

واقع شبكات التواصل الاجتماعي كما تراه النخبة المصرية (دراسة ميدانية)

محمود محمد حسن محمد (*)

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة التعرف على واقع شبكات التواصل الاجتماعي كما تراه النخبة المصرية، وطبقت الدراسة على عينة من النخبة المصرية مكونة من ١٥٠ خبيراً من الإعلاميين والممارسين والمتخصصين، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة منهج المسح الميداني، والأسلوب المقارن لرصد أوجه الاتفاق والاختلاف بين النخبة، وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية حيث شهدت العديد من التطورات والتحسينات المستمرة، وأوضحت الدراسة ضرورة الالتزام بصدق المحتوى فانتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة من أهم السلبيات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي، وأوصت النخبة لمواكبة التطورات التكنولوجية حث المستخدمين وتوجيههم بالتعامل الصحيح في ظل التطورات السريعة والمتلاحقة.

الكلمات المفتاحية/ واقع شبكات التواصل الاجتماعي، شبكات التواصل كما تراه النخبة المصرية.

(*) هذا البحث مستل من رسالة الدكتوراه الخاصة بالباحث، وهي بعنوان: [العوامل المؤثرة على مستقبل شبكات التواصل الاجتماعي في مصر (دراسة تطبيقية)]، تحت إشراف أ.د. عبد الجواد سعيد ربيع - كلية الإعلام - جامعة المنوفية & د. عادل صادق محمد - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

Abstract

The study aimed to identify the reality of social networking networks as seen by the Egyptian elite, and the study was applied to a sample of the Egyptian elite consisting of 150 media experts, practitioners and specialists. This study belongs to descriptive research that is concerned with studying the reality of social networking networks. To monitor the aspects of agreement and disagreement between the elite, and the questionnaire tool for data collection, the results of the study. indicated that social networks have reached a level of development that enables them to compete with the rest of the media, as they witnessed many continuous developments and improvements, and the study indicated the need to adhere to the truthfulness of the content, as the spread of fake news and misinformation from The most important negatives facing social networks, and the elite recommended to keep pace with technological developments is urging users and directing them to the correct dealings in light of the rapid and successive developments .

Keywords/ Reality of social networks, Communication networks as viewed by the Egyptian elite.

مقدمة

ظهرت الشبكات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ولكنها بدأت منذ أزمنة بعيدة لأن الإنسان بطبيعته كائن اجتماعي يحتاج إلى العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من أجل البقاء، وقد ساهم الإنترنت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلى العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكات الإنترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات في موقع الإنترنت^(١)، وقد نشأت شبكات التّواصل الاجتماعي لسد الفراغ الاجتماعي الذي صاحب استخدام الإنسان للشبكات الاجتماعية في جميع أنشطته الحياتية، وتأثير هذا على الحياة كافة^(٢).

وشهدت وسائل الاتصال والإعلام بشكل عام تطورات عديدة ومتلاحقة في تقنيات وخبرات وإمكانيات العاملين فيها وصولاً إلى ثورة المعلومات، وقد مثّل الإعلام الإلكتروني مصطلحاً حديثاً وجد خلال الثورة التكنولوجية وعمل في بيئة عالمية جديدة تتمتع بقوة تدفق المعلومات وسرعة وصولها، وبالرغم من وجود العديد من المميزات إلا أنه عانى العديد من المشكلات والسلبيات والاسيما فيما يتعلق بزيف المعلومات ونشر الصور الممنوعة والفاحشة والتلاعب بالبيانات والمعلومات وانتهاك الخصوصية^(٣).

وقد أقت التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات وشبكات التّواصل الاجتماعي بكل سماتها وخصائصها وتطبيقاتها وأفاقها الإعلامية والمجالات الجديدة لحرية التعبير التي فتحتها أمام المؤسسات الإعلامية كلها، وقد ظهر شكل جديد للأعلام في ظل وجود الأنترنت الذي تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة، إذا إنّ الإعلام اليوم لم يعد كتاباً ولا مكتبة ولا صحيفة ولا مجلة فقط، وإنما شاشة ضوئية رقمية أو تماثلية بأحجام ومسطحات منها الكبيرة ومنها الصغيرة جداً الزهيدة الثمن والسهلة النقل والتحرك كالهاتف الجوال وتنقيته بالتصوير وإرسال الصورة والكلمة والصوت، وهي تخضع بدورها للتطور اليومي المتسارع^(٤).

*اهمية الدراسة:

- ١) تزايد الدور الذي تلعبه شبكات التّواصل الاجتماعي في مصر وبات من الضروري الوقوف على واقعها وتناوله من جميع الجوانب.
- ٢) الانتشار والتوسع في استخدام شبكات التّواصل الاجتماعي وتزايد الاعتماد عليها في كافة المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية وأصبحت وسيلة بديله عن الوسائل التقليدية لتواصل.
- ٣) دراسة مدى توظيف شبكات التّواصل الاجتماعي في مصر، ومعرفة أهم ملامح التميز، ولامح القصور.

*الدراسات السابقة:

(١) **دراسة (بسنت أحمد عبد العظيم) ٢٠١٨**.^(٥) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدوافع النفسية التي أدت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مع الكشف عن الشباب ارتباطهم الشديد بتلك المواقع إلى حد أن تتولد لديهم النواحي النفسية كالإحباط والاكتئاب والشعور والقلق لدى البنات، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح، وطبقت هذه الدراسة ٤٠٠ مفردة على عينة من الشباب المصري، عن طريق استمارة استبيان، مستخدماً نظرية الاستخدامات والشباعات، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج، أن الأسباب التي تقع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حيث تصدرت الأسباب الترفيهية والتسلية تليها الأسباب التواصلية (التواصل مع الأصدقاء والأقارب) ثم الأسباب المعرفية زيادة المعلومات والمعارف والتعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث، أوضحت الدراسة أن التأثيرات الايجابية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي علاقة المستخدمين بالآخرين غير الأهل والأقارب جاءت تساعدي علي معرفة الأخبار الاجتماعية بالآخرين بنسبة ٨٧,٦% يليها إبقاء التواصل مع الآخرين الذين يعيشون بعيدا عني بنسبة ٨٧% ثم تساعدي علي تبادل الآراء والأفكار والمعلومات مع الآخرين بوزن ٨٥,٣%، وفي الترتيب الرابع جاءت لقد قمت بتطوير علاقات اجتماعية عديدة من خلال التعامل مع الآخرين بنسبة ٨٢% ثم استخدام هذه المواقع كأداة للتواصل مع الآخرين بشكل لحظي وغير لحظي مثلها مثل الهاتف المحمول بنسبة ٨١,٥% .

(٢) **دراسة إيمان صابر صادق ٢٠١٧**.^(٦) حيث هدفت هذه الدراسة للتعرف على عادات ودوافع استخدام الفيسبوك من قبل الشباب الجامعي في الفئة العمرية من ١٨-٢٤ عام، والكشف عن طبيعة المضامين والأهداف المتحققة، والجمهور المستهدف من إنشاء الصفحات للمشاهير، والصحف والمحطات الإذاعية، والمجموعات المغلقة على الفيسبوك، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح على ٤٥٠ مفردة إلى جانب تحليل للمواد المنشورة على موقع الفيسبوك، تم اختيارها وفق معايير محددة، وبلغت ١٢ صفحة من صفحات الفيسبوك، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، إجماع أغلب عينة الدراسة على أن موقع الفيسبوك من أكثر المواقع استخداما في الإعلام الجديد من قبل الشباب، تعد شبكات التواصل الاجتماعي من وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً في امداد الجماهير المختلفة بالمعلومات، وأصبحت تتنافس بشكل كبير مع وسائل الإعلام التقليدية، تعد الشخصية المستخدمة على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك من أهم أدوات التعبير عن الآراء السياسية.

(٣) **دراسة (حامد سعيد جابر) ٢٠١٧**.^(٧) هدفت الدراسة إلى معرفة واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من ٢٠٠ مفردة طالبة من طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج،

أن متوسط استخدام طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت لشبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع الأحداث الثقافية في المجتمع كان مرتفع إلى حد كبير، أن الرتبة الأولى كانت لنشر صور أو مشاركات أو أخبار تتعلق بالناحية الثقافية في المجتمع بمتوسط (٠.٨٩) تلاها التفاعل مع الصفحات التي تهتم بنقل الأخبار الثقافية بمتوسط (٠.٨٥)، أن الانضمام لمجموعات مهتمة بالناحية الثقافية بمتوسط (٠.٤٨)، واخيراً إنشاء صفحة خاصة مهتمة بالناحية الثقافية ومتابعة الاحداث بمتوسط (٠.٤٨).

٤) دراسة (خديجة عبد العزيز على) ٢٠١٤^(٨). هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من ١٥٠٠ عضواً من أعضاء هيئة التدريس بجامعات وطالبات ببعض كليات جامعات صعيد مصر، وتمثلت أدوات الدراسة في اعداد استبانة وذلك للعرف على مدى استخدام هؤلاء الأعضاء لشبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وأهم معوقات هذا الاستخدام والكشف عن مدى رغبتهم في استخدام هذه الشبكات في العملية التعليمية مستقبلاً، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أن التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الترفيه والتسلية ومعرفة الأخبار السياسية والاجتماعية اليومية يأتي في مقدمة لدى الطلاب ثم استخدامها من أجل التواصل والتبادل المعلومات مع أعضاء هيئة التدريس جاء بدرجة متوسطة، أن الطلاب يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بالتعاون مع زملائهم أكثر حيث أنهم يستفيدون من هذه الشبكات ويتعلمون العديد من المعلومات والأفكار من زملائهم والطلاب المتميزين، أن الطلاب يتعاونون مع بعضهم على هذه الشبكات لإنجاز الأنشطة ويضعون على شبكات التواصل الاجتماعي أسئلة واختبارات الأعوام السابقة.

٥) دراسة (Ellison, Nicole) ٢٠١٤^(٩). هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية، التي يقيمها الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة منهج المسح عن طريق مسح لعينة عشوائية بسيطة قوامها ١٤ مفردة من طلاب جامعة بالولايات المتحدة الأمريكية، باستخدام الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، تمثلت في طبيعة العلاقات على مواقع التواصل الاجتماعي في مشاركة الأصدقاء في تبادل الأخبار بمتوسط حسابي ٣,٧٠ ، أقوم بالرد على الزملاء الذين يطلبون نصيحة ، بمتوسط حسابي ٣,٢٧ ، أحاول نشر الأخبار السارة للزملاء ؟ مثل أعياد بمتوسط حسابي ٣,٧١ ، عندما يسأل أحد الأصدقاء؟ أقوم بالرد عليها بمتوسط ٣,٦٤. كشفت الدراسة أن موقع الفيس بوك يوفر مصادر مهمة للتعرف بين الأصدقاء؟ الذين تتوافر لديهم خصائص مشتركة مثل السن والتخصص، حيث تحافظ هذه الخصائص على استمرار العلاقات عبر موقع الفيس بوك.

٦) دراسة (إيمان موسى حساتين موسى) ٢٠١٣. (10) تهدف هذه الدراسة إلى قياس تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية للشباب (الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ إلى ٣٥ عام) في انتخابات رئاسة الجمهورية لعام ٢٠١٢ في مصر، وذلك حول اتصالات الكلمة الالكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ودورها في المشاركة السياسية للشباب، دراسة ميدانية على عينة قوامها ٦٣٨ مفردة قبل المرحلة الأولى من الانتخابات الرئاسية و٤٨٦ مفردة بعد المرحلة الأولى من الانتخابات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، توجد علاقة ارتباط معنوية موجبة بين أبعاد اتصالات الكلمة الالكترونية والاستخدام السياسي لمواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب، لا يوجد تأثير معنوي لإبعاد اتصالات الكلمة الالكترونية على الاستخدام السياسي لمواقع الشبكات الاجتماعية، لا يوجد تأثير معنوي للاستخدام السياسي لمواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية للشباب.

٧) دراسة (El Gazzar. Nagwa) ٢٠١٣. (11) هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من العلاقة بين استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفيس بوك، والتغير السياسي الحالي في مصر، كما اهتمت بمعرفة دور الفيس بوك في تعزيز الاتجاهات السياسية والاجتماعية للنشء المصري، وأيضاً معرفة استخدامات وإشباعات موقع الفيس بوك، وقد استخدم الباحث منهج المسح عن طريق تقديم صحيفة استبيان لعينة الدراسة المكونة من ٢١٥ مبحوثاً من النشء المتراوح أعمارهم بين ١٢ - ١٨ عاماً ممن لديهم حساب على موقع الفيس بوك وذلك للرد على تساؤلات البحث، كما أوضحت الدراسة عدة نتائج، يستخدم النشء المصري عينة الدراسة شبكات التواصل الاجتماعية للتفاعل الاجتماعي وللتعبير عن النفس بحرية بعيداً عن الرقابة الأسرية، يجد النشء المصري عينة الدراسة الفيس بوك وسيلة ممتعة لتمضية أوقات الفراغ، يؤدي الفيس بوك دوراً هاماً في خلق روح التغيير السياسي والمجمعي، كما جذب النشء المصري ليشاركوا في التغيير السياسي والمجمعي، بغض النظر عن أعمارهم، شاهد ٥٩% من النشء المصري عينة الدراسة مقاطع فيديو عن أحداث ٢٥ يناير وما تلاها عبر الفيس بوك، كما تابع ٥٤% منهم التعليقات السياسية عن أحدث ٢٥ يناير في مصر. كما يفضل النشء المصري عينة الدراسة الفيس بوك كوسيلة إعلامية عن بقية وسائل الإعلام التقليدية.

٨) دراسة (Winters Stephanie) ٢٠١٢. (12) هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الطلاب لموقع الفيس بوك، وعدد ونوعية العلاقات المتاحة من خلاله، وشدة وضعف التردد، ومقدار الوقت الذي يقضيه المستخدم على الفيس بوك، وقد تم جمع البيانات عن طريق الاستقصاء من (٣٧٠) مفردة من طلاب المرحلة الجامعية المسجلين في جامعة شمال أريزونا، كمشاركين عن طريق العينة المتاحة، وجاءت الدراسة بعدة نتائج، تنوع عدد أصدقاء المستخدمين للفيس بوك ما بين أقل من (٣٩)

صديق، وصولاً إلى (١٠٥٠) صديق على الفيس بوك، وأشار ما يقرب من ٤٨,٤% إلى أن مدة حسابهم على الفيس بوك، تتراوح من ٣ - ٥ سنوات، وحصرت أفراد العينة نشاطهم اليومي على الفيس بوك في أنه يشغل وقت الفراغ، ويتناقش في كثير من الأحيان مع الأنشطة التي تقوم بها مع الأصدقاء والأسرة.

٩) دراسة (Marina vastly) ٢٠١٢^(١٣). هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب الجامعي الروسي لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مدى ثراء هذه الوسائل في إمداد هؤلاء الشباب بالمعلومات، وأجرت الباحثة دراستها على عينة صغيرة مكونة من ١٤ مفردة (٩ من الإناث و٥ من الذكور) من الشباب الجامعي، ممن تتراوح أعمارهم من ٢٢-٢٨ سنة في مدينة سان بطرسبرج الروسية، واعتمدت الباحثة على أداة المقابلة الشخصية للحصول على المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر العديد من المزايا للاتصال الشخصي، مما يجعلها ثرية بالمعلومات مثل: الاتصال السهل والمجاني بين المستخدمين، والبحث عن معلومات معينة بسهولة، ويسر، وبشكل مجاني بالإضافة إلى الخصوصية في الاتصال وإمكانية التعبير عن الذات، كشفت الدراسة أن المبحوثين على دراية عامة بموضوعات الخصوصية على مواقع التواصل الاجتماعي، ولكنهم لا يهتمون بهذه الموضوعات، أظهرت نتائج الدراسة كذلك أن أسباب استخدام الشباب لمواقع التواصل قد تمثلت في الحصول على المعلومات، والاتصال الشخصي مع الأهل والأصدقاء، والاستفادة من تجارب الآخرين.

١٠) دراسة (Manago, Adriana, M) ٢٠١٢^(١٤). تسعى هذه الدراسة لمعرفة أنماط الاتصال الاجتماعي للشباب من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية ومدى تأثيرها على علاقاتهم الاجتماعية، وأوضحت الدراسة عدة نتائج، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من الشبكات التي تنتشر بشكل كبير من بين الشبكات الاجتماعية الأخرى، كما تعتبر من أكبر الشبكات من حيث التحديثات الفورية لما بها من معلومات وأخبار، أن الفيس بوك في حياة الشباب أدى إلى تلبية الاحتياجات النفسية للعديد من أفراد العينة من الشباب، كما أنه يمثل أداة للدعم الاجتماعي بين الشباب هذه الأيام.

* التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- اهتم عدد من الدراسات بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي في إيجاد مجال حر لتداول المعلومات يكون سهلاً ورخيص التكلفة.
- ٢- بينت الدراسات ان شبكات التواصل الاجتماعي اصبحت من منصات الحوار السياسي حيث من خلاله يتم تداول المعلومات السياسية وتبادل الآراء وتوضيح الحقائق مما يساهم في تكوين الاتجاهات نحو القضايا المختلفة ويساعد على المشاركة السياسية.

٣- أوضحت الدراسات السابقة تنامي دور شبكات التواصل الاجتماعي واستخدامها في مختلف المجالات التعليمية والثقافية والسياسية.

٤- اختلفت الدراسات السابقة في تحديد أهم الدوافع وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فمن الطبيعي أن تختلف الدوافع باختلاف بيئة ومجتمع وفئة الدراسة للمبجوثين.

٥- ويلاحظ في الدراسات السابقة أنها أجريت على الطلاب سواء الجامعيين أو طلاب المدراس الثانوية، ودلت على أن الشباب والمراهقين هم أكثر فئة استخداما لمواقع الشبكات الاجتماعية.

*مشكلة الدراسة:

لاحظ الباحث الاهتمام الكبير والانتشار المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي وزيادة أعداد مستخدميها وبدراسة الباحث لتاريخ نشأة شبكات التواصل الاجتماعي أن بدايتها كانت مرحلة خفوت ثم بدأت تدريجياً تدخل في مرحلة النشاط هذه الفترة، لكن كيف نستغل هذه النشاط ونتجه به نحو الازدهار ولا نتجه به نحو الخفوت؟ هذا ما نطرحه في هذه الدراسة في إطار ذلك أمكن تحديد المشكلة البحثية في دراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي في مصر، وذلك في ظل دراسة الواقع وتحدياته بالتعاون مع المهتمين بشبكات التواصل الاجتماعي في مصر، لهذا تسعى الدراسة الى معرفة (واقع شبكات التواصل الاجتماعي كما تراه النخبة المصرية).

*أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة لتحقيق عدة أهداف على النحو التالي:

١- التعرف على الواقع بهدف الكشف عن العوامل التي أدت إلى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر.

٢- تفسير وتحليل توقعات عينة الدراسة عن شبكات التواصل الاجتماعي بعد رصد رؤيتهم للسبل التي يجب على شبكات التواصل أن تسلكها في مصر.

٣- رصد تصور النخبة المصرية محل الدراسة لتفعيل الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي في مصر.

*تساؤلات الدراسة:

١. ما هي العوامل التي أدت إلى ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي؟

٢. ما أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في مصر، وما وظائفها، وما أسباب زيادة أعداد مستخدميها؟

٣. ما تقييمك لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام في الوقت الراهن في مصر؟

٤. ما أهم ملامح التميز في أداء شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن؟

٥. ما أهم ملامح القصور في شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن؟

٦. ما كيفية التعاون بين وسائل الاعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي في مصر؟

- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

* شبكات التواصل الاجتماعي: أنها اشتراك مجموعة من الأشخاص في مجموعات مختلفة الحجم والشكل كبرية أو صغيرة، رسمية أو غير رسمية، مقصودة وغير مقصودة، وذلك من أجل نقل الأفكار والمعلومات وتبادلها وتقديم صور المساعدة المختلفة، وإن استخدامها أصبح بدرجة كبيرة تربط بني الشعوب وتقوي العالقات الشخصية والانخراط في الحياة المدنية والسياسية داخل المجتمع.⁽¹⁵⁾

* تعريف إجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي: هي وسائل اتصال حديثة يتم الدخول إليها من خلال شبكة الانترنت تتيح للمستخدمين القدرة على انشاء صفحات مجانية خاصة بهم عبر تطبيقاتها المتنوعة مثل (فيسبوك، تويتر، انستجرام، واتساب) ويتم من خلالها التفاعل مع أقرانهم والمتشابهون معهم بنفس الاتجاهات والتفكير حيث يتبادلون الحوارات والثقافات داخل غرف للدردشة حول الموضوعات المنشورة وتسليط الضوء على أخرى عبر التعليقات والبت المباشر.

- الإطار النظري للدراسة.

* **مدخل تحليل النظم:** اعتمدت الدراسة على مدخل النظم ، فهذا المدخل يفيد في دراسة العوامل المؤثرة على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها نظاما يحتوي على مجموعة من الأجزاء أو العناصر، وتعد في الوقت ذاته جزء من نظام أوسع هو النظام الاعلام المصري ، والذي يعد بدوره جزء جزءا من المجتمع المصري ككل بمتغيراته السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، مدخل تحليل النظم يقوم بداية علي عزل المتغيرات والمكونات عن بعضها عن بعض ، ومحاولة وصفها وصفا جزئيا دقيقا لتحديد معالم التفاعلات ، والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها لبعض والتي تؤدي إلي وجود الظاهرة والمشكلة ثم اقتراح الحلول والبدائل المختلفة التي تتفق وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات.⁽¹⁶⁾

ويقوم الباحث بتوظيف هذا المدخل لرصد واقع شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن تلك الشبكات تعد نظاما مفتوح على المجتمع المحيط بها يؤثر فيها، وتتأثر به، كذلك يستخدم الباحث هذا المدخل لرصد واقع شبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة الدراسة.

- الاجراءات المنهجية للدراسة.

* نوع الدراسة

يندرج هذا البحث تحت البحوث الوصفية التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة أو أزمة معينة ، وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها ، وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث ، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافيها عنها⁽¹⁷⁾ ، مما يساعد الباحث على رصد الحقائق المتعلقة بطبيعة

الظاهرة الاتصالية من جهة ، فضلاً عن توفير بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوعها للتحليل الرياضي ، ومن ثم إمكانية التعميم والتنبؤ من جهة أخرى.^(١٨)

*** منهج الدراسة**

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تهدف إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليل هذه البيانات تحليلاً شاملاً ، واستخلاص دلالات مفيدة حيث تستخدم هذه الدراسة منهج المسح ، والذي يعد جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة، والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة ، وتقدير صورة واقعية أو أقرب ما يكون إلى الواقع عن الظاهرة ، وللحصول على وصف دقيق للمشكلة والتأكد من جمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة من الدقة بهدف فهمها و تصنيفها وتبويبها تبويبا شاملا ومحاولة تحليلها وتفسيرها^(١٩). وفي إطار هذه الدراسة تم الاستعانة بالمنهج المسحي على عينة من النخبة باستخدام أسلوب المسح بالعينة، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الميداني.

-اسلوب المقارنة المنهجية: ويستخدم الاسلوب المقارن لرصد أوجه الاتفاق والاختلاف بين آراء ذوي النخبة ويجعل من استخدام المنهج المقارن ضرورة وأهمية، فهو يساعد الباحث علي عقد مقارنات بين آراء ورؤى النخبة المتعددة بكافة انتماءاتهم، ومقارنتها مرة أخرى بنتائج أدبيات التراث العلمي، هو أسلوب مفيد لتطوير فيهم عميق حول قضية معينة، و ثراء البيانات التي تم جمعها من خلال هذا الأسلوب يكمن الإطار النظري، حيث قارنت الدراسة بين آراء الأكاديميين من ناحية، وآراء الممارسين من ناحية والمتخصصين من ناحية أخرى.

*** أدوات الدراسة:**

***استمارة الاستبيان:** يعد الاستبيان أسلوباً لجمع البيانات من استمارة الأفراد المراد بحثهم بطريقة منهجية ومقننة ؛ لتقديم حقائق وأفكار وآراء معينة ، وذلك في إطار البيانات المرتبطة بموضوع وأهداف الدراسة، كما أن استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات يمكن الحصول من خلالها على الحقائق والآراء الخاصة بالقائم بالاتصال محل الدراسة بدرجة عالية من الدقة، بحيث يتم تطبيق هذا الاستبيان بأسلوب المقابلة المباشرة المقننة ، لما يضمن تحقيق أهداف الدراسة ، ولجمع البيانات الميدانية واستكمالها من أجل تحقيق رؤية أوضح حول مجتمع الدراسة ، في محاولة للوصول إلى مزيد من الدقة والنتائج التي تصل إليها الدراسة.

*** مجتمع وعينة الدراسة:**

حدد الباحث مجتمع الدراسة من النخبة في مجال الاعلام ٥٠ من الأكاديميين و ٥٠ من الممارسين و ٥٠ من المتخصصين بحيث تكون العينة قوامها ١٥٠ من النخبة فقد تراوح على أكثر الدراسات السابقة ما بين ١٧ خبيراً دراسة إلى ١٠٠ خبيراً فأكثر،

ويرجع ذلك إلى طبيعة كل دراسة ونوع العينة فالعينة المتجانسة والتي تضم خبراء من نفس التخصص العلمي تتراوح بين عشرة إلى عشرين خبيراً.^(٢٠) حيث يتم تصميم استمارة بطريقة علمية ويعرض المعلومات والآراء بشأن القضية المطروحة، ونظراً لصعوبة إعادة القياس مرة أخرى على المبحوثين من الخبراء لانشغالهم أو لضيق وقتهم.

وبالنسبة لنوع العينة التي استخدمها الباحث فتتمثل في العينة المتاحة، وهي العينة التي تعتمد في اختيار مفردات على عامل الإتاحة وقبول المبحوثين الاشتراك في الدراسة، مع مراعاة الباحث الالتزام بشروط وخصائص العينة المستهدفة، وقد لجأ الباحث للعينة المتاحة نظراً لعدم تعاون بعض الخبراء، ورفضهم المشاركة في الدراسة.

* اختبارات الصدق والثبات:

-**الصدق validity:** الصدق وهو صحة أداة القياس، متى تمكنت الأداة المستخدمة في الدراسة من قياس ما تهدف الدراسة إلى قياسه^(٢١)، ويرتبط الصدق بالإجراءات المتبعة في التحليل من اختيار العينة، وبين الفئات، وتحديدًا تحديداً دقيقاً، وتم ذلك من خلال عرض استمارة على المبحوثين أنفسهم الذين قاموا بتطوير الاستمارة، ومعالجتها، وقام الباحث بمراجعة عدد من النقاط، وإضافة بعض آخر، وبناء على نتائج هذه المرحلة التجريبية الأولى، تم تطوير تصميم أسلوب تصميم الاستمارة وعرضها على المحكمين من السادة أعضاء هيئة التدريس^(٢٢)، الذين أشاروا بصلاحيته الاستمارة للتطبيق، وقدرتها على قياس تساؤلات الدراسة، بعد أن تم إجراء التعديلات المطلوبة على صياغة بعض الأسئلة، وإضافة بعض البدائل، وحذف بعض الأسئلة، لتحقيق الدقة المنهجية في الاستمارة البحثية.

-**الثبات Reliability:** يقصد بالثبات الوصول لنفس النتائج، من نفس الظواهر موضوع التحليل، وقد قام الباحث باختبار ثبات الاستمارة بهدف التأكد من صلاحية ووضوح المعاني وعدم غموض الأسئلة، وقد ثبت أن قيمة معامل ثبات ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل من المحاور، حيث تتراوح ما بين (٠,٦٣ - ٠,٨٦) بالنسبة إلى قيمة ثبات معامل ألفا لجميع محاور الاستبيان (٠,٩٠)، ومعامل الصدق يتراوح بين (٠,٧٩ - ٠,٩٣) بالنسبة إلى قيمة معامل الصدق لجميع محاور الاستبيان (٠,٩٥) مما يدل على ثبات وصدق الأداة جيدة ومقبولة يمكن الاعتماد عليها في تحقيق نتائج الدراسة.

* التحليل الإحصائي للبيانات المستخدمة في الدراسة:

تم الاعتماد على برنامج (SPSS) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وقد تم الاستفادة منه على مستويين:

الأول: على مستوى الإحصاء الوصفي في:

١. عمل الجداول البسيطة والمركبة.

٢. حساب التكرارات والنسب المئوية.

والثاني: على مستوى الإحصاء التحليلي في استخدام معامل ألفا كرونباخ، وذلك لحساب قيم الثبات والصدق للأداة، سوف يستخدم الباحث مجموعة من المقاييس التي ستطلبها الدراسة لتحليل العينة باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات التي تتم الحصول عليها من آراء النخبة.
*نتائج الدراسة:

١- جدول رقم (١) يوضح العوامل المؤدية لظهور شبكات التواصل الاجتماعي

الإجمالي		مختصون		ممارسون		أكاديميون		المهنة العوامل المؤدية لظهور الشبكات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٤.٣%	١١٨	٢٢.٩%	٣٥	٢٧.٥%	٤٦	٢٢.٤%	٣٧	السرعة في نقل المعلومات.
١٤.٤%	٧٠	١٥.٠%	٢٣	١٥.٠%	٢٥	١٣.٣%	٢٢	ارتباطها بالاحتجاجات والثورات الشعبية.
١٣.٠%	٦٣	١٣.١%	٢٠	١٣.٨%	٢٣	١٢.١%	٢٠	تقديم موضوعات مختلفة عن المقدمة في الوسائل الإعلامية الأخرى.
٢٢.٣%	١٠٨	٢٢.٩%	٣٥	٢٠.٤%	٣٤	٢٣.٦%	٣٩	سهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
١٢.٢%	٥٩	١٣.١%	٢٠	١١.٤%	١٩	١٢.١%	٢٠	لم تعد وسائل الاعلام الأخرى قادرة على اشباع احتياجات الجمهور.
١٣.٨%	٦٧	١٣.١%	٢٠	١٢.٠%	٢٠	١٦.٤%	٢٧	الخصائص والمميزات التي تتسم بها شبكات التواصل الاجتماعي.
١٠.٠%	٤٨٥	١٥٣		١٦٧		١٦٥		المجموع

*اختيار أكثر من بديل

• يتضح من جدول (١) أن أكثر العوامل التي أدت إلى ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر حسب رأى النخبة السرعة في نقل المعلومات بالمركز الأول بوزن مرجح ٢٤,٣%، يلاه سهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمركز الثاني بوزن مرجح ٢٢,٣%، ثم لارتباطها بالاحتجاجات والثورات الشعبية بالمركز الثالث بوزن مرجح ١٤,٤%، ثم الخصائص والمميزات التي تتسم بها شبكات التواصل الاجتماعي بالمركز الرابع بوزن مرجح ١٣,٨%، ثم تقديمها موضوعات مختلفة عن تلك المقدمة في الوسائل الإعلامية الأخرى بالمركز الخامس بوزن مرجح ١٣%، وأخيراً لم تعد وسائل الاعلام الأخرى قادرة على اشباع احتياجات الجمهور بوزن مرجح ١٢,٢% .

- بالنسبة للاكاديميون: يرون أن أكثر العوامل التي أدت إلى ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر من وجهة نظرهم سهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الأول بنسبة ٢٣,٦%، يلاه السرعة في نقل المعلومات بالترتيب الثاني بنسبة ٢٢,٤%، ثم الخصائص والمميزات التي تتسم بها شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الثالث بنسبة ١٦,٤%، ثم لارتباطها بالاحتجاجات والثورات الشعبية بالترتيب الرابع بنسبة ١٣,٣%، واخيراً تقديمها موضوعات مختلفة عن تلك المقدمة في الوسائل الإعلامية الأخرى، لم تعد وسائل الاعلام الاخرى قادرة على اشباع احتياجات الجمهور بنسبة كلاً منهما ١٢,١%.
- أما الممارسون: يرون أن أكثر العوامل التي أدت إلى ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر من وجهة نظرهم السرعة في نقل المعلومات بالترتيب الأول بنسبة ٢٧,٥%، يلاه سهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الثاني بنسبة ٢٠,٤%، ثم ارتباطها بالاحتجاجات والثورات الشعبية بالترتيب الثالث بنسبة ١٥%، ثم تقديمها موضوعات مختلفة عن تلك المقدمة في الوسائل الإعلامية الأخرى بالترتيب الرابع بنسبة ١٣,٨%، ثم الخصائص والمميزات التي تتسم بها شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الخامس بنسبة ١٢%، واخيراً لم تعد وسائل الاعلام الاخرى قادرة على اشباع احتياجات الجمهور بنسبة ١١,٤%.
- بينما يرون المتخصصون: أن أكثر العوامل التي أدت إلى ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر من وجهة نظرهم السرعة في نقل المعلومات، سهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الأول بنسبة ٢٢,٩%، يلاه لارتباطها بالاحتجاجات والثورات الشعبية بالترتيب الثاني بنسبة ١٥%، وأخيراً تقديمها موضوعات مختلفة عن تلك المقدمة في الوسائل الإعلامية الأخرى، لم تعد وسائل الاعلام الاخرى قادرة على اشباع احتياجات الجمهور، الخصائص والمميزات التي تتسم بها شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة كلاً منهما ١٣,١%.
- ويمكن للباحث تفسير ذلك: حيث صممت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام، ويستطيع أي مستخدم أن يتعامل معها ومع تطبيقاتها بكل يسر مع اختلاف أعمار هؤلاء المستخدمين ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، حيث أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس استخدام الهاتف أو الحاسب الآلي ليقوم بطرح موضوع او قضية من خلالها مما جعلها تنشط في فترة الاحتجاجات والثورات من اجل النشر وتحقيق التواصل عبر الشبكات، وبشكل عام تمتاز شبكات التواصل الاجتماعي بالتصميم البسيط، وسهولة إجراء المحادثات النصية ومحادثات الفيديو وإشعارات تجذب انتباه المستخدم إضافة الى ذلك تتيح شبكات التواصل الاجتماعي بعض التطبيقات للأشخاص المحترفين في استخدام التقنيات الالكترونية.

٢- جدول رقم (٢) يوضح أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

الإجمالي		متخصصون		ممارسون		أكاديميون		المهنة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٥.٥%	٩٩	٣٦.٠%	٣٢	٣٦.٦%	٣٤	٣٤.٠%	٣٣	أصبحت البيئة الملائمة للتعبير عن الآراء بحرية.
٤٣.٤%	١٢١	٤٢.٧%	٣٨	٤٤.١%	٤١	٤٣.٣%	٤٢	الفورية في تشارك المعلومات المحدثه.
٢١.١%	٥٩	٢١.٣%	١٩	١٩.٤%	١٨	٢٢.٧%	٢٢	تتيح شبكات التواصل إمكانية الاحتفاظ بالمضمون.
١٠٠%	٢٧٩	٨٩		٩٣		٩٧		المجموع

***اختيار أكثر من بديل**

• يتبين من جدول رقم (٢) أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في مصر حسب رأى النخبة تتمثل في الفورية في تشارك المعلومات المحدثه عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الأول بوزن مرجح ٤٣,٤%، تلاه أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الملائمة للتعبير عن الآراء بحرية بالترتيب الثاني بوزن مرجح ٣٥,٥%، وأخيراً تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية الاحتفاظ بالمضمون بوزن مرجح ٢١,١%.

• بالنسبة للاكاديميون: يرون أن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في مصر تتمثل في الفورية في تشارك المعلومات المحدثه عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الأول بنسبة ٤٣,٣%، تلاه أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الملائمة للتعبير عن الآراء بحرية بالترتيب الثاني بنسبة ٣٤%، وأخيراً تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية الاحتفاظ بالمضمون بنسبة ٢٢,٧%.

• أما الممارسون: يرون أن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في مصر تتمثل في الفورية في تشارك المعلومات المحدثه عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الأول بنسبة ٤٤,١%، تلاه أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الملائمة للتعبير عن الآراء بحرية بالترتيب الثاني بنسبة ٣٦,٦%، وأخيراً تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية الاحتفاظ بالمضمون بنسبة ١٩,٤%.

• يرون المتخصصون: أن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في مصر تتمثل في الفورية في تشارك المعلومات المحدثه عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالترتيب الأول بنسبة ٤٢,٧%، تلاه أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الملائمة للتعبير عن الآراء بحرية بنسبة ٣٦%، وأخيراً تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية الاحتفاظ بالمضمون بنسبة ٢١,٣%.

• ومما سبق يرجح الباحث ذلك: إلى تمتع شبكات التواصل بسرعة التبادل الإعلامي بين المرسل والمستقبل والسرعة في وصول الأخبار والآراء والمعلومات المتنوعة عن الأحداث والقضايا بحيث لا يتطلب ذلك انتظاراً لوقت كبير، وكذلك التحديث المستمر للمضامين كافة حيث أن الجمهور الذي يقوم بالنشر فيها عادة ما يتولى عملية التحديث لمضامين الأحداث أو القضايا التي تناولها فقد يضيف عليها أحداثاً جديدة أو يصحح معلومات سابقة على وفق المستجدات الآنية، كما أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها فتلك الشبكات جعلت بإمكان أي شخص أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم، حيث تتيح إمكانيات حفظ كميات كبيرة من البيانات بصورها المختلفة مع عمل أرشيفات لها وإنشاء قواعد بيانات كما يشير عنصر المساحة أيضاً إلى الانتشار الجغرافي الكبير الذي يصل إلى حد العالمية وسهولة الاتصال بين الأفراد مهما تباعدت المسافات ومهما وجدت الحواجز.

٣- جدول رقم (٣) يوضح وظائف شبكات التواصل الاجتماعي

الإجمالي		متمنصون		ممارسون		أكاديميون		المهنة وظائف شبكات التواصل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠.٨%	١٣٨	٤٠.٢%	٤٥	٤١.٥%	٤٤	٤٠.٨%	٤٩	الوظيفة الاتصالية
٣٤.٣%	١١٦	٣٥.٧%	٤٠	٣٤.٩%	٣٧	٣٢.٥%	٣٩	الوظيفة التسويقية
٢٢.٨%	٧٧	٢١.٤%	٢٤	٢٢.٦%	٢٤	٢٤.٢%	٢٩	الوظيفة الثقافية
٠.٣%	١	٠.٣%	١	٠	٠	٠	٠	الوظيفة الإخبارية
١.٨%	٦	١.٨%	٢	٠.٩%	١	٢.٥%	٣	الوظيفة الترفيه والتسلية
١٠٠%	٣٣٨	١١٢		١٠٦		١٢٠		المجموع

*اختيار

أكثر من بديل

• يتبين من جدول رقم (٣) أن من أهم وظائف شبكات التواصل الاجتماعي في مصر من وجهة نظر النخبة (عينة الدراسة) الوظيفة الاتصالية بالمرتبة الأولى بوزن مرجح ٤٠,٨%، تلاه الوظيفة التسويقية بالمرتبة الثانية بوزن مرجح ٣٤,٣%، ثم الوظيفة الثقافية بالمرتبة الثالثة بوزن مرجح ٢٢,٨%، ثم الوظيفة الترفيه والتسلية بالمرتبة الرابعة بوزن مرجح ١,٨%، وأخيراً الوظيفة الإخبارية بوزن مرجح ٠,٣%.

• بالنسبة للاكاديميون: يرون أن من أهم وظائف شبكات التواصل الاجتماعي في مصر من وجهة نظرهم اوجد الوظيفة الاتصالية بالترتيب الأول بنسبة ٤٠,٨%، تلاه الوظيفة التسويقية بالترتيب الثاني بنسبة ٣٢,٥%، ثم الوظيفة الثقافية بالترتيب الثالث بنسبة ٢٤,٢%، واخيراً الوظيفة الترفيه والتسلية بنسبة ٢,٥%.

- أما الممارسون: يرون أن من أهم وظائف شبكات التواصل الاجتماعي في مصر من وجهة نظرهم اوجد الوظيفة الاتصالية بالترتيب الأول بنسبة ٤١,٥%، الوظيفة التسويقية بالترتيب الثاني بنسبة ٣٤,٩%، ثم الوظيفة الثقافية بالترتيب الثالث بنسبة ٢٢,٦%، وأخيراً الوظيفة الترفيه والتسلية بنسبة ٠,٩%.
- بينما يرون المختصون: أن من أهم وظائف شبكات التواصل الاجتماعي في مصر من وجهة نظرهم اوجد الوظيفة الاتصالية بالترتيب الأول بنسبة ٤٠,٢%، تلاه الوظيفة التسويقية بالترتيب الثاني بنسبة ٣٥,٧%، ثم الوظيفة الثقافية بالترتيب الثالث بنسبة ٢١,٤%، ثم الوظيفة الترفيه والتسلية بالترتيب الرابع بنسبة ١,٨%، وأخيراً الوظيفة الإخبارية بنسبة ٠,٣%.
- ويفسر الباحث رؤية الخبراء: أنه نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات، ونظم الاتصال لتكلفتها الزهيدة، وأن قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على إحداث التغيير بشكل ناجح تتوقف على معرفة، وفي هذه الأيام فإن الأمية الحقيقية هي أمية وسائل الاتصال نظرا لتزايد دورها في الاتصال الاجتماعي علي كافة المستويات خاصة بعد أن ثبتت جدوى هذه الوسائل وتقنياتها في جميع مجالات الحياة، الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وهناك إقبال من الشركات الكبرى على تطوير وإنشاء مواقعها الخاصة على شبكات التواصل، كما تعد التسلية هدف جوهري للمستخدمين وهي وسيلة لتعزيز البعد الاجتماعي للإنسان وتعليمه الادوار والقواعد، والقيم عن طريق التسلية مع الآخرين، فضلا عن أن زيادة تعقيدات المجتمع تفرض زيادة اتساع مجال التسلية والترفيه مع الاخرين.

٤- جدول رقم (٤) يوضح تقييم شبكات التواصل الاجتماعي

الإجمالي		متخصصون		ممارسون		أكاديميون		المهنة تقييم شبكات التواصل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٥.١%	٥٢	٢٧.٨%	٢٠	٢٦.٩%	١٨	٢٠.٦%	١٤	لم تصل إلى مستوى شبكات التواصل في الدول الأخرى
١٨.٤%	٣٨	٢٠.٨%	١٥	١١.٩%	٨	٢٢.١%	١٥	لازالت في أول مراحل التطور
٥٦.٥%	١١٧	٥١.٤%	٣٧	٦١.٢%	٤١	٥٧.٤%	٣٩	وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية
.	أصبحت شبكات التواصل من أهم الوسائل الإعلامية
١٠٠%	٢٠٧	٧٢		٦٧		٦٨		المجموع

*اختيار أكثر من بديل

يتضح من جدول (٤) أن حسب رأى النخبة تقييم لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام في الوقت الراهن في مصر وجد أنها وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية بالترتيب الأول بوزن مرجح ٥٦,٥%، تلاه لم تصل إلى مستوى شبكات التواصل في الدول الأخرى بالترتيب الثاني بوزن مرجح ٢٥,١%، واخيراً لازالت في أول مراحل التطور بوزن مرجح ١٨,٤%.

● **بالنسبة للاكاديميون:** تقييم لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام في الوقت الراهن في مصر وجد أنها وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية بالترتيب الأول بنسبة ٧٥,٤%، تلاه لازالت في أول مراحل التطور بالترتيب الثاني بنسبة ٢٢,١%، واخيراً لم تصل إلى مستوى شبكات التواصل في الدول الأخرى بنسبة ٢٠,٦%.

● **أما الممارسون:** تقييم لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام في الوقت الراهن في مصر وجد أنها وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية بالترتيب الأول بنسبة ٦١,٢%، تلاه لم تصل إلى مستوى شبكات التواصل في الدول الأخرى بالترتيب الثاني بنسبة ٢٦,٩%، واخيراً لازالت في أول مراحل التطور بنسبة ١١,٩%.

● **بينما المتخصصون:** تقييم لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام في الوقت الراهن في مصر وجد أنها وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية بالترتيب الأول بنسبة ٥١,٤%، تلاه لم تصل إلى مستوى شبكات التواصل في الدول الأخرى بالترتيب الثاني بنسبة ٢٧,٨%، وأخيراً لازالت في أول مراحل التطور بنسبة ٢٠,٨%.

• ومما سبق يرجع الباحث: أن شبكات التواصل وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية حيث شهدت شبكات التواصل الاجتماعي العديد من التطورات والتحسينات المستمرة وأضيفت لها مميزات عديدة من بداية اختراعها إلى يومنا هذا بحيث لم يتوقف التطور التقني والبرمجي لها، وأصبحت تقدم خدمات كثيرة لدرجة أنها أصبحت وسيلة مهمة جداً في الحصول على المعلومات والأخبار وأصبحت وسائل الاعلام التقليدية لها صفحات وقنوات على تلك الشبكات لما تتمتع به من خدمات اتصالية لا يتوفر في غيرها من الوسائل وكذلك لكثرة المستخدمين لها.

٥- ما ملامح التميز في أداء شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن (*)

• وقد رأي بعض النخبة من الأكاديميين أن من أهم ما تميز أداء شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: هي الفورية والاندية في نقل الأخبار، كما يوجد بها هامش حرية كبير، وتعمل بسرعة على نشر المحتوى والحصول على المعلومات وفي أي وقت وانتشارها بين الافراد، كما أنها مجانية وتتمتع بالذكاء الاصطناعي وتجذب الكثير من المستخدمين وسهلة الاستخدام لكافة الفئات العمرية، وتمكن المستخدم من معرفة الحدث لحظة وقوعه واستخدامها للوسائط المتعددة صوت وصورة لايف من خلال خاصية البث المباشر، كما ان شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت على التعددية في الرؤي وتبنى الجمهور للعديد من المبادرات وتشكيل الرأي العام بسرعة ودعم القرار العام أو مواجهته حول القضايا المختلفة و قدرتها على ربط تلك الآراء حول الموضوعات المطروحة وتوحيد توجهها والتي لا يمكن لوسائل الإعلام التقليدية ان تعبر عنها، بالإضافة الى تفردا بالتفاعلية العالية وصنع المحتوى من خلال المستخدم، وكما أن المستخدم يقوم بنقل المعلومات و الأحداث دون رقابة.

• كما رأي بعض النخبة من الأكاديميين ايضاً: أن من أهم ما تميز أداء شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: أنها أصبحت من أهم وسائل الاتصال والتسويق حيث فرضت على وسائل الإعلام التقليدي التوجه إلى شبكات التواصل الاجتماعي والعمل من خلالها، حيث توفر تلك الشبكات الخدمات الاعلانية ويمكن تقديم الخدمات التسويقية للمنتجات حيث اصبحت مصدر دخل للكثير من الافراد مما يساعد في تدعيم الاقتصاد، كما انها سهلت الاتصال الفوري بين الأشخاص بسهولة خاصة في جميع جهات العمل.

• وقد رأي بعض النخبة من المتخصصين أن من أهم ما تميز أداء شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: التواصل والفورية والسرعة والانتشار في نقل الموضوعات ومتابعة المعلومات والاحداث من خلالها والتي فاقت عددا من

الوسائل الأخرى المنافسة وتقديم ما لا تقدمه وسائل الاعلام التقليدي مع دمج كافة العناصر التفاعلية الصوت والصورة والفيديو الروابط التشعبية، سهولة الاتصال بالمستخدم، تقليل الجهد المبذول من المستخدمين، تعدد الخيارات المتاحة أمام المستخدم، رجوع الصدى، المشاركة مع الآخرين، والوصول لأكثر عدد من المواطنين، كما أنها تخلق هامش من الحريات واسع في طرح وانتقاد السلبيات والايجابيات، ونافذه للمستخدم على كل ما هو جديد في العالم مع التمتع بمناخ ممتاز من الحرية وقدرتها على استيعاب جميع الآراء المختلفة، واصبحت اداة ضاغطة على الحكومات بشكل واسع جدا وتمكنت من تغيير العديد من القرارات الحكومية، وأصبحت أداة راقبة جيدة على المجتمعات ومرآة واضحة لها، كما أصبح لها قاعدة جماهيرية واسعة وقد تمكنت من إشباع غالبية حاجات الجمهور من خلال تخطيها الحدود الزمانية والمكانية الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور .

● **وقد رأي بعض النخبة من المتخصصين أيضا** أن من أهم ما تميز أداء شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: تتميز تلك الشبكات بالتنوع الكبير في المحتوى المطروح وكذلك تنوع مصادر المعرفة والاطلاع على مختلف التطورات للأحداث، الوفرة الإتاحة وعدم اقتصارها على مجموعة محددة وإتاحة الفرصة للفئات المهمشة لطرح قضاياها وأفكارها بشكل أكثر حرية واتساع، كما تدعم صحافة المواطن من خلال تمكينها من معالجة الكثير من الأحداث بشكل فعال ومؤثر ، طرحها العديد من القضايا المجتمعية الشائكة ، و دعم العديد من المهارات الاتصالية في مجال تكنولوجيا الاتصال، وإتاحة فرص استثمارية للعديد من الفئات من خلال الترويج للمشروعات الصغيرة ، وخلق مجتمعات افتراضية فرعية تجمع بين التخصصات المختلفة، وهو ما يفيد في تبادل الخبرات وتشجيع العمل المشترك الى أرض الواقع ، أصبحت الوسيلة الوحيدة للتعبير عن الرأي حتى وإن لم يكن مسموعا، مع عدم مصداقيه الإعلام التقليدي الذي أصبح يعبر عن الراي الواحد، وأصبحت وسيله من وسائل الربح للأفراد والشركات.

● **وكان رأي النخبة من الممارسين**: أن من أهم ما تميز أداء شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: الإتاحة والتنوع والتفاعلية وسرعة الانتشار وسهولة الاستخدام من خلال الصور والفيديوهات من موقع الحدث، صناعة الترنند من خلال تركيزها على موضوع او قضية معينة والتأثير في الرأي العام، والوصول إلى المعلومات بشكل أسرع سواء الاخبار المحلية والعالمية، إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء التي لا تجد فرصتها في الإعلام التقليدي والحرية في تبادل الآراء فأصبحت قوة مؤثرة في الرأي العام، وقد أصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عادة يومية ونشاط أساسي يقوم به الغالبية يوميا، فهي أثرت على الحياة والعمل، وأصبحت إعلام بديل بعيدا عن الإعلام التقليدي الذي تفرض عليه قيود وهناك قوة السيوشال ميديا واحدة من ملامح التميز في مصر لأنها تُجبر صانع القرار أحيانا لاتخاذ القرارات من أجل إرضاء مستخدمي هذه المنصات الاجتماعية التميز أيضا

يظهر في حُسن استغلال الهاشتاجات على شبكات التواصل الاجتماعي لمناقشة القضايا المهمة والحيوية، فضلاً عن إمكانية نشر الفيديوهات الجادة التي تعبر عن وجهة نظر قطاع واسع من الشعب ومن الصعب نشرها في الإعلام التقليدي، استخدامها في التسويق والتسليية، وسهولة الاستخدام والوصول الي جميع طبقات المجتمع .

• ومما سبق يرجح الباحث: حسب رأى النخبة من اهم ملامح التميز التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي الانيه والمرونة في نقل الاخبار حيث أُلغت شبكات التواصل الاجتماعي الحواجز الزمنية كما أُلغت الحواجز المكانية إذ أن الاتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، وكذلك التنوع في عرض وجهات النظر والحرية في تداول المعلومات وهو ما لا يتوفر في وسائل الاعلام التقليدية، واداة قوية للضغط على الحكومات فقد تم تغيير قرارات ومراجعتها وتسييط الضوء على قضايا وتحويلها لقضايا رأى عام من خلال الهاشتاج أو التريند .

٦- ملامح قصور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن (*)

• وقد رأى بعض النخبة من الأكاديميين: أن من أهم ملامح قصور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: سطحية التناول للموضوعات كما أن المحتوى الضار لا يحجب مما يساعد على نشر الشائعات وابتعادها عن الحيادية وانعدام الثقة في الأخبار المتداولة والسرعة وعدم التثبت من الأخبار في بعض الأحيان من خلال تلك الشبكات، وكذلك نشر المفاهيم المغلوطة والمنحرفة التي تسبب زعزعة الاستقرار المجتمعي والمؤثرة على النواحي النفسية للأفراد مثل نشر الفيديوهات الغير هادفه ويتم تقليدها من الكثير من الشباب ويقندون بها، تردد الافراد في التعبير على آرائهم بحرية و الخوف من المراقبة وفرض قيود على المستخدمين والملاحقة القانونية، تعزيز ظهور ودعم المحتويات الهابطة من تدني مستوى موضوعات الترنند وضعف المحتوى وتحوله الي الاستهلاك فقط وليس لتطوير الذات والأفكار ودعمها لانتشار المحتوى الترفيهي وقلة المحتوى العلمي والتكنولوجي.

• وقد رأى بعض النخبة من الأكاديميين: أن من أهم ملامح قصور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: مازالت شبكات التواصل الاجتماعي في مصر تحتاج لمزيد من تقنين وتنظم أوضاعها القانونية والتشريعية وغياب المعايير المهنية واختراق ميثاق الشرف الصحفي بما يكفل مزيدا من الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية ومراقبة القيم المجتمعية ومنع الاختراقات ومتابعة البيانات والجرائم الاليكترونية، ضعف السيطرة ودعمها للحرية المنفلتة اي الغير منضبطة وذلك من خلال عدم السيطرة على عمليات نشر الأخبار الزائفة والمضللة والتي قد تحمل في طيها دعوة التحريض على العنف وإثارة الشغب قد تتسبب في حرب أهلية نتيجة الاستقطاب، عدم وجود ضوابط أخلاقية لاستخدام شبكات الوصل الاجتماعي ومع

عدم وجود رقابة حقيقية وضعف احترام الحق في النقد وانتهاك خصوصية الأفراد يتم التجاوز وعدم مراعاة حقوق الآخرين كما تستخدم كوسيلة للتشهير بالآخرين عندما يساء استخدامها سوء الاستخدام والجهل بخطورة التعامل معها من بعض المستخدمين المستغلين، عدم وجود عمل هذه الشبكات ، غلبة الواقع الافتراضي على الحياة الواقعية مما ساعد على تفكيك الأسرة المصرية .

● **وقد رأي بعض النخبة من المتخصصين:** أن من أهم ملامح قصور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: هي استغلالها في نشر الإشاعات وعدم المهنية مستخدمين في نقل الاخبار مما ساعد في استغلالها في ترويج الشائعات وانعدام الخصوصية وقلة الدقة والمصداقية والموضوعية وعدم الوعي الكافي من بعض المستخدمين ومشاركة المحتوى دون التأكد من صحته، كما لا تزال تحتوي على العديد المشكلات عدم السيطرة وحجب الذباب الالكتروني واستغلال التردد للتدخل في الشأن العام بمعنى توجيه الرأي العام بطريق لي الذراع، عدم وضوح المصدر بشكل كامل في كثير من المضامين المعروضة، لم تصل إلى مستوى شبكات التواصل في الدول الأخرى من خلال الازدواجية في المعايير المتعلقة بالخصوصية وصناعة المحتوى عبرها وكذلك انتشار الاعلام المخادع واستغلاله لها لتضليل جمهور المتلقين لتنفيذ اهداف شخصية وإتاحة العديد من المضامين الغير مهمه للجمهور والتي تثير الرأي العام ضدها وذلك لضعف الثقافة العامة لمعظم الجمهور المستخدم.

● **وقد رأي بعض النخبة من المتخصصين أيضا:** أن من أهم ملامح قصور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: عدم وجود تشريعات قانونية تقفن ممارساتها في حال ارتكاب مخالفات قانونية لتنظيم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، كما ادخلت سلوكيات أثرت بشكل سلبي على المجتمع المصري لصعوبة السيطرة عليها واستغلالها في التشوية والاختراق من خلال استغلال البيانات بشكل غير أخلاقي ، تصدر شخصيات غير مؤهلة للمشهد الاتصالي على تلك الشبكات نتج عنه انتشار العنف اللفظي و انتشار الجرائم الالكترونية من خلال عمليات الاختراق والابتزاز وغيرها و عدم احترام الملكية الفكرية، وغياب الرقابة الضابطة لكثرة المخالفات والمعلومات المضللة واستخدامها في التتمر والتميز بين الافراد وتسطيح الثقافة العامة وتأثيرها على الاطفال والشباب بتدعيم الظواهر السلبية ومساعدتها في اهدار اللغة والانحدار الأخلاقي، ومن ملامح قصور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر تقييد الحريات على بعض الصحفيين والصفحات المشاهير الذين لهم تأثير داخل المجتمع المصري وكذلك حرية التعبير الكامل للأفراد، كذلك عدم استخدامها للتقنيات الحديثة في مصر والتي تعد نتاج لتقنيات الثورة الرقمية مثل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

● **وكان رأي النخبة من الممارسين أيضا:** أن من أهم ملامح قصور شبكات التواصل الاجتماعي في مصر خلال الوقت الراهن: عدم التحقق من صدق

المعلومات المتداولة ومتابعتها الفورية واستغلالها في أشياء غير مفيدة وسرعة إبداء الرأي في الحدث قبل التحقق والوصول إلى المصدر الرسمي ، التضليل والأخبار الزائفة أو المغلوطة التي يتم تداولها على هذه الشبكات والحملات المشبوهة وعرض أعمال العنف، المراقبة وحظر بعض الصفحات أو اختراقها، انتشار الصور السلبية للمجتمع بالنسبة للأفراد الذين يروجون أفكار تتعارض مع القيم والمبادئ والأخلاق من خلالها وتعميم الثقافات التي لا تناسب مجتمعاتنا، قلة التشريعات المنظمة وعدم الرقابة الفاعلة وعدم المحاسبة القانونية وغلق الحسابات المزيفة وحماية الخصوصية للأفراد، ضعف البنية التحتية لشبكات الإنترنت في مصر، لا يوجد ضوابط قانونية على مستخدمي صفحات الأنترنت وخاصة الشركات عند إعلانها عن منتجاتها والتحقق منها فبعض محتويات الشبكة غير أخلاقية وبعض الفيديوهات مخلة بالنسبة للأطفال مما يستوجب الرقابة عليها.

• ومما سبق يرجع الباحث: يعاني المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من ضعف مستوي الخصوصية وتزييف المحتوي حيث أن تقييم المصدقية في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي غالبا ما يكون أكثر تعقيدا من محتويات وسائل الإعلام العادية بسبب تعدد مصادر محتويات الشبكة، والتدفق المجاني وغير المنظم للمعلومات ومزودي البيانات، وهو الأمر الذي يخلق الكثير من الأخطار للمستخدمين، وكذلك صعوبة السيطرة عليها من قبل الحكومات في حال ارتكاب أفعال يحاسب عليها القانون لذلك لابد من تقنين ووضع تشريعات تنظم النشر والتداول للمحتوى الإلكتروني.

٥) يوضح ملامح استفادة وسائل الاعلام التقليدية من شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن المرجح	التكرار المرجح	معارض		لا أعرف		موافق		درجة ملامح استفادة وسائل الاعلام التقليدية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٣	12.79	435	3.3	٥	3.3	٥	93.3	١٤٠	ساهمت في الوصول إلى مصادر المعلومات بسهولة.
٥	12.67	431	٢, ٠	٣	٨,٧	١٣	٨٩,٣	١٣٤	ساعدت في ابتكار أفكار جديدة للموضوعات الصحفية.
٢	12.82	436	١, ٣	٢	٦,٧	١٠	٩٢,٠	١٣٨	ساعدت على إجراء استطلاعات واستفتاءات رأى عام بسهولة.
٨	11.41	388	٩, ٣	١٤	٢٢,٧	٣٤	٦٨,٠	١٠٢	قنوات اتصالية لانتشار الأخبار.
١	12.85	437	٢, ٠	٣	٤,٧	٧	93.3	١٤٠	التفاعل وتيسير مشاركة الجمهور.
٧	12.35	420	٧, ٣	١١	٥,٣	٨	٨٧,٧	١٣١	جمع الأخبار العاجلة والتي يصعب الوصول إليها في الواقع.
٦	12.40	422	٥, ٣	٨	٨,٠	١٢	٨٦,٧	١٣٠	أتاحت قدرا أكبر من حرية التعبير.
٤	12.73	433	٢, ٧	٤	٦,٠	٩	٩١,٣	١٣٧	أوجدت مفهوم المواطن الصحفي الذي ينقل الأخبار من موقع الحدث.
3402			مجموع الاوزان						

• يتضح من جدول رقم (٥) أهم ملامح الاستفادة وسائل الاعلام التقليدية من شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة (عينة الدراسة) وجد التفاعل وتيسير مشاركة الجمهور بالترتيب الأول بنسبة ١٢,٨٥%، يلاه ساعدت على إجراء استطلاعات واستفتاءات رأى عام بسهولة بالترتيب الثاني بنسبة ١٢,٨٢%، ثم ساهمت في الوصول إلى مصادر المعلومات بسهولة بالترتيب الثالث بنسبة ١٢,٧٩%، ثم أوجدت مفهوم المواطن الصحفي الذي ينقل الأخبار من موقع الحدث بالترتيب الرابع بنسبة ١٢,٧٣%، ثم ساعدت في ابتكار أفكار جديدة للموضوعات الصحفية، بالترتيب الخامس بنسبة ١٢,٦٧%، ثم أتاحت قدرا أكبر من حرية التعبير

بالترتيب السادس بنسبة ١٢,٤٠%، ثم جمع الأخبار العاجلة والتي يصعب الوصول إليها في الواقع بالترتيب السابع بنسبة ١٢,٣٥%، واخيراً قنوات اتصالية لانتشار الأخبار بنسبة ١١,٤١%.

ومما سبق يرجح الباحث: ذلك إلى تفاعل جمهور المستخدمين مع الموضوعات والقضايا من خلال تلك الشبكات وكذلك معرفة اهم القضايا التي تشغل حديث الرأي العام والوصول السريع الى الأشخاص انفسهم صانع الحدث حيث أن اغلب الموضوعات تكون من اشخاص قاموا بنشر صور او مقاطع على شبكات التواصل ففي بيئة شبكات التواصل الاجتماعي يقوم عدد من أفراد الجمهور بتوفير الأخبار والمعلومات، ونقلها إلى الجمهور وهذا بفضل تكنولوجيا شبكات التواصل التي عملت على تمكين وزيادة قدرة المواطن الافتراضي بل وحتى في الوسائل التقليدية التي أرغمت على التعامل مع المضامين التي ينتجها المواطنون ويتبناها ويبتها.

٨- جدول رقم (٦) يوضح أسباب علاقة التعاون بين وسائل الإعلام الأخرى وشبكات التواصل

الاجتماعي

الإجمالي		متخصصون		ممارسون		أكاديميون		المهنة علاقة قائمة على التعاون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٨.٠%	٩٧	٣٥.٤%	٢٨	٤٢.٩%	٣٦	٣٥.٩%	٣٣	شبكات التواصل تعد من أهم الوسائل تساعد على انتشار الأخبار.
٣٢.٥%	٨٣	٣٥.٤%	٢٨	٢٨.٦%	٢٤	٣٣.٧%	٣١	شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على دخول نسبة كبيرة من الجمهور على الوسائل الإعلامية الأخرى.
٢٨.٦%	٧٣	٢٧.٨%	٢٢	٢٨.٦%	٢٤	٢٩.٣%	٢٧	شبكات التواصل كوسيلة ترويجية وتسويقية للوسائل الإعلامية الأخرى.
٠.٤%	١	١.٣%	١	٠	٠	٠	٠	اصبحت مورد مهم من موارد الدخل للوسائل التقليدية.
٠.٤%	١	٠	٠	٠	٠	١.١%	١	استخدامها كمنصات اعلامية لوسائل الاعلام التقليدية.
١٠٠%	٢٥٥	٧٩		٨٤		٩٢		المجموع

*اختيار أكثر من بديل

• يتضح من جدول رقم(٦) أن أكثر أسباب علاقة تعاون بين وسائل الإعلام الأخرى وشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر النخبة (عينة الدراسة) وجد أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل التي تساعد على انتشار الأخبار بالدرجة الأولى بنسبة ٣٨% ، تلاها شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على دخول نسبة كبيرة من الجمهور على الوسائل الإعلامية الأخرى بالدرجة الثانية بنسبة ٣٢% ، ثم تعمل شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة ترويجية وتسويقية للوسائل الإعلامية الأخرى بالدرجة الثالثة بنسبة ٢٨,٦% ، واخيراً أصبحت مورد مهم من موارد الدخل للوسائل التقليدية، استخدامهما كمنصات اعلامية لوسائل الاعلام التقليدية بنسبة كلاً منهما ٠,٤% .

• **بالنسبة للاكاديميين :** يرون أن أكثر أسباب علاقة تعاون بين وسائل الإعلام الأخرى وشبكات التواصل الاجتماعي وجد شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل التي تساعد على انتشار الأخبار بالترتيب الأول بنسبة ٣٥,٩% ، تلاها شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على دخول نسبة كبيرة من الجمهور على الوسائل الإعلامية الأخرى بالترتيب الثاني بنسبة ٣٣,٧% ، ثم تعمل شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة ترويجية وتسويقية للوسائل الإعلامية الأخرى بالترتيب الثالث بنسبة ٢٩,٣% ، واخيراً استخدامهما كمنصات اعلامية لوسائل الاعلام التقليدية بنسبة ١,١% .

• **اما الممارسون:** يرون أن أكثر أسباب علاقة تعاون بين وسائل الإعلام الأخرى وشبكات التواصل الاجتماعي وجد شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل التي تساعد على انتشار الأخبار بالترتيب الأول بنسبة ٤٢,٩% ، واخيراً شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على دخول نسبة كبيرة من الجمهور على الوسائل الإعلامية الأخرى، تعمل شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة ترويجية وتسويقية للوسائل الإعلامية الأخرى بنسبة كلاً منهما ٢٨,٦% .

• **بينما المتخصصون:** يرون أن أكثر أسباب علاقة تعاون بين وسائل الإعلام الأخرى وشبكات التواصل الاجتماعي وجد شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل التي تساعد على انتشار الأخبار، شبكات التواصل الاجتماعي تساعد على دخول نسبة كبيرة من الجمهور على الوسائل الإعلامية الأخرى بالترتيب الأول بنسبة كلاً منهما ٣٥,٤% ، تلاها تعمل شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة ترويجية وتسويقية للوسائل الإعلامية الأخرى بالترتيب الثاني بنسبة ٢٧,٨% ، واخيراً أصبحت مورد مهم من موارد الدخل للوسائل التقليدية بنسبة ١,٣% .

• **ومما سبق يرجع الباحث:** ان تعاون وسائل الاعلام مع شبكات التواصل ناتج عن تميز تلك الشبكات بالطرح السريع للأخبار حيث تثير قضايا متنوعة محلية ودولية وبهذا يمكن الاستفادة منها إعلامياً باعتبارها مصدر للموضوعات، وهناك العديد من القنوات والصحف اصبح لها قنوات وصفحات على شبكات التواصل

حققت من خلالها سهولة في الانتشار والوصول الى الجماهير اكثر مما كانت عليه كما أن شبكات التواصل وسيلة سريعة لنشر المحتوى الإعلامي والإعلاني ومعظم الجهات الرسمية والمسئولين تنشر تفاصيل وبيانات حكومية من خلال تلك الشبكات مما عزز فكرة التبادل المعلوماتي بين الوسائل الإعلامية وشبكات التواصل لتصبح علاقة تكاملية .

٩- جدول رقم (٧) يوضح زيادة اعتماد الوسائل الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي

المهنة		أكاديميون		ممارسون		متخصصون		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أسباب زيادة اعتماد على شبكات									
الحاجة إلى النشر السريع وهذه الشبكات توفر مصدراً متجدداً وسريعاً للأخبار.									
٤١	٣٩.٤%	٤٣	٤٢.٦%	٤٥	٤٥.٠%	١٢٩	٤٢.٣%		
لأن الاخبار التي تتناولها هذه الشبكات تهم عدد كبير من المستخدمين									
٣٦	٣٤.٦%	٣١	٣٠.٧%	٣٣	٣٣.٠%	١٠٠	٣٢.٨%		
سهولة الحصول على آراء النخبة في الأحداث المختلفة عبر هذه الشبكات									
٢٧	٢٦.٠%	٢٧	٢٦.٧%	٢٢	٢٢.٠%	٧٦	٢٤.٩%		
المجموع		١٠٤		١٠١		١٠٠		٣٠٥	

*اختيار أكثر من بديل

• يتضح من جدول رقم (٧) أن من أهم أسباب زيادة اعتماد وسائل الإعلام الأخرى على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في المستقبل من وجهة نظر النخبة (عينة الدراسة) وهي الحاجة إلى النشر السريع وهذه الشبكات توفر مصدراً متجدداً وسريعاً للأخبار بالمركز الأول بنسبة ٤٢,٣%، تلاها لأن هذه النوعية من الاخبار التي تتناولها هذه الشبكات تهم عدد كبير من المستخدمين بالمركز الثاني بنسبة ٣٢,٨%، وأخيراً سهولة الحصول على آراء النخبة في الأحداث المختلفة عبر هذه الشبكات بنسبة ٢٤,٩%.

• بالنسبة للأكاديميون: يرون أن من أهم أسباب زيادة اعتماد وسائل الإعلام الأخرى على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في المستقبل وهي الحاجة إلى النشر السريع وهذه الشبكات توفر مصدراً متجدداً وسريعاً للأخبار بالترتيب الأول

بنسبة ٣٩,٤%، تلاها لأن هذه النوعية من الاخبار التي تتناولها هذه الشبكات تهم عدد كبير من المستخدمين بالترتيب الثاني بنسبة ٣٤,٦%، واخيراً سهولة الحصول على آراء النخبة في الأحداث المختلفة عبر هذه الشبكات بنسبة ٢٦%.

- **أما الممارسون:** يرون أن من أهم أسباب زيادة اعتماد وسائل الإعلام الأخرى على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في المستقبل وهي الحاجة إلى النشر السريع وهذه الشبكات توفر مصدراً متجدداً وسريعاً للأخبار بالترتيب الأول بنسبة ٤٢,٦%، تلاها لأن هذه النوعية من الاخبار التي تتناولها هذه الشبكات تهم عدد كبير من المستخدمين بالترتيب الثاني بنسبة ٣٠,٧%، واخيراً سهولة الحصول على آراء النخبة في الأحداث المختلفة عبر هذه الشبكات بنسبة ٢٦,٧%.
- **بينما يرون المتخصصون:** يرون أن من أهم أسباب زيادة اعتماد وسائل الإعلام الأخرى على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في المستقبل وهي الحاجة إلى النشر السريع وهذه الشبكات توفر مصدراً متجدداً وسريعاً للأخبار بالترتيب الأول بنسبة ٤٥%، تلاها لأن هذه النوعية من الاخبار التي تتناولها هذه الشبكات تهم عدد كبير من المستخدمين بالترتيب الثاني بنسبة ٣٣%، واخيراً سهولة الحصول على آراء النخبة في الأحداث المختلفة عبر هذه الشبكات بنسبة ٢٢%.
- **ومما سبق يرجع الباحث:** توفر شبكات التواصل الاجتماعي الحصول على الأخبار والمعلومات بسرعة وهي لا تزال ساخنة من مصادرها المباشرة، وهذا الانتشار في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إنما يرجع إلى كثرة الخدمات التي تقدمها لمستخدميها في تلبية احتياجاتهم عبر نشر الموضوعات والمعلومات التي تهمهم وتشجيع الجمهور على المشاركة الفعالة من خلال نشر التعليقات على الأخبار والمقالات وغيرها فإنها تشجع الجمهور على المشاركة في الاتصالات والقيام بدور نشط في الاتصال حيث أصبحت وسائل الاعلام الأخرى تأخذ اخبارها من هذه الشبكات وتنشئ صفحات وقنوات عليها .

١٠- جدول رقم (٨) يوضح القيم المعيارية لمستخدم شبكات التواصل عند نشر الموضوعات

الإجمالي		متخصصون		ممارسون		أكاديميون		المهنة القيم المعيارية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%١٧.٦	١١٢	%١٧.٦	٣٦	%١٧.٥	٣٧	%١٧.٦	٣٩	نشر القيم والمبادئ الاجتماعية.
%١٩.٠	١٢١	%١٨.٦	٣٨	%١٨.٤	٣٩	%١٩.٩	٤٤	الالتزام بالموضوعية والنزاهة.
%١٩.٥	١٢٤	%٢٠.١	٤١	%٢٠.٣	٤٣	%١٨.١	٤٠	نشر الحقيقة دون تزيف.
%١٣.٥	٨٦	%١١.٨	٢٤	%١٤.٢	٣٠	%١٤.٥	٣٢	المشاركة في الإصلاح الاجتماعي.
%١٢.٦	٨٠	%١٢.٧	٢٦	%١١.٨	٢٥	%١٣.١	٢٩	إلقاء الضوء على انحرافات المجتمع والعمل على تصحيحها.
%١٧.٩	١١٤	%١٩.١	٣٩	%١٧.٩	٣٨	%١٦.٧	٣٧	البعد عن تداول الشائعات.
%١٠.٠	٦٣٧	٢٠.٤		٢١٢		٢٢١		المجموع

*اختيار أكثر من بديل

• يتضح من جدول رقم (٨) أن من أبرز القيم المعيارية التي يجب أن يلتزم بها مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عند نشر الموضوعات من وجهة نظر النخبة (عينة الدراسة) هي نشر الحقيقة دون تزيف بالمركز الأول بنسبة ١٩,٥%، تلاها الالتزام بالموضوعية والنزاهة بالمركز الثاني بنسبة ١٩%، ثم البعد عن تداول الشائعات بالمركز الثالث بنسبة ١٧,٩%، ثم نشر القيم والمبادئ الاجتماعية بالمركز الرابع بنسبة ١٧,٦%، ثم المشاركة في الإصلاح الاجتماعي بالمركز الخامس بنسبة ١٣,٥%، واخيراً إلقاء الضوء على انحرافات المجتمع والعمل على تصحيحها بنسبة ١٢,٦%.

• بالنسبة للأكاديميون: يرون أن من أبرز القيم المعيارية التي يجب أن يلتزم بها مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عند نشر الموضوعات وجد الالتزام بالموضوعية والنزاهة بالترتيب الأول بنسبة ١٩,٩%، تلاها نشر الحقيقة دون تزيف بالترتيب الثاني بنسبة ١٨,١%، ثم نشر القيم والمبادئ الاجتماعية بالترتيب الثالث بنسبة ١٧,٦%، ثم البعد عن تداول الشائعات بالترتيب الرابع بنسبة ١٦,٧%

، ثم المشاركة في الإصلاح الاجتماعي بالترتيب الخامس بنسبة ١٤,٥%، أخيراً إلقاء الضوء على انحرافات المجتمع والعمل على تصحيحها بنسبة ١٣,١% .

• **اما الممارسون:** يرون أن من أبرز القيم المعيارية التي يجب أن يلتزم بها مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عند نشر الموضوعات وجد نشر الحقيقة دون تزييف بالترتيب الأول بنسبة ٢٠,٣% ، تلاها الالتزام بالموضوعية والنزاهة بالترتيب الثاني بنسبة ١٨,٤% ، ثم البعد عن تداول الشائعات بالترتيب الثالث بنسبة ١٧,٩% ، ثم نشر القيم والمبادئ الاجتماعية بالترتيب الرابع بنسبة ١٧,٥% ، ثم المشاركة في الإصلاح الاجتماعي بالترتيب الخامس بنسبة ١٤,٢% ، وأخيراً إلقاء الضوء على انحرافات المجتمع والعمل على تصحيحها بنسبة ١١,٨% .

• **بينما المتخصصون:** يرون أن من أبرز القيم المعيارية التي يجب أن يلتزم بها مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عند نشر الموضوعات وجد نشر الحقيقة دون تزييف بالترتيب الأول بنسبة ٢٠,١% ، تلاها البعد عن تداول الشائعات بالترتيب الثاني بنسبة ١٩,١% ، ثم الالتزام بالموضوعية والنزاهة بالترتيب الثالث بنسبة ١٨,٦% ، ثم نشر القيم والمبادئ الاجتماعية بالترتيب الرابع بنسبة ١٧,٦% ، ثم إلقاء الضوء على انحرافات المجتمع والعمل على تصحيحها بالترتيب الخامس بنسبة ١٢,٧% ، وأخيراً المشاركة في الإصلاح الاجتماعي بنسبة ١١,٨% .

• **ومما سبق يرجح الباحث:** أن انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة من أهم سلبيات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة الراهنة، ومع التطورات التكنولوجية يصعب أن نميز ما بين الحقيقة والمعلومات المزيفة أو المغلوطة إضافة إلى سهولة تزييف الفيديو والصور باستخدام الذكاء الاصطناعي بل أيضاً تزييف الصوت مما قد يحمل المستقبل للشبكات الاجتماعية المزيد من الإرباك التقني على الصعيد الإعلامي مما يجعل هناك ضرورة التوعية والتثقيف بكيفية التعامل الآمن مع تلك الشبكات والمواجهة المجتمعية لكل الانحرافات التي تنشر عليها ووضع ضوابط قانونية لمواجهة الشائعات والتزييف.

*وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

• توصلت الدراسة إلى تمتع شبكات التواصل بسرعة التبادل الإعلامي بين المرسل والمستقبل والسرعة في وصول الأخبار والآراء والمعلومات المتنوعة عن الأحداث والقضايا بحيث لا يتطلب ذلك انتظاراً لوقت كبير، وكذلك التحديث المستمر للمضامين كافة حيث أن الجمهور الذي يقوم بالنشر فيها عادة ما يتولى عملية التحديث لمضامين الأحداث أو القضايا التي تناولها فقد يضيف عليها أحداثاً جديدة أو يصحح معلومات سابقة على وفق المستجدات الآنية.

• كشفت الدراسة أن شبكات التواصل وصلت إلى مستوى من التطور يمكنها من منافسة باقي الوسائل الإعلامية حيث شهدت شبكات التواصل الاجتماعي العديد من التطورات والتحسينات المستمرة وأضيفت لها مميزات عديدة من بداية اختراعها إلى

يومنا هذا بحيث لم يتوقف التطور التقني والبرمجي لها، وأصبحت تقدم خدمات كثيرة لدرجة أنها أصبحت وسيلة مهمة جداً في الحصول على المعلومات والأخبار وأصبحت وسائل الاعلام التقليدية لها صفحات وقنوات على تلك الشبكات لما تتمتع به من خدمات اتصالية لا يتوفر في غيرها من الوسائل وكذلك لكثرة المستخدمين لها.

● أوضحت الدراسة من وجهة نظر النخبة أن العلاقة بين شبكات التواصل ووسائل الاعلام التقليدي قائمة على التعاون بين وسائل الاعلام وشبكات التواصل فالعديد من القنوات والصحف أصبح لها قنوات وصفحات على شبكات التواصل حققت من خلالها سهولة في الانتشار والوصول الى الجماهير ووسيلة سريعة لنشر المحتوى الإعلامي والإعلاني مما عزز فكرة التبادل المعلوماتي بين الوسائل الإعلامية وشبكات التواصل لتصبح علاقة تكاملية.

● توصلت الدراسة من وجهة نظر الخبراء ضرورة الالتزام بصدق المحتوى فانتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة من أهم السلبيات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة الراهنة، ومع التطورات التكنولوجية يصعب أن نميز ما بين الحقيقة والمعلومات المزيفة أو المغلوطة إضافة إلى سهولة تزيف الفيديو والصور باستخدام الذكاء الاصطناعي بل أيضاً تزيف الصوت مما قد يحمل المستقبل للشبكات الاجتماعية المزيد من الإرباك التقني على الصعيد الإعلامي مما يجعل هناك ضرورة التوعية والتنقيف بكيفية التعامل الآمن مع تلك الشبكات والمواجهة المجتمعية لكل الانحرافات التي تنشر عليها ووضع ضوابط قانونية لمواجهة الشائعات والتزيف.

● اقترحت النخبة لتطور شبكات التواصل الاجتماعي لمواكبة التطورات التكنولوجية حث المستخدمين وتوجيههم بالتعامل الصحيح في ظل تلك التطورات السريعة والمتلاحقة حيث أصبحت شبكات التواصل هي المهيمنة على وسائل الاعلام.*
توصيات ومقترحات الدارسة.

❖ ضرورة الاهتمام بتوظيف خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي لفتح أفق جديد في صياغة الأخبار ومتابعتها، ونشر المعلومات، وهو ما يسهم في تقليل الأخبار الكاذبة والشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، بجانب تشجيع صحافة المواطن للوصول إلى الأخبار والمعلومات التي لا يستطيع المنسوب أو المراسل الصحفي من تغطيتها.

❖ ضرورة استفادة المؤسسات من إمكانات شبكات التواصل الاجتماعي وأدواتها التفاعلية في التواصل مع المصادر والجمهور خاصة في الجوانب الترويجية والتسويقية، وزيادة الاعتماد عليها في الإصلاح الاجتماعي والسياسي والاقتصادي وتعزيز مفهوم التنمية المستدامة.

❖ ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية بتطوير صفحاتها على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الاستفادة من التطور التقني، وذلك لجذب مزيد من الزوار،

وتوسيع في استخدام الإنفوجراف في عرض المعلومات، ونتاج فيديوهات بتقنية (٣٦٠ درجة) عبر محاكاة الصورة والصوت، وهذه التقنية من شأنها استقطاب مستخدمين جدد، بجانب توظيف تقنيات حديثة مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز، والهولوجرام، وذلك من أجل صناعة محتوى يناسب طبيعة شبكات التواصل الاجتماعي.

❖ السعي لإنشاء نسخ وطنية بديل عن تلك الشبكات العالمية تتوافق مع قيم وعادات وتقاليد المجتمع المصري، ووضع ضوابط قانونية وأخلاقية أكثر أمناً للحفاظ على الخصوصية لمجتمعنا.

*مصادر ومراجع الدراسة.

١. محمد أسعد: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لموقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة على مواقع اليوتيوب والفيسبوك. رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ٢٠١١)، ص ١٠١
٢. أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة: دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيسبوك، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر في الفترة ما بين ٥ - ٧ يوليو الإدارة العامة للمكتبات (حلوان: جامعة حلوان، كلية الآداب، ٢٠٠٩) ص ٣٥.
٣. فيصل أبو عيشة: الاعلام الالكتروني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٢٦٧
٤. محمود علم الدين: الاعلام الرقمي الجديد البيئة والوسائل، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٦٢ ص ٦٣.
٥. بسنت أحمد عبد العظيم: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٨ م).
٦. إيمان صابر صادق، بعنوان "استخدامات الإعلام الجديد في المجتمع المصري الفيسبوك نموذجا"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، قسم الإعلام، ٢٠١٧ م.
٧. حامد سعيد جابر بعنوان " واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت" مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، القاهرة، العدد ١٧٦، الجزء الثاني، ديسمبر ٢٠١٧.
٨. خديجة عبد العزيز علي، بعنوان " واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر"، دراسة ميدانية، بحث منشور، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، المجلد ٢٢، العدد ٣ يوليو ٢٠١٤، ص ص ٤١٣-٤٧٦.

Ellison, Nicole B : vitak jessice : Gray, Rebecca : Lampe. .٩
Cliff. Cultivating social Resources on social work sites :
face book Relationship Mainteanance Behaviors and their
Role in social capital processes. Journal computer.
Mediated communication. Jul 2014. vol. 19 issue 4
p.p.855- 870

١٠. إيمان موسى حسنين موسى بعنوان " اتصالات الكلمة الالكترونية عبر مواقع
الشبكات الاجتماعية ودورها في المشاركة السياسية للشباب "، رسالة ماجستير
غير منشورة، قسم ادارة الأعمال، كلية التجارة، جامعه المنصورة، ٢٠١٣م.

١١. El Gazzar. Nagwa: " The Role of Social Media
Networks in Enhancing Political Change amongs
Adolescents in Egypt, Stirling international Journal of
Postgraduate Research 1.2, 2013

١٢. winters Stephanie: " the facebook Reality from the user
perspective submitted in partial fulfillment of the
Requirements for the degree of Master Arts in Applied
sociology" Northern A rizona university. May 2012.

١٣. Marina vastly : " use of social Networks sites by
young Adulls in Russia " unpublished Master's thesis,
university of tampere, school of social sciences and
humanities , may. 2012.pp15.

١٤. Adriana M Manago :Me and my 400 friends: The
anatomy of college students' Facebook networks, their
communication patterns, and well-being. Developmental
psychology, Vol 48(2), Mar 2012, 369-380 available at:
<http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optionToBuy&id=2012-02329-001>.

١٥. Aguenza. B, & Paud - A conceptual Analysis of Social
Networking and its Impact on Employee Productivity.
Journal of Business and Management, Vol.1, No.2 Alvareg,
I.M.&M.O. (2013) Learning in social Networks: Rationale

and Idea for Its Implementation in Higher Education Journal
of Education Sciences, x22. pp.3154-325.

١٦. محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص ١٧٢.

١٧. ذوقان عبيدات وعبد الرحمن عدسي وكايد عبد الحق، **البحث العلمي مفهومة وأدواته وإسالييه**، عمان دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، ١٩٩٨ ص ص ١٥١:١٥٠.

١٨. محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**،(القاهرة، دار عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ١٥٣.

١٩. سمير محمد حسين " **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**" الطبعة الثالثة، القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩م، ص ٩٩.

٢٠. ضياء الدين زاهر، **كيف تفكر النخبة العربية في تعليم المستقبل**، سلسلة مشروع مستقبل التعليم الربى، منشورات منتدى الفكر العربي، الطبعة الأولى، عمان الأردن، ١٩٩٠، ص ٧١.

٢١. شارلين هس- بيير، **باتريشيليفي، البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية**، ترجمة هناء الجوهري، المركز القومي للترجمة، سلسلة العلوم الاجتماعية للباحثين، العدد ١٧٨٣، ط١، ٢٠١١، ص ١٢٢.

٢٢. **أسماء السادة المحكمين هم (حسب الترتيب الأبجدي):**

- ا.د/احمد احمد زارع أستاذ الصحافة ورئيس قسم الاعلام بكلية الدراسات العليا جامعة الازهر.
- ا.د/أميمة محمد محمد عمران أستاذ الصحافة والاعلام كلية الآداب جامعة أسيوط.
- ا.د/رضا عبدالواجد امين أستاذ الاعلام وعميد كلية الاعلام جامعة الازهر.
- ا.د/سعيد الغريب النجار أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
- ا.د/شريف درويش اللبان أستاذ ورئيس قسم الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
- ا.د/عبد العزيز السيد أستاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام جامعة بنى سويف.
- ا.د/عزة عبد العزيز عثمان أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة سوهاج.
- ا.د/فوزي عبد الغنى أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة سوهاج.
- ا.د/محرز حسين غالى أستاذ الصحافة بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
- ا.د/نجوى كامل أستاذ الصحافة بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
- ا.د/وائل إسماعيل عبد البارى أستاذ الاعلام جامعة عين شمس.

