- دراسات العلاقات المتبادلة:تستهدف اختبار عدة علاقات ارتباطية من أهمها:

-العلاقة بين معدلات استخدام كل من الانترنت والفيسبوك وبين الخصائص الديموجرافية للاعلاميين المستخدمين.

--العلاقة بين معدلات التعرض والاستخدام لكل من الانترنت والفيسبوك وبين نوع الوسيلة الاعلامية (38-39).

مناهج الدراسة:

أ- منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي) حيث يعد أكثر المناهج ملائمة للدراسة واستخدمت الباحثة في إطاره أسلوب المسح التحليلي Analytical Survey لأنه يتيح دراسة عدة متغيرات لاختبار فروض الدراسة واستخدام التحليل الإحصائي مع المقارنة بين الظواهر أو القضايا أو الوسائل الإعلامية.

ب- منهج العلاقات المتبادلة: لدراسة درجة ونوع العلاقة بين تعرض المبحوثين لشبكة الانترنت وأنماط استخدامهم للفيسبوك كمصدر اخبارى.

الإطار الإجرائي:

-أدوات الدراسة:

1- صحيفة الاستبيان⁴⁰): تم تصميم استمارة مطبوعة تشتمل على عدة أسئلة في ضوء أهداف الدراسة بحيث تغطي عدة محاور ،هى:

1. استخدامات الاعلاميين للفيديو
2. مدى ثقة الاعلاميين فى اخبار الفيديو
3. العوامل المؤثرة على تفضيلات الاعلاميين لاستقاء الأخبار من الفيديو فى بعض الموضوعات.
4. تأثير اعتماد الاعلاميين على أخبار الفيديو على مصادر الاخبار التقليدية
5. بيانات المبحوثين الديموجرافية.

- اختبار الصدق والثبات:

أقامت الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين فى الإعلام والإحصاء وعلم الاجتماع وتم تعديل الأسئلة فى ضوء توجيهاتهم ثم إجراء اختبار قبلي على عينة عشوائية تمثل 10% من إجمالي عينة الدراسة الميدانية للاعلاميين بهدف التحقق من وضوح الأسئلة وصلاحيه الاستمارة⁴¹.

ب. أيضاً تم إجراء اختبار بعدي على 10% من عينة الدراسة بعد مرور فترة زمنية محدودة للتأكد من ثبات النتائج وبحساب معامل الثبات = القيمتان المتوسطان لنسب الثبات تبين أنه يساوى $0.93 + 0.95 = 0.94$ %⁴².

مجتمع الدراسة:

1- البعد الموضوعي:

تتناول هذه الدراسة بالبحث درجة اعتماد عينة من الاعلاميين على الانترنت والفيديو فى استقاء الأخبار بالتطبيق على بعض القضايا المثارة وقتها، مثل: انتخابات الرئاسة 2018 والمؤتمرات الوطنية للشباب والحملات القومية مثل 100 مليون صحة).

عينة الدراسة:

عينة عمدية تضم 100 مفردة مقسمة بين الاعلاميين الذين يستخدمون أغلب وسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة خاصة الكمبيوتر – الإنترنت – الموبايل الذكي -ipad فى أقسام الأخبار بعينة من وسائل الاعلام محل الدراسة.

البعد الزمني: الدراسة الميدانية للاعلاميين خلال الفترة من مارس 2018 حتى ابريل 2019 حيث شهدت هذه الفترة كثيراً من الاحداث المهمة التى تداولتها شبكات التواصل الاجتماعى وكان لها صفحات رسمية على الفيديو يتابعها الاعلاميون والجمهور والمسئولون مثل انتخابات الرئاسة خلال 26 و 27 مارس 2018 والمؤتمرات الوطنية للشباب التى انطلقت بمؤتمر شرم الشيخ أكتوبر 2016 تحت شعار "ابدع.. انطلق" فى ختام عام الشباب المصرى ، حتى المؤتمر السادس للشباب بجامعة القاهرة 2018، وصار هناك صفحات للمؤتمر الوطنى للشباب على الفيديو فضلاً عن مبادرة "اسأل الرئيس" الى انطلقت فى ابريل 2017 كاحدى فعاليات المؤتمر الوطنى للشباب بالإسماعيلية، ثم أصبحت بعد ذلك جزءاً ثابتاً وأساسياً من المؤتمرات الوطنية للشباب، كاحدى أدوات

التواصل المباشر بين الرئيس و الشعب المصري، وتشهد مساحة كبيرة من حرية التواصل والنقاش والشفافية عبر صفحة الرئاسة على الفيسبوك .

كما شهدت الفترة نفسها كثيرا من المبادرات والحملات القومية مثل حملة "100 مليون صحة" بداية من أكتوبر 2018، حتى نهاية أبريل 2019، للقضاء على فيروس "سي" بنهاية 2020، وحملة "قوائم الانتظار" التي انطلقت المرحلة الأولى منها عام 2018، بهدف رفع المعاناة عن آلاف المرضى، من خلال القضاء على قوائم الانتظار لاسيما الأمراض المتوطنة والتي كان لها أولوية قصوى و"المستشفيات النموذجية" التي أطلقها الرئيس السيسي، في يوليو 2018، بهدف النهوض بالخدمات الصحية لغير القادرين، وتتضمن تجهيز وتشغيل مستشفى نموذجي في كل محافظة للقيام بدور مستشفى الإحالة، لحين بدء تطبيق مشروع التأمين الصحي الشامل تدريجيا.

- وتم اختيار موقع أخبار مصر لأنه من أشهر المواقع الاخبارية الالكترونية الرسمية بمصر ويتبع بوابة ماسبيرو. ويعد موقع اليوم السابع من أوائل المواقع الالكترونية التي اتاحت جريدة رقمية على الانترنت من ديسمبر 2009 وفق موقع اليوم السابع الذي تتميز مادته الاعلامية عن الجريدة المطبوعة ويشغل الترتيب الثالث على موقع أليكسا .

وتعتبر جريدتا المصري اليوم والشروق من الصحف اليومية الخاصة التي تعتمد الى حد كبير على الفيسبوك في التغطية الاخبارية مما يتيح الفرصة لبلورة رؤية عن ممارسات الاعلاميين في الاعتماد على فيسبوك "الذي يشغل الترتيب الخامس على أليكسا حتى يوليو 2019 " كمصدر اخباري بثلاث صحف خاصة مقارنة بانماط تعاملهم مع الفيسبوك في موقع اخبارى الكترونى رسمى ⁴³.

اسلوب التحليل: يعتمد على الأسلوبين الكمي والكيفي حيث يتم رصد التكرارات والنسب المئوية والعلاقات الارتباطية بين المتغيرات المختلفة في صحيفة الاستبيان، وهذا بعد ترميز الأسئلة وتكويد الاستمارات باستخدام برنامج "SPSS" بوصفه أكثر البرامج الإحصائية استخداماً في العلوم الاجتماعية مع استخدام المعاملات الإحصائية الملائمة ⁴⁴.

وتم استخدام التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار χ^2 لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من Square test من المتغيرات الاسمية وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05) فأقل.

البيانات الديموجرافية للمبحوثين :

- اشتملت عينة الدراسة الميدانية العمدية على 100 مبحوث من الاعلاميين باقسام الأخبار في 4 مؤسسات اعلامية منها 3 جرائد يومية خاصة هي : الشروق واليوم السابع والمصري اليوم ، وموقع أخبار مصر الالكترونى الرسمى التابع لبوابة ماسبيرو بقطاع الأخبار بإتحاد الاذاعة والتلفزيون) ، منهم 60% من الاعلاميين ذكور مقابل 40% من الاناث.

وتوزعت العينة كالآتي : 30% من المبحوثين اعلاميون فى كل من جريدة الشروق واليوم السابع مقابل 20% من المصرى اليوم بما يتناسب مع عدد المتعاملين مع اخبار الفيسبوك بكل جريدة نظير 20% من موقع اخبار مصر.. أى 80% صحفيين بجرائد مطبوعة خاصة ويومية مقابل 20% فى موقع اخبارى الكترونى رسمى .

توزيع الاعلاميين بالنسب المئوية		
%	ك	الوسيلة الاعلامية
30%	30	الشروق
30%	30	اليوم السابع
20%	20	المصرى اليوم
20%	20	موقع اخبار مصر
100%	100	الاجمالي

جدول رقم (1) يبين توزيع عينة المبحوثين بين المؤسسات الاعلامية

-المستوى الوظيفى للمبحوثين :-

النسب المئوية		
%	ك	وظيفة المبحوثين
75	75	محررون
10	10	رؤساء تحرير
6	6	رؤساء اقسام
6	6	مشرفون
3	3	مراسلون
100%	100	الاجمالي

جدول رقم (2) يبين توزيع عينة المبحوثين حسب وظائفهم بالمؤسسات الاعلامية

-يعمل 75% من المبحوثين محررون و 10% رؤساء تحرير و6% رؤساء أقسام و6% مراسلون و 3% مشرفون-45% من المبحوثين يعملون بقسم الأخبار العامة و20% منهم بالقسم السياسى و4% فى كل من القسم الخارجى والمحليات والحوادث والثقافة والتعليم العالى والاقتصاد والسياحة و"حقوق الانسان وشنون الاحزاب" و1% بقسم الجودة .

-الدخل الشهرى للمبحوثين

النسب المئوية		
%	ك	متوسط دخل المبحوثين
8	8	أقل من الفين جنيه
22	22	3000-2000
45	45	4000-3000
25	25	4000 فأكثر
100%	100	الاجمالي

جدول رقم (3) يبين توزيع عينة المبحوثين حسب متوسط دخلهم الشهرى

25% من المبحوثين يصل دخلهم الشهري 4000 جنيه فاكتر مقابل 45 % بين 3000 و4000 جنيه يليهم 22% بين 2000 و3000 جنيه ثم 8% يقل متوسط دخلهم عن ألفين جنيه شهريا .

المنطقة السكنية :- 44% من المبحوثين يسكنون بمناطق متوسطة المستوى يليهم 38 % بمناطق راقية ثم 18% يسكنون مناطق شعبية .

الاجهزة الالكترونية :- كل المبحوثين لديهم موبايل ذكي و80% منهم لديه كمبيوتر و50% لديه لاب توب و18% منهم يمتلك ipad و10% لديه iphone.

النادى الاجتماعى :- 44% من المبحوثين مشتركون فى نادى اجتماعى راق مقابل 28 % غير مشتركين فى نواد و20% فى نادى مهنى و6% مشتركون فى نادى متوسط مقابل 2% فى نادى شعبى .

-أعمار المبحوثين .

النسب المئوية أعمار المبحوثين	ك	%
30-20 سنة	54	54
40-30 سنة	26	26
40 سنة فاكتر	20	20
الاجمالي	100	100%

جدول رقم (4) يبين توزيع عينة المبحوثين حسب متوسط أعمارهم

54% من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 20 و29 سنة مقابل 26% بين 30 و40 سنة ثم 20% أعمارهم 40 سنة فاكتر.

#نتائج الدراسة الميدانية :

س1- كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن 20 اعلاميا بنسبة 20% يعتبرون الفيسبوك مصدرا اخباريا يعتمد عليه مقابل 14% لا يعتبرونه مصدرا اخباريا يعتمد عليه بنسبة 14% نظير 66 اعلاميا يعتبرونه مصدرا اخباريا الى حد ما بنسبة 66% .

النسب	العدد	النسب المئوية
20%	20	اعتماد الاعلاميين على الفيسبوك نعم
14%	14	لا
66%	66	الى حد ما
100%	100	المجموع

جدول رقم (5) يبين توزيع عينة المبحوثين حسب اعتقادهم أن الفيسبوك مصدر اخباري

س2 - أغلبية الاعلاميين محل الدراسة 74 اعلاميا بنسبة 74% يتقون فى صحة الأخبار المنشورة على الفيسبوك بدرجة متوسطة يليهم 22 اعلاميا بنسبة 22% يتقون به بدرجة ضعيفة مقابل 4 اعلاميين بنسبة 4% يتقون به بدرجة كبيرة .

النسب	العدد	النسب المئوية
%4	4	ثقة الاعلاميين في أخبار الفيسبوك كبيرة
%74	74	متوسطة
%22	22	ضعيفة
%100	100	المجموع

جدول رقم (6) يبين توزيع عينة المبحوثين حسب درجة ثقتهم في الفيسبوك كمصدر اخباري

س 3 – تبين أن 38 اعلاميا بنسبة 38 % من الاجمالي ذكروا انهم يعتمدون على الفيسبوك في استقاء أخبار محلية مقابل 96 اعلاميا بنسبة 96 % يعتمدون عليه في استقاء اخبار اقليمية نظير 10 % يعتمدون عليه في استقاء أخبار عالمية .

-وذكر 34% من الاعلاميين أنهم يعتمدون على الفيسبوك في استقاء أخبار عامة مقابل 20% يعتمدون عليه في استقاء أخبار متخصصة نظير 46% يعتمدون عليه في استقاء أخبار متنوعة .

-ومعظم الاعلاميين يعتمدون عليه في استقاء اخبار عن قضايا جماهيرية بنسبة 64 % مقابل 36% عن قضايا شانكة مسكوت عنها)، ما يختلف مع نتيجة دراسة لمركز بيو للصحافة الأميركية :ماذا يعنى الفيسبوك وتويتز بين مصادر الأخبار 2011 والتي أكدت أن نسبة قليلة من المستخدمين يبحثون عن الأخبار على الشبكات الاجتماعية خاصة بالقضايا المعتادة .

س 4 –غالبية عينة الاعلاميين أكدت وجود تحفظات على استخدام الفيسبوك في التغطية الاخبارية بنسبة 98 % نظير 2% لا ترى أن هناك تحفظات .

-وذكر 64 % ممن لديهم تحفظات أن الأخبار تكون أحيانا بلا مصدر موثوق مقابل 34% ذكروا أنه قد يتم اختراق صفحات الأخبار على الفيسبوك ونشر أخبار كاذبة نظير 38% يرون أن التعامل معه يحتاج تدقيقا في مصادر المعلومات بينما انتقد 4% التشهير بالأشخاص والتعرض للحياة الخاصة أحيانا بلا مستندات أو أدلة .

النسب المئوية	ك	%
التحفظات على الفيسبوك		
الأخبار تكون أحيانا بلا مصدر موثوق	64	%64
التعامل معه يحتاج تدقيق في مصادر المعلومات	38	%38
قد يتم اختراق صفحات الأخبار على الفيسبوك ونشر أخبار كاذبة	34	%34
التشهير بالأشخاص والتعرض للحياة الخاصة أحيانا بلا مستندات أو أدلة .	4	%4

ملحوظة المجموع أكثر من 100 لوجود اجابات متعددة

جدول رقم (7) يبين توزيع عينة المبحوثين حسب تحفظاتهم على اخبار الفيسبوك

س5 - 50% من المبحوثين ذكروا أنه من ايجابيات استخدام الفيسبوك كمصدر أخبار نشر بيانات عاجلة بدلا من انتظارها عبر البريد الالكتروني أو وكالات الأنباء أو المندوبين مقابل 16% ذكروا نشر صور جاهزة من مصدرها أو فيديوهات من موقع الحدث بينما اشار 44% الى ميزة تنوع وغزارة الصفحات الرسمية التي تتضمن اخبارا مقابل 54% اشاروا الى أن تعليقات الزائرين لصفحات الفيسبوك قد تفجر خيرا أو قضية نظير 24% قالوا إن التواصل مع الفيسبوك يجذب المصادر والجمهور .

س6 - 40% من عينة الاعلاميين يقيمون التغطية الاخبارية لمؤتمرات الشباب على الفيسبوك بأنها جيدة نظير 28% يقيمونها بمتوسطة و24% يرونها ضعيفة و6% يعتبرونها جيدة جدا بينما ذكر 2% انهم لايمكنهم تقييمها لعدم متابعتها بدرجة كافية لبلورة رؤية عنها .

أما تغطية انتخابات الرئاسة 2018 على الفيسبوك ،فقييمها 42% من عينة الاعلاميين بانها جيدة مقابل 26% يقيمونها بمتوسطة و16% ضعيفة و10% جيدة جدا و4% لايمكنهم تقييمها و2% يرونها ممتازة .بينما وصف 70% من الاعلاميين أخبار الحملات القومية مثل 100 مليون صحة عبر الفيسبوك بأنها جيدة جدا مقابل 30% اعتبروها رسمية وغير متكاملة لأن أغلبها أخبار وفيديوهات أكثر من التحقيقات واللقاءات الميدانية .

س7 - 22% من المبحوثين ذكروا انهم تعرضوا لمشاكل مهنية بسبب استقاء الاخبار من الفيسبوك نظير 78% نفوا تعرضهم لمشاكل ،ومنهم 16% أشاروا الى مشاكل عدم الدقة في المعلومات نظير 6 اشاروا الى وجود أخبار كاذبة .

س8 - نفى 62% من المبحوثين وجود قضايا لايجدون مصادر لتغطيتها سوى الفيسبوك مقابل 38% من المبحوثين ذكروا أن هناك قضايا لا يجدون مصادر لمتابعتها سوى الفيسبوك وحدد 11% منهم هذه القضايا بالمعارك الانتخابية و7% بشئون المتحدث العسكري على صفحته الرسمية و6% لشئون المصريين بالخارج و4% لكل من القضايا الشائكة والشخصيات العالمية المشهورة والقضايا الخاصة و2% التعليقات على الاحداث .

س9 - 46% من المبحوثين ذكروا انهم سبق أن قاموا بتغطية متميزة لاحدى الموضوعات بالاعتماد على أخبار الفيسبوك ومنهم 16% حددوا الموضوعات بالدعاية الانتخابية وحملة 100 مليون صحة و14% أشاروا لقضايا قديمة مثل حملات الرئاسة بالجولة الحاسمة بين مرشحي الرئاسة الفريق شفيق ودمحمد مرسى فى انتخابات 2012 و2% لكل من تعديل الدستور وتصويت المصريين بالخارج واعطال مترو الانفاق واخرى .بينما لم يتمكن 54% من الاعلاميين من القيام بتغطية متميزة اعتمادا على الفيسبوك للشك فى أخباره وسطحية تناوله للقضايا .

س10 - 80% من المبحوثين ذكروا أن التعليقات والتفاعلات مع أخبار الفيسبوك أكثر من غيرها نظير 20% نفوا ذلك وبرر 40% ارتفاع التعليقات على الفيسبوك بكثرة زائري الموقع مقابل 24% ربطوا ذلك بطبيعة امكانيات التواصل على الفيسبوك وسهولة تبادل الموضوعات والأخبار بينما أرجعها 16% لشهرة الموقع .

س 11- يرى 60% من المبحوثين أن أخبار الفيسبوك أثرت على مصادر الأخبار التقليدية مقابل 40% يرون أنها لم تؤثر عليها، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة لمركز بيو للصحافة الأميركية: ماذا يعنى الفيسبوك وتويتر بين مصادر الأخبار 2011 التي توصلت الى أن الشبكات الاجتماعية مازالت مصادر مكملة أو ثانوية وليست بديلة لمصادر الأخبار التقليدية وتتفق مع دراسات رصدت تأثير الفيسبوك على مصادر الاخبار التقليدية مثل دراسة لمعهد رويترز للصحافة واخرى .

- وذكر 25 % ممن يرون أن أخبار الفيسبوك أثرت على مصادر الاخبار التقليدية أنها أثرت سلبا على أخبار ومصادر المندوبين لأن معظم الوزارات والهيئات والشخصيات العامة تنشر اخبارها على صفحات رسمية عبر الفيسبوك مقابل 10% ذكروا أنها أثرت سلبا على الصحف الورقية نظير 12% حددوا انها أثرت سلبا على المواقع الاخبارية الالكترونية بينما ذكر 6% منهم انها أثرت سلبا على كل من وكالات الأنباء والتغطية الاخبارية الميدانية و1% اشار الى تأثيرها على أخبار المراسلين التي ترد بالفاكس والتليفونات .

س 12- أغلب عينة الاعلاميين بنسبة 22% وضعوا الفيسبوك فى المرتبة السادسة بين مصادر الأخبار التي يعتمدون عليها فى التغطية الاخبارية يليهم 20% وضعوه بالمرتبة الخامسة ثم 18 % بالمرتبة الثامنة يليهم 12% بالمرتبة التاسعة ف8% بالمرتبة الثانية ثم 6% بالمرتبة الثالثة والرابعة والسابعة واخيراً 2% بالمرتبة العاشرة .

-ويلاحظ أن وكالات الأنباء جاءت بالمرتبة الأولى بين مصادر الأخبار التقليدية بنسبة 30 % يليها المندوبون بنسبة 25%، فالصحف المطبوعة بنسبة 20% ثم المؤتمرات والندوات والمراسلون والاتصالات التليفونية بنسبة 5%، فالمواقع الاخبارية الالكترونية بنسبة 4% فالفيديو والبرامج الاذاعية والتلفزيونية بنسبة 3%.

س 13 -أغلب عينة الاعلاميين بنسبة 26 % وضعوا الفيسبوك بالمرتبة الخامسة بين مواقع الأخبار الالكترونية التي يعتمدون عليها فى التغطية الاخبارية يليهم 22% وضعوه بالمرتبة الثانية ثم 14 % بالمرتبة الأولى ف12% بالمرتبة الثالثة والرابعة والسابعة وأخيراً 2% بالمرتبة الثامنة .

العلاقات الارتباطية

-أعمار الاعلاميين

-لم تكشف نتائج الدراسة الميدانية عن وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين وبين الاعتماد على الفيسبوك كمصدر اخبارى لأن $\chi^2 = 2.79$. أى < 0.05 ودرجة الحرية = 4.

-ولا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين ودرجة الثقة فى صحة الاخبار المنشورة على الفيسبوك لأن $\chi^2 = 2.74$. أى < 0.05 ودرجة الحرية = 4

-ولا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والتعرض لمشاكل مهنية بسبب استقاء الأخبار من الفيسبوك لأن $\chi^2 = 1.05$. ودرجة الحرية = 2

-ولا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين ووجود قضايا يعتمدون على الفيسبوك فقط في تغطيتها لأن $K^2 = 85$. ودرجة الحرية = 2 وبالنسبة لنوعية هذه القضايا ، فلان توجد علاقة ارتباطية بعمر الاعلاميين لأن $K^2 = 4$. ودرجة الحرية = 16 مع ملاحظة أن غالبية ذوى الاعمار من 20 - 29 ومن 30 - 40 اهتموا بتغطية المعارك البرلمانية من صفحات الفيسبوك الرسمية للنواب وأغلب من هم 40 سنة فاكثرت غطوا أخبار المتحدث العسكرى من صفحته الرسمية على الفيسبوك .

علاقة عمر المبحوث بمصادر الاخبار التقليدية :

-لاتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على وكالات الانباء كمصدر اخبارى لان $K^2 = 24$. < .05 . ودرجة الحرية = 20

-لاتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على المراسلين كمصدر اخبارى لان $K^2 = 52$. ودرجة الحرية = 16

-لاتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على المندوبين كمصدر اخبارى لان $K^2 = 19$. ودرجة الحرية = 18

-لاتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على الاتصالات التليفونية كمصدر اخبارى لأن $K^2 = 24$. ودرجة الحرية = 18

-توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على الصحف المطبوعة كمصدر اخبارى لأن $K^2 = 04$. > .05 . ودرجة الحرية = 18 مع ملاحظة ان أغلب من تتراوح اعمارهم بين 20 - 29 وضعوا الصحف المطبوعة بالمرتبة الثالثة بين مصادر الأخبار بينما اغلب من تتراوح اعمارهم بين 30-39 وضعوها بالمرتبة الخامسة واغلب من هم 40 سنة فاكثرت وضعوها بالرابعة . مما يشير الى أن الاعلاميين الشباب يضعونها فى مرتبة أعلى بين مصادر الأخبار مقارنة بالأكبر عمرا، وقد أرجع بعضهم ذلك الى نوعية القضايا التي يغطونها أو الى توجيهات من رؤسائهم بالرجوع اليها للتحقق من خبر أو تدعيمه بمعلومات خلفية .

علاقة عمر المبحوث بمصادر الاخبار الالكترونية :

-لاتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على المواقع الاخبارية كمصدر اخبارى لان $K^2 = 10$. ودرجة الحرية = 16

-لاتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على موقع البحث "جوجل" كمصدر اخبارى لأن $K^2 = 36$. ودرجة الحرية = 12

-لاتوجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على الفيسبوك كمصدر اخبارى لأن $K^2 = 37$. < .05 . ودرجة الحرية = 12 ، ويمكن تفسير ذلك بأن الاعتماد عليه لا يرتبط بسن واتجاه وعادات الاعلامى بقدر ارتباطه بتوجه داخل المؤسسة الاعلامية بالبحث بين صفحات الفيسبوك الرسمية عن اخبار خاصة بموضوعات معينة مثل الشائعات والصراعات .

-لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين عمر الاعلاميين والاعتماد على تويتر كمصدر اخبارى لان $K^2 = 54$. ودرجة الحرية = 16

نوع المبحوثين

أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على الفيديو كمصدر اخبارى لان $K^2 = 05$. ودرجة الحرية = 2 حيث تبين أن الذكور أكثر اعتماد على اخباره من الاناث وهذا يدعم نتائج دراسات سابقة توصلت الى أن الذكور اكثر استخداما للفيديو مقارنة بالاناث مثل : دراسة عمرو أسعد بمصر عن :العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وتقرير نعايم زغلول واخرين "الاعلام الالكتروني فى مصر .. الواقع والتحديات "مر كز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء -تقارير معلوماتية فبراير 2010. والذى اشار الى ارتفاع نسبة المستخدمين بين الذكور 60.6 % نظير 39.4% للاناث حسب موقع الفيديو 18 يناير 2010 .

-بينما أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين ودرجة الثقة فى صحة الاخبار المنشورة على الفيديو لان $K^2 = 80$. < 05. ودرجة الحرية = 2 ولكن يلاحظ أن نسبة أكبر من الذكور ذكرت أن درجة الثقة ضعيفة 22% نظير 20% للاناث ونسبة اكبر من الاناث ذكرت أن الثقة متوسطة 80% نظير 70% للذكور (وبينما ذكر 6.5% من الذكور أن الثقة كبيرة نجد أنه لم تذكر اعلامية واحدة ان الثقة كبيرة فى صحة أخبار الفيديو .

-أكدت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والتعرض لمشاكل مهنية عند تغطية اخبار الفيديو كعدم الدقة والكذب والشائعات لان $K^2 = 83$. < 05. ودرجة الحرية = 1

علاقة نوع المبحوث بمصادر الأخبار التقليدية :

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار وكالات الانباء لان $K^2 = 26$. < 05. ودرجة الحرية = 10

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار المراسلين لان $K^2 = 39$. < 05. ودرجة الحرية = 8

-أكدت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار المندوبين لان $K^2 = 33$. < 05. ودرجة الحرية = 9

-لم تثبت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار الصحف المطبوعة لان $K^2 = 39$. < 05. ودرجة الحرية = 9

-لم تثبت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار المواقع الاخبارية لان $K^2 = 08$. < 05. ودرجة الحرية = 9

بينما أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار الفيسبوك لأن $\chi^2 = 0.05 < 0.05$. ودرجة الحرية = 9 حيث تبين أن الذكور أكثر اعتماد علي اخباره من الاناث .

فى حين أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار البرامج الاذاعية والتفزيونية لأن $\chi^2 = 0.09 < 0.05$. ودرجة الحرية = 9

علاقة نوع المبحوث بمصادر الاخبار الالكترونية :

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار موقع جوجل لأن $\chi^2 = 0.58 < 0.05$. ودرجة الحرية = 6

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار الفيسبوك لأن $\chi^2 = 0.05 < 0.05$. ودرجة الحرية = 7 حيث ان النسبة الأعلى من الذكور (22.5 %) وضعت اخبار الفيسبوك بالمرتبة الثانية بين مصادر الاخبار الالكترونية بينما نجد أن النسبة الأكبر من الاناث 40% وضعت الفيسبوك بالمرتبة الخامسة بين مصادر الأخبار الالكترونية .

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار اليوم السابع لأن $\chi^2 = 0.48 < 0.05$. ودرجة الحرية = 4

-أكدت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار الشروق لأن $\chi^2 = 0.69 < 0.05$. ودرجة الحرية = 7

-ولم تثبت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار المصرى اليوم لأن $\chi^2 = 0.65 < 0.05$. ودرجة الحرية = 7

-ولم تثبت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبحوثين والاعتماد على اخبار اخرى بوابات الاهرام والوفد واخبار اليوم (لأن $\chi^2 = 0.42 < 0.05$. ودرجة الحرية = 3.

وظيفة الاعلاميين

أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المستوى الوظيفي للمبحوثين والاعتماد على الفيسبوك كمصدر اخبار لأن $\chi^2 = 0.64 < 0.05$. ودرجة الحرية = 8.

-وأثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المستوى الوظيفي للمبحوثين ودرجة الثقة فى صحة الأخبار المنشورة على الفيسبوك كمصدر اخبار لأن $\chi^2 = 0.35 < 0.05$. ودرجة الحرية = 8.

-واكدت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المستوى الوظيفي للمبشرين والتعرض لمشاكل مهنية نتيجة استقاء الاخبار من الفيديو على الفيديو كمصدر اخبار لأن $K^2 = 19$. $05 <$. ودرجة الحرية = 4.

-واكدت أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المستوى الوظيفي للمبشرين والقيام بتغطية متميزة لاحدى الموضوعات نتيجة استقاء الاخبار من الفيديو على الفيديو كمصدر اخبار لأن $K^2 = 98$. $05 <$. ودرجة الحرية = 4

علاقة المستوى الوظيفي بمصادر الاخبار التقليدية

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبشرين والاعتماد على أخبار وكالات الأنباء لأن $K^2 = 61$. $05 <$. ودرجة الحرية = 40

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبشرين والاعتماد على اخبار المراسلين لأن $K^2 = 90$. $05 <$. ودرجة الحرية = 32

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبشرين والاعتماد على اخبار المندوبين لأن $K^2 = 67$. $05 <$. ودرجة الحرية = 36

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبشرين والاعتماد على اخبار الصحف المطبوعة لأن $K^2 = 54$. $05 <$. ودرجة الحرية = 36

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبشرين والاعتماد على اخبار المواقع الاخبارية لأن $K^2 = 44$. $05 <$. ودرجة الحرية = 32

-ولم تثبت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع المبشرين والاعتماد على اخبار الفيديو لأن $K^2 = 51$. $05 <$. ودرجة الحرية = 32

#علاقة المستوى الوظيفي بمصادر الاخبار الالكترونية

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين وظيفة المبشرين والاعتماد على اخبار موقع جوجل لأن $K^2 = 88$. $05 <$. ودرجة الحرية = 24

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين وظيفة المبشرين والاعتماد على اخبار الفيديو لأن $K^2 = 53$. $05 <$. ودرجة الحرية = 24 مع ملاحظة ان غالبية المحررين 26.5 % يضعون الفيديو بالمرتبة الخامسة بين مصادر الأخبار الالكترونية و66.7% من رؤساء الأقسام بالمرتبة الثانية وغالبية رؤساء التحرير بنسبة 60% بالمرتبة الخامسة .

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين وظيفة المبشرين والاعتماد على اخبار تويتر لأن $K^2 = 03$. $05 <$. ودرجة الحرية = 32 مع ملاحظة أن معظم المحررين بنسبة 21% يضعون تويتر بالمرتبة السابعة بين مصادر الأخبار

الالكترونية ومعظم رؤساء الأقسام بنسبة 66.7% بالمرتبة الثالثة وغالبية رؤساء التحرير بالمرتبة الثامنة .

-كشفت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين وظيفة المبحوثين والاعتماد على اخبار اليوم السابع لأن $\chi^2 = 97$. $05 <$. ودرجة الحرية = 16

-كشفت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين وظيفة المبحوثين والاعتماد على اخبار الشروق لأن $\chi^2 = 52$. $05 <$. ودرجة الحرية = 28
-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين وظيفة المبحوثين والاعتماد على اخبار المصرى اليوم لأن $\chi^2 = 16$. $05 <$. ودرجة الحرية = 7.

-ولم تثبت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين وظيفة المبحوثين والاعتماد على اخبار اخرى بوابات الاهرام والوفد وأخبار اليوم) لأن $\chi^2 = 90$. $05 <$. ودرجة الحرية = 12.

المنطقة السكنية للاعلاميين

أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المنطقة السكنية للمبحوثين والاعتماد على الفيديو كمصدر اخبارى لأن $\chi^2 = 07$. $05 <$. ودرجة الحرية = 4.

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المنطقة السكنية للمبحوثين ودرجة الثقة فى صحة الأخبار المنشورة على الفيديو كمصدر اخبار لأن $\chi^2 = 63$. $05 <$. ودرجة الحرية = 4

-وأكدت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المنطقة السكنية للمبحوثين وترتيب الفيديو كمصدر اخبارى بين المصادر الاخبارية لأن $\chi^2 = 31$. $05 <$. ودرجة الحرية = 16

-وكذلك أكدت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين المنطقة السكنية للمبحوثين وترتيب الفيديو كمصدر اخبارى بين المصادر الاخبارية الالكترونية لأن $\chi^2 = 69$. $05 <$. ودرجة الحرية = 12

متوسط الدخل الشهرى للاعلاميين

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين متوسط دخل المبحوثين الشهرى والاعتماد على الفيديو كمصدر اخبار لأن $\chi^2 = 17$. $05 <$. ودرجة الحرية = 6.

-وأثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين متوسط دخل المبحوثين الشهري ودرجة الثقة في صحة الأخبار المنشورة على الفيسبوك كمصدر اخبار لأن $K^2 = .70 < .05$ ودرجة الحرية = 6.

-وكشفت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين متوسط دخل المبحوثين وترتيب الفيسبوك كمصدر اخبارى بين المصادر الاخبارية لأن $K^2 = .31 < .05$ ودرجة الحرية = 24

-كشفت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين متوسط دخل المبحوثين وترتيب الفيسبوك كمصدر اخبارى بين المصادر الاخبارية الالكترونية لأن $K^2 = .29 < .05$ ودرجة الحرية = 18

نوع النادى الاجتماعى للاعلاميين

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع النادى الاجتماعى والاعتماد على الفيسبوك كمصدر اخبار لأن $K^2 = .75 < .05$ ودرجة الحرية = 8

-وأثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع النادى الاجتماعى ودرجة الثقة في صحة الأخبار المنشورة على الفيسبوك كمصدر اخبار لأن $K^2 = .59 < .05$ ودرجة الحرية = 8

-وكشفت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين نوع النادى الاجتماعى وترتيب الفيسبوك كمصدر اخبارى بين المصادر الاخبارية لأن $K^2 = .43 < .05$ ودرجة الحرية = 32.

اسم الصحيفة أو المؤسسة الاعلامية :

- أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين اسم الصحيفة أو المؤسسة الاعلامية والاعتماد على فيسبوك كمصدر اخبارى لأن $K^2 = .51 < .05$ ودرجة الحرية = 6.

-وأثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين اسم الصحيفة أو المؤسسة الاعلامية ودرجة الثقة في صحة الأخبار المنشورة على الفيسبوك كمصدر اخبار لأن $K^2 = .26 < .05$ ودرجة الحرية = 6

-وكشفت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين اسم الصحيفة أو المؤسسة الاعلامية وترتيب فيسبوك كمصدر اخبارى بين المصادر الاخبارية لأن $K^2 = .50 < .05$ ودرجة الحرية = 24

-وتوصلت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية الى عدم وجود علاقة دالة احصائيا بين اسم الصحيفة أو المؤسسة الاعلامية وترتيب فيسبوك كمصدر اخبارى بين المصادر الاخبارية الالكترونية لأن $K^2 = .12 < .05$ ودرجة الحرية = 18

بينما أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين اسم الصحيفة أو المؤسسة الاعلامية والتعرض الى مشاكل مهنية أثناء تغطية الأخبار من فيسبوك لأن $\chi^2 = 05$. ودرجة الحرية = 3 حيث يلاحظ ان 33.3% من الصحفيين فى جريدة اليوم السابع ذكروا أنهم يواجهون مشاكل مهنية نتيجة استقاء الأخبار من فيسبوك يليهم 18 % من الصحفيين بالمصرى اليوم مقابل 16 % بالشروق نظير 40% من الاعلاميين بموقع أخبار مصر .. مايشير الى الاعلاميين العاملين بالموقع الالكتروني الاخبارى أكثر تعرضا لمشاكل مهنية نتيجة الاعتماد على اخبار فيسبوك ربما لاعتمادهم عليه بدرجة اكبر من نظرائهم بالصحف المطبوعة .

****العلاقة بين ايجابيات استخدام فيسبوك فى التغطية الاخبارية والاعتماد عليه كمصدر**

اخبارى :

المعاملات ال المعاملات الاحصائية		الاعتماد على اخبار فيسبوك
درجة الحرية df	كا	ايجابيات استخدام فيسبوك فى التغطية الاخبارية ت
22	.42	نشر بيانات عاجلة بدلا من انتظار البريد الالكتروني
2	.91	نشر صور وفيديوهات جاهزة من مصدرها
2	0.05	تنوع وغزارة الصفحات الرسمية التى تتضمن اخبارا
2	.18	تعليقات الزائرين قد تفجر خبرا أو قضية
2	.11	التواصل مع الفيسبوك يجذب الجمهور والمصدر

جدول رقم (8) يوضح علاقة ايجابيات استخدام الفيسبوك بالتغطية الاخبارية والاعتماد على اخباره

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين إحدى ايجابيات استخدام فيسبوك فى التغطية الاخبارية تنوع وغزارة الصفحات الرسمية التى تتضمن اخبارا)والاعتماد عليه كمصدر اخبارى لأن $\chi^2 = 0.05$ عند درجة حرية = 2.. ويمكن تفسير ذلك بان الاعلاميين بعينة الدراسة يعتمدون الى حد كبير على الصفحات الرسمية للمؤسسات والشخصيات المعروفة فى التغطية الاخبارية حرصا على الاستفادة من ثراء الوسيلة من حيث الدقة والغزارة فى المعلومات والسرعة مثل صفحة المتحدث باسم مجلس الوزراء والمتحدث العسكرى والداخلية وحملات الانتخابات البرلمانية والرئاسية والشخصيات العامة مثل الرؤساء والنواب .

****العلاقة بين ايجابيات استخدام فيسبوك بالتغطية الاخبارية ودرجة الثقة فى صحة الأخبار المنشورة عليه :**

المعاملات ال المعاملات الاحصائية		درجة الثقة في صحة أخبار فيسبوك
درجة الحرية df	كا ²	
22	.96	الاجابيات استخدام فيسبوك في التغطية الاخبارية ت نشر بيانات عاجلة بدلا من انتظار البريد الالكتروني
2	.81	نشر صور وفيديوهات جاهزة من مصدرها
2	0.06	تنوع وغزارة الصفحات الرسمية التي تتضمن اخبارا
2	.99	تعليقات الزائرين قد تفجر خبرا او قضية
2	.62	التواصل مع فيسبوك يجذب الجمهور والمصدر

جدول رقم (9) يوضح علاقة اجابيات استخدام فيسبوك بالتغطية الاخبارية ودرجة الثقة في أخباره

-أثبتت النتائج التحليلية للدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين إحدى اجابيات استخدام فيسبوك في التغطية الاخبارية تنوع وغزارة الصفحات الرسمية التي تتضمن اخبارا) ودرجة الثقة في صحة الأخبار المنشورة على فيسبوك لأن $\alpha = 0.05$ عند درجة حرية = 2 ، ويمكن تفسير ذلك بان معظم الاعلاميين بعينة الدراسة يتقون بدرجة متوسطة في صحة ودقة أخبار الصفحات الرسمية للمؤسسات والشخصيات المعروفة التي يعتمدون عليها في التغطية الاخبارية مثل صفحة المجلس العسكري وحملات الانتخابات البرلمانية والرئاسية والشخصيات العامة .

#خاتمة : كشفت نتائج الدراسة أن أغلب عينة المبحوثين من الاعلاميين تعتمد على الفيديوهات في تغطية الاخبار خاصة في القضايا المصرية والشائكة، ولكن يتم التعامل معه بحذر من خلال التحقق من المعلومات سواء من المندوبين والمراسلين أو الرجوع للمصادر الاصلية ومن هنا توصي الباحثة باستخدامه كمصدر ارشادي أو ثانوي بالتكامل مع مصادر اخبارية اخرى حرصا على دقة الخبر ومصداقية الوسيلة فضلا عن توظيفه لتسويق أخبار وموضوعات الوسيلة الاعلامية .

هوامش الدراسة :

- 1) <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
- 2) [HTTP://WE ARE SOCIAL.COM](http://weare-social.com)
- 3) تقرير أعدته جهاز التعبئة العامة والإحصاء، بالتعاون مع اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة، 2017. www.capmas.gov.eg
- 4) وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، تقرير شهري لمؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، يونيو 2012. http://www.mcit.gov.eg/Ar/Publication/Publication_Summary/615.com.1/
- 5) وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بمصر: تقرير شهري موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، يوليو 2019. http://mcit.gov.eg/Upcont/Documents/Publications_3092019000_ar_AR_ICT_Indicators_in_brief_July_2019.pdf
- 6) محمود علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفي، ط1 القاهرة: ركلام الفضائية، 2002 (ص 107.
- 7-عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات القاهرة ، الشروق 2008 ص ص30-36 .
- 8) عبد الكريم الدبسي وزهور ياسين الطاهات : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الاردنية -دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد 40 ، العدد 1 ، 2013، ص 68.
- 9) http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83
<http://www.facebook.com>
- 10) شريف درويش اللبان "إعلام ثورة 25 يناير.. ثورة الفيس بوك وآليات الحرب النفسية"، ط1 دار العالم العربي للنشر والتوزيع ، 2012.
- 11) على بو خاتم: اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيسبوك كمصدر للأخبار -دراسة استطلاعية لطلبة جامعة الجبلالى بونعامه خميس مليانة -قسم العلوم الانسانية -شعبة علوم الاعلام والاتصال - رسالة ماجستير، 2018.
- 12) منية إسحاق إبراهيم: اعتماد الشباب المصري الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار دراسة تطبيقية على موقعي فيس بوك وتويتر، رسالة ماجستير جامعة القاهرة: كلية الاعلام (يوليو 2016.
- 13) حاتم سليم علاونه وسهي محمد : استخدامات الصحفيين الاردنيين للفيسبوك والاشباع المتحققة ،دراسة مسحية على عينة من الصحفيين جامعة اليرموك : مارس 2016.
- 14) خاطر، ترنيم زهدي يوسف: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014م-دراسة ميدانية الجامعة الإسلامية - غزة) 2015.
- 15) عالية أحمد عبد العال: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الحركات الاحتجاجية الجماهيرية، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الأول لكلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بعنوان: "مستقبل الإعلام بعد الثورات العربية" في الفترة من (19-21) مارس 2012.

- 16)نعائم زغلول واخرون "الاعلام الالكتروني في مصر ..الواقع والتحديات "مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء -تقارير معلوماتية، فبراير 2010 ص ص 5-11.
- 17) عمرو أحمد أسعد "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمتهم المختلفة -دراسة على موقعي اليوتيوب والفيس بوك"، رسالة دكتوراه جامعة القاهرة :كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون (2011).
- 18)KATERIA EVA MASTA and ELESA SHEARER: **News use across social media platforms**,10 SEPTEMBER. 2018
- 19)Ran Wei, Jinghua Huang, Pei Zheng :**Use of mobile social apps for public communication in China: Gratifications as antecedents of reposting articles from WeChat public accounts**, First Published September 14, 2017 .
- 20) معهد "رويترز" لدراسة الصحافة في بريطانيا : "فيسبوك" يتغلب على وسائل الاعلام كمصدر للأخبار 2016
- 21)Sarah Kessler" For Top News Sites, Facebook Drives More Traffic Than Twitter,9May,2011
www.usefulsocialmedia.com/newyork.
- 22) Amy Mitchell & Tom Rosenstein of PEJ, and Leah Christian "What Facebook and Twitter Mean for News **the Pew Research Center**,2011.
- Steve Paulsen & Raymond A.Harder 23
Social Media References in Newspapers, **Journalism Practice**,2014.
- 24)سماح عبد الرازق الشهاوى وفاطمة الزهراء عبد الفتاح "دراسات الصحافة الالكترونية والاعلام الجديد"، دار النهضة العربية -2016، ص ص 12-53.
- 25)رضا عبد الواحد أمين : "الصحافة الالكترونية" دار الفجر، 2007.
- 26)مها عبد المجيد صلاح، "استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية وميدانية" رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الصحافة، (2004).
- 27) معهد "رويترز" لدراسات الصحافة التابع لجامعة "اكسفورد" تراجع "فيسبوك" كمصدر للأخبار لحساب برامج التراسل الفوري 14 يونيو 2018
- 28)**Computers in Human Behavior**,
Appetizer or main dish? Explaining the use of Facebook news posts as a substitute for other news sources, Volume 65, December 2016, Pages 431-44
Author links open overlay
panelPhilippMülleraPascalSchneidersaSvenjaSchäfera
- 29) Cable Leads the Pack as Campaign News Source
Twitter, Face book Play Very Modest Roles, **Pew Research Center for the People & the Press , Project for Excellence in Journalism | Pew Internet & American Life Project**

- Washington: <http://www.people-press.org/2012/02/07/section-1-campaign-interest-and-news-sources>
- Alex budak."facebook,twitter and barrack obama: new media and the 2008 presidential elections ". unpublished Washington,dc:Georgetown university,2010).
- 30) هند احمد بدارى "تأثير استخدام الجمهور المصرى لوسائل الاتصال الالكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الاعلام المطبوعة " رسالة دكتوراه ،قسم الصحافة، كلية الاعلام جامعة القاهرة ، 2007.
- 31)John P. Robinson, Meyer Kestnbaum, Alan Neustadtl, and Anthony S. Alvarez:,"The internet and other uses of time: Barry Wellman and Caroline Haythornthwaite: The internet in every day life": **back well**. 2002 pp. 244-250.
- 32)Clark ,Gilbert, "Newspapers and the internet" **Nieman Reports**, Vol. 56, issue2, summer 2002, pp. 35-38.
- 33)المضامين الإعلامية في البيئة الإلكترونية وأدوار مستخدميها - التحولات في صناعة المضامين الإعلامية الإلكترونية -دراسة تحليلية لأبرز المواقع الإعلامية العربية والأمريكية و مقارنة لتصورات وأدوار الجمهور المستخدم والقائمين على إدارة المحتوى وصناعة مضامينها: <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-22-10-44-52/44-2012-04-18-14-53-45/109-2012-04-19-15-08-13.html?start=1>
- 734) Joseph S. Valacich, David Paranka, Joey F. George and J. F. Nun maker, jr, "Communication concurrency and the new-media: A new dimension for media richness" **Communication research**, Vol. 20, No.2, April 1993, pp. 250-252.
- 35)Merrill Morris & Christine Ogan, "The internet as mass medium" Indiana university, **Journal of communication**, Vol. 46, No. 1, Winter 1996.
- 36)Joseph Schmitz and Janet Folk, "Organizational colleagues: media richness and e-mail: a test of the social influence model of technology use", **communication research**, Vo. 18, No. 4, August 1991 p. 488
- 37) Alan R. Dennis& Susan T. Kinney,"Testing media richness theory in the new media: The effects of cues, feedback, and task equivocality "Informs, maryland, USA, Valid online at: <http://portal.acm.org/citation.cfm>
- 38) سمير حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1 القاهرة:عالم الكتب، ، 1976م) ص ص 114-128.
- 39) حسن عماد مكاي، "أثر الإنماء التلفزيوني في إدراك الشباب للواقع" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، أبريل 1997، ص63.
- 40)صحيفة الاستبيان: استعنت في تصميم الإستمارة و إعداد العينة ب: عاطف العبد وزكي أحمد عراقي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام الدراسات الميدانية

- تحليل المحتوى - العينات، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، (2002) ص ص 142-159.
- 41) المحكمون : تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين والخبراء الاعلاميين للتحقق من صلاحيتها للتطبيق وتم اجراء التعديلات اللازمة، وهم :
-د.محمود علم الدين استاذ الصحافة بكلية الاعلام جامعة القاهرة وعضو الهيئة الوطنية للصحافة
-د.نجوى كامل استاذ الصحافة بكلية الاعلام جامعة القاهرة
-د.حنان يوسف أستاذة الاذاعة والتلفزيون بتربية نوعية جامعة عين شمس
-د.سحر فاروق أستاذة بقسم الاعلام باداب حلوان
-د.انتصار محمد أستاذة بمعهد الدراسات الاحصائية
-رجب عيسى رئيس الادارة المركزية الاسبق بقطاع الأخبار باتحاد الاذاعة والتلفزيون
-خالد صلاح رئيس تحرير جريدة اليوم السابع
-أشرف البربرى رئيس قسم الأخبار بجريدة الشروق
- 42) David H. Weaver, Basic statistical tools, in Gudio H. Stemple and Westly, **Research methods in mass communication** Englewood cliffs, premtiscal – Hall, inc, 1981) p.60
- 43) WWW.ALEXA.COM
- 44) جمال محمد شاكر "المرشد فى التحليل الاحصائى للبيانات SPSS" ط1 ، الدار الجامعية . 2005.