

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ / جمال أبو جبل - معيد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء الخامس - صفر ١٤٤٢ هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
 - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
 - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
 - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
 - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
 - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
 - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
 - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
 - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٢٦٤٧ ■ تحليل البنى الخطابية للأخبار السياسية الملونة تجاه مصر عبر اليوتيوب
أ.م.د. محمد محمد علي عمارة
- ٢٦٧٩ ■ معالجة الدراما السينمائية المصرية لمشكلات وقضايا التعليم- دراسة تحليلية
د. سمية متولي عرفات
- ٢٧٣١ ■ دور القنوات الثقافية باليوتيوب في تنمية المعرفة العميقة والدافع المعرفي لدى الطلاب
د. إيمان عزالدين محمد دوابه
- ٢٧٩٧ ■ توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري
د. عمرو محمد محمود عبد الحميد
- ٢٨٦١ ■ إستراتيجيات إدارة الانطباع وعلاقتها بمستوى الأداء الوظيفي «دراسة حالة على العاملين بشركة المصرية للاتصالات»
د. سارة محمود عبد العزيز
- ٢٩٣٧ ■ فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الأنشطة الطلابية لدى الشباب الجامعي
د. رحاب سراج الدين محمد
- ٢٩٨٣ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في التفكك الأسري: دراسة ميدانية
د. لمياء محسن
- ٣٠٢٩ ■ التنمر الإلكتروني عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بأنماط العنف لدى المراهقين (دراسة ميدانية) د. انتصار السيد محمد محمود زايد

- اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-١٩) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه
٣٠٨٩ د. ریحاب سامي لطيف محمد
-
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات
٣١٧٣ أمة الخالق محمد حسين الأشموري
-
- استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مستوى متابعتهم لمحتوى الإعلام التقليدي
٣٢٠٥ مصعب بن إبراهيم السعيد
-

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168	2366- 9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

بحث مستل من رسالة ماجستير

دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات

- **The Role of the Social Networks in Providing the Public with Information at Times of Crises**

أمة الخالق محمد حسين الأشموري ●
amt80900@gmail.com

إشراف ●

أ.د/ ليلى حسين محمد السيد- أستاذ بكلية الآداب - قسم إعلام - جامعة حلوان

د/ داليا عبد المنعم صالح- مدرس بكلية الآداب - قسم إعلام - جامعة حلوان

ملخص الدراسة

سعت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بالأحداث والقضايا المثارة، وأجريت الدراسة على 400 مفردة، تم الوصول إليهم باستخدام الاستبيان الإلكتروني، وانتهت الدراسة إلى اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات، وتصدر الفيس بوك قائمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات بنسبة 100%، يليه الوتس آب، ثم تويتر.

- أهم الأسباب لاعتماد المبحوثين على الفيس بوك فقد تمثلت في كل من : السرعة والأنية في نقل الأخبار والمستجدات، التواصل مع الأهل والأصدقاء، وحرية التعبير تجاه الأزمة. الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، المعلومات، الأزمات.

Abstract

The study issue is identifying the role of the social networks in providing users with information at times of crises.applied on 400 users of the social networks.

The Main Results of the Study:

The study confirmed the importance of social media networks as sources of information and news, especially at the time of crises, and conflicts. The study also confirmed the public dependence on social media networks as the primary source for information and news.

- The field study showed that Facebook is at the top of the social media networks' list, for 100%, followed by WhatsApp, Twitter, and then YouTube.

With regard to the motives and reasons of the respondents' dependence on Facebook as a source for information at the time of crises, the main reasons are as follows:

- Speed and immediacy in the transfer of news and updates, communication with family and friends and making new friends, and that Facebook provides scope for expressing opinion towards the current crisis and events and complete freedom of discussion.

Keywords: social networks, information, crises.

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي ثورة في عالم الاتصال والتواصل والمعلومات. فقد قصّرت المسافات بين الناس والدول، ألغت الجغرافيا، عزّزت الحريّات، سمحت بالحصول على المعلومات، بالتعبير عن الآراء بحريّة كبيرة، وفّرت ثلاثة أمور في حياتنا: الوقت، والمال، والجُهد.

وتكمن أهمية هذه الشبكات في القيمة المعلوماتية، وسرعة إيصالها للمعلومات، وضمان وصولها للشرائح المستهدفة، فضلاً عن التفاعلية، واهتمام جميع أفراد المجتمع بها، وقدرتها على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والآراء والأحداث، وأصبح بإمكان أي مواطن متواجد في موقع الحدث أن يصور ما يقع أمامه من أعمال عنف وإرهاب وغيرها من الأحداث بواسطة هاتفه المحمول، ثم بثها عبر شبكات التواصل الاجتماعي للعالم. حيث أصبحت هذه الشبكات -ولاسيما موقع الفيس بوك وتويتر- المصدر الأول لشريحة واسعة من الناس لتلقى المعلومة الأولى لأي خبر أو حدث، لتمييزها بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة، ونقلها مباشرة من مكان حدوثها.

كما أدت سرعة الاتصال على هذه الشبكات، مع مشاركة التغريدات والمنشورات على الفور في جميع أنحاء العالم، إلى تسريع دورة المعلومات الإخبارية، ولعب مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دورًا بارزًا بشكلٍ مباشر وغير مباشر في كثير من الأحداث والأزمات، منها أحداث بلدان الربيع العربي، وغيره من الأحداث والصراعات السياسية والعسكرية، التي يشهدها العالم.

أولاً: مشكلة الدراسة:

مع أهمية الدور الفاعل والحيوي الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة أوقات الأزمات في تغطية الأحداث ونقلها، وارتفاع نسبة اعتماد الجمهور عليها في هذه أوقات، وباعتبار الشبكات الاجتماعية مصدرًا من مصادر المعلومات والأخبار؛ ونظرًا لكون هذه الشبكات تعد أكثر تكنولوجيات الاتصال انتشارًا وتأثيرًا، يدل على ذلك تزايد عدد

المستخدمين لها على الصعيد الدولي والمحلي. حيث يقدر عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في العالم أكثر من 4 مليار مستخدم لعام 2020⁽¹⁾.

وفي ضوء ما سبق، تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول الأحداث والقضايا أوقات الأزمات، ومعرفة فيما إذا كانت هناك علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور وإدراكهم للأزمات التي يمر بها المجتمع.

ثانياً: أهمية الدراسة:

1. الاعتماد المتزايد للجماهير على المستويين المحلي والعالمي على شبكات التواصل الاجتماعي، كما أشارت إليه معظم الدراسات السابقة المتعلقة بهذا الشأن في الحصول على المعلومات وتفسير الأحداث، وتزايد أهميتها لتمييزها بالفورية والتفاعلية والحرية وارتفاع تعرض الجمهور لها.

2. رصد التحولات التي يعيشها المشهد الإعلامي اليوم في ظل التغيرات المتسارعة من جراء التطورات المتلاحقة التي تشهدها البيئة الإعلامية والاتصال اليوم.

3. تتبع أهمية الدراسة من أهمية موضوعها حيث تعد الأزمات من أهم ما تواجه كافة الدول من صعوبات وتحديات في الوقت الحاضر.

4. كثافة الاهتمام الإعلامي بالأزمات والدور الفاعل لوسائل الإعلام المختلفة في تغطية أحداث الأزمات وأثرها الواضح في تكوين رأي العام.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. معرفة مدى استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي، وأهم الشبكات الأكثر استخداماً، ومعدلات الاستخدام وكثافته.

2. معرفة مدى اعتماد الباحثين على شبكات التواصل الاجتماعي أوقات الأزمات.

3. الكشف عن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وتبادل المعلومات، أثناء الأزمات، والدور الفاعل لهذه الشبكات في تغطية الأحداث والقضايا، وأثرها الواضح في تكوين رأي عام حولها.

4. التعرف على أهمية المعلومات المتعلقة بأخبار الأزمات السياسية والاقتصادية وقضايا الإرهاب الموجودة على الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الباحثين، ومدى اهتمامهم بمتابعتها.

رابعاً: الدراسات السابقة:

- 1 . دراسة (محمود محمد أحمد، 2019)⁽²⁾ بعنوان مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية على عينة من مُستخدمي صفحتي قناة BBC" عربي، "قناة DW الألمانية عربي" ومستوى التفاعل معها. هدفت الدراسة إلى التعرف على مُستويات تفاعل الطلبة الجامعيين مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر شبكة التواصل الاجتماعي، "فيس بوك"، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة استبيان. وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من طلاب جامعتي "القاهرة، والمنيا" في مصر، تتراوح أعمارهم 18 : 40 عامًا، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة الباحثين لاعتداءات مسجدي نيوزيلاندا بصفحتي قناة BBC عربي، "قناة DW الألمانية عربي" ومستوى التفاعل معها.
- 2 . دراسة (Sara Mahmoud, 2018)⁽³⁾ بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب المصري نحو الأزمات المحلية، وذلك بالتطبيق على أزميتين، وهما أزمة تيران و صنافير، وأزمة الدواء، التي حدثت في الأشهر الأخيرة من عام 2016، وحاولت الدراسة تقصي مدى اعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي خلال الأزمات مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، والدور الذي تؤديه هذه الشبكات في تشكيل معارف الشباب واتجاهاتهم نحو الأزمات المحلية، ومدى ثقتهم بها، وكيفية تفاعلهم على هذه الشبكات خلال الأزمات، واستخدمت الباحثة منهج المسح على عينة حصرية قوامها 420 مفردة، من فئة الشباب المصري من مستخدمي الفيس بوك، تتراوح أعمارهم بين 18-35 سنة، واعتمدت الدراسة على (نموذج اتصال الأزمة عبر الوسائل الاجتماعية- Social-mediated crisis communication model)، ومدخل معلومات الأزمة. وتوصلت الدراسة إلى أن معدل استخدام الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي يزيد وقت الأزمات عن الأوقات العادية. كما جاء موقع الفيس في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي الذي يعتمد عليه الشباب المصري في معرفة المعلومات والأخبار أوقات الأزمات، يليه موقع تويتر، ثم انستجرام. وكشفت النتائج- أيضاً- أن الأزمات السياسية والاقتصادية هي أكثر أنواع الأزمات التي تفضل مفردات العينة متابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

3. دراسة (منة الله مجدي محمد بهجت، 2018)⁽⁴⁾ حول اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، سعت الدراسة إلى التعرف على دور الصفحات الإخبارية، في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية، ومدى اعتمادهم عليها للحصول على المعلومات حول الأحداث الجارية، بالإضافة إلى التعرف على مستويات التفاعلية في هذه الصفحات وتأثيرها على اتجاهات الشباب وآرائهم حول القضايا المختلفة. واستخدمت الدراسة منهج المسح، وطُبقت على عينة عمدية من الشباب المصري من مستخدمي الفيس بوك، بلغ حجم العينة 400 مفردة، تتراوح أعمارهم ما بين 18-25 عاماً. وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من الشباب المصري "عينة الدراسة" يتابعون الأخبار والموضوعات المقدمة من خلال الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبتهم 83.5%. كما أن نسبة من الشباب حوالي 50.3% يعتمد على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات و37.4% منهم يؤكدون أنهم يمكنهم الاعتماد عليها بدرجة كبيرة، وأكدت الدراسة أن أكثر مميزات الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل التي يزداد الاعتماد عليها وقت الأزمات، تمثلت في التغطية الفورية للأحداث، وارتفاع درجة مصداقيتها وموضوعيتها في تقديم الأخبار والموضوعات، والجرأة في تناول الأخبار والموضوعات المختلفة، وتفردها بعرض أخبار وحقائق ومعلومات لا تعرض في المصادر الأخرى.
4. دراسة (إسلام أحمد عثمان، 2017)⁽⁵⁾ بعنوان اعتماد أساتذة وطلاب الجامعة على الفيس بوك كوسيلة للتواصل الأكاديمي بينهم وعلاقته بصورة كل منهم لدى الآخر، أجرى الباحث الدراسة الميدانية على عينتين من أساتذة وطلاب الجامعة، كلاهما من مستخدمي موقع الفيس بوك؛ بلغ حجم كل عينة منهما 200 مفردة، بهدف التعرف على درجة اعتماد أساتذة وطلاب على الفيس بوك كوسيلة للتواصل الأكاديمي بينهما، والصورة الذهنية المشككة لدى كل منهم عن الآخر داخل البيئة الافتراضية التفاعلية للموقع ذاته. وتوصلت الدراسة إلى أن ارتفاع كثافة استخدام غالبيتهم للفيس بوك بوجه عام، وتوسط درجة استخدامهم لهذا الموقع في التواصل الأكاديمي، فضلاً عن ارتفاع مستوى إدراك الغالبية العظمى من أفراد عيني الأساتذة وطلاب الجامعة لخصائص موقع الفيس بوك كوسيط اتصالي.
5. دراسة (أحمد محمد فهمي، 2016)⁽⁶⁾ حول اعتماد الشباب على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الحصول على المعلومات السياسية في أوقات الأزمات، حيث سعت

الدراسة إلى التعرف على الوسائل الإعلامية "التقليدية والحديثة" الأكثر تفضيلاً لدى الشباب المصري، والذي يعتمد عليها كمصدر للمعلومات في مختلف الأزمات والأحداث، ومعرفة أسباب الاعتماد عليها، وكذلك رصد وجود أو عدم وجود علاقة بين اختيار وتفضيل وسيلة معينة في أوقات الأزمات، وبعض الخصائص الديموجرافية للمبحوثين. واستخدمت الدراسة منهج المسح، وطبقت على عينة متاحة قوامها 400 مفردة من الشباب في المرحلة العمرية 18-35 عاماً، من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة. وتوصلت الدراسة إلى تفوق وسائل الإعلام الحديثة على الوسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات التي تحدث في مصر، حيث أضحت مصدرًا رئيسًا يعتمد عليه الشباب في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات. وجاء الفيس بوك في مقدمة ترتيب وسائل الإعلام الحديثة. كما أكدت الدراسة أن أكثر العوامل الإيجابية لوسائل الإعلام الحديثة أنها جريئة في طرح وتناول مختلف الأزمات، كما أنها تتسم بالفورية والآنية في متابعة الأزمات المثارة، فضلاً عن تنوعها في تناولها للأزمات المصرية.

6. دراسة (أسماء سعيد غضبان، 2015)⁽⁷⁾ حول استخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا، سعت الدراسة للكشف عن مدى استخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا استخدام الفيس بوك وتويتر، وطبيعة ودوافع هذا الاستخدام، والإشباع المتحققة منها، وتأثير ذلك في تعاملهم مع الأحداث المختلفة، وتكوين آراء اتجاهها، واعتمدت الدراسة منهج المسح، وأجريت على عينة متاحة من الشباب السوري قوامها 302 مفردة، من داخل سوريا وخارجها. وتوصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (83.4%). كما شكلت مواقع التواصل الاجتماعي حلقة الوصل بين الشباب السوري في داخل سوريا وخارجها. وجاءت أكثر الأنشطة التي يمارسها المبحوثون أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي متابعة الأخبار، للتعرف على آخر المستجدات وتطورات الأحداث في سوريا، ثم المشاركة بالآراء حول الأحداث المختلفة.

7. دراسة مركز بيو للأبحاث (Pew Research Center, 2015)⁽⁸⁾ حول، جيل الألفية والأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتليفزيون المحلي، وتعد الدراسة جزءًا من سلسلة دراسات للمركز تهدف إلى فهم تعامل الرأي العام الأمريكي مع وسائل الإعلام وحصوله على المعلومات والأخبار السياسية منها، وقد

أجريت الدراسة على عينة عشوائية تمثل الرأي العام الأمريكي على الصعيد الوطني بلغ حجمها 2901 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن موقع الفيس بوك قد احتل المرتبة الأولى في قائمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب ومتوسطي الأعمار (18-49 سنة) في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية، فيما جاء التليفزيون المحلي في قائمة المصادر التي يعتمد عليها كبار السن (50-68 سنة) في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية. كما كشفت الدراسة أن النسبة الأكبر من الشباب تثق في مصادر المعلومات السياسية، فيما النسبة الأكبر من متوسطي وكبار السن لا تثق بمصادر المعلومات السياسية.

8. دراسة (Kamau Elizabeth, 2014)⁽⁹⁾ حول دور الإعلام الاجتماعي كمصدر

للمعلومات السياسية، لدى الشباب في نيروبي - كينيا، وقد هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية، وتحديدًا استخدام موقع الفيس بوك وتويتر كمصادر للمعلومات السياسية في المناطق الحضرية في كينيا، ومعرفة فيما إذا كانت هناك علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب وإدراكهم للقضايا السياسية، وقد أجريت الدراسة على الشباب في عمر ما بين 20-40 سنة، وبلغ حجم العينة 60 شابًا، تم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية العنقودية. وتوصلت الدراسة أن غالبية الشباب في المناطق الحضرية من نيروبي مشتركين في موقع الفيس بوك بنسبة 95٪، وأكثر من نصف العينة 58٪ مشتركين في موقع تويتر، أكثر من نصف العينة 56.7٪ من الشباب يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في عملية الحصول على المعلومات والأخبار السياسية، ما يجعل هذه المواقع وسائل جيدة يمكن تسخيرها للمشاركة والتفاعل بين الشباب والنخبة السياسية. كما يعتمد ما يقارب نصف الباحثين على المحتوى المنشور عبر شبكات التواصل الاجتماعي في عملية النقاش مع الآخرين.

9. دراسة (سمر صبري صادق، 2014)⁽¹⁰⁾ حول تشارك المعلومات عبر الشبكات

الاجتماعية وقت الأزمات وانعكاساته على إدراك الشباب المصري للأزمة، واهتمت الدراسة بالبحث في العلاقة بين استخدام الشباب لموقع الفيس بوك وقت الأزمات، ومستوى الإدراك المتحقق لديهم نتيجة استخدامهم الموقع لمتابعة الأزمات من خلاله، وذلك بالتطبيق على ثلاث أزمات اندلعت في الستة أشهر الأولى من عام 2012 هي: أزمة البنزين، أزمة ستاد بورسعيد الرياضية، وأزمة أحدث العباسية" محاولة اقتحام وزارة الدفاع". طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 394 مفردة من مستخدمي

موقع الفيس بوك، ممن تتراوح أعمارهم بين 18-30 سنة من سكان إقليم القاهرة الكبرى، وتم تحليل محتوى 650 رسالة عن الأزمات محل الدراسة نشرها 40 مستخدمًا للموقع في الستة أشهر الأولى من عام 2012. وخلصت الدراسة إلى زيادة استخدام موقع الفيس بوك وقت الأزمات مقارنة بالأوقات العادية. كما تمثلت أبرز أسباب متابعة المبحوثين للأزمات عبر موقع الفيس بوك؛ في سرعة نقل الأخبار، لأنه يوثق المعلومات بالصور ومقاطع الفيديو، ولأنه يجمع المعلومات من مصادر مختلفة للأخبار، كما كشفت الدراسة وجود ارتباط طردي بين درجة الاهتمام بالأزمة، وبين مستوى إدراك الشاب للأزمات الثلاث محل الدراسة.

10. دراسة (Tristan Endsley, et al , 2014)⁽¹¹⁾ حول مصدر القصة: تقييم

مصادقية مصادر معلومات الأزمات، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن المصادر الإعلامية التقليدية والجديدة التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول الأزمات، وبالتطبيق على أزمة إعصار حيان Typhoon Haiyan تم إجراء مسح على 85 طالبًا جامعياً في جامعة ميد أتلانتيك Amid Atlantic University بالولايات المتحدة الأمريكية، تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة. وخلصت الدراسة إلى أن الوسائل الإخبارية المطبوعة احتلت المرتبة الأولى كأكثر الوسائل مصداقية لدى الطلاب في الحصول على المعلومات، يليها الأخبار المنشورة عبر المواقع الإلكترونية الرسمية، ثم الأخبار المتلفزة، فيما جاءت المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة قبل الأخيرة في المصادقية لدى الطلاب. وبرغم من أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمنصات لنشر المعلومات، إلا أن مصداقيتها أوقات الأزمات منخفضة لدى الجمهور.

التعليق على الدراسات السابقة:

1. بينت الدراسات السابقة أن الشبكات الاجتماعية تسهم بدورٍ مهم في إثراء المجال الإعلامي والمعلوماتي، حيث إنها أصبحت ساحات للنقاش وتبادل الآراء، وتوضيح الحقائق مما يسهم في تكوين الاتجاهات نحو القضايا والأزمات، إضافة إلى أنها عززت حرية الرأي والتعبير، وأصبح الصغير والكبير السياسي أو الإنسان البسيط الجميع مطلع على الأحداث وتفاصيلها الصغيرة والكبيرة.
2. أكدت الدراسات عن ارتفاع معدل استخدام الجمهور للشبكات الاجتماعية أوقات الأزمات للحصول على معلومات عميقة، والتواصل مع الأهل والأصدقاء، كما أن

الفييس بوك أصبح من الأمور الأساسية في حياة مستخدميه، فضلاً عن مد جسور التواصل بين مختلف فئات المجتمع.

3. أغلب الدراسات السابقة اتجهت إلى دراسة فئات الشباب فقط، باعتبارها الفئة الأكثر استخداماً واعتماداً على شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك أهمية كبرى لدراسة الجمهور بمختلف فئاته، كمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما استفادت منه الباحثة في اختيار الجمهور بمختلف فئاته وتنوعاته، مما يسهم في رفد البحث العلمي بنتائج تكون إضافةً لتلك الدراسات.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

1. ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل استخدامها المبحوثون؟
2. ما معدل استخدام المبحوثين للفييس بوك يومياً؟
3. ما أهم مصادر المعلومات التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الأخبار المتعلقة بالأزمات؟
4. ما أهم القضايا والأزمات التي يتابعها المبحوثون عبر الفييس بوك؟
5. ما درجة اعتماد الجمهور المبحوثين على الفييس بوك كمصدر للمعلومات المتعلقة بالأحداث والقضايا أوقات الأزمات؟
6. ما أسباب اعتماد المبحوثين على الفييس بوك للحصول على المعلومات والأخبار حول الأزمات والأحداث الجارية؟

سادساً: فرض الدراسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات أوقات الأزمات وفقاً لمتغيرات: (النوع- السن - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

سابعاً: الإطار النظري للدراسة: (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

استخدم مصطلح الاعتماد على وسائل الإعلام لأول مرة عام 1976 من قبل ديفلير وبول روكيتش Defleur and Ball-Rokeach لوصف العلاقة ثلاثية الأبعاد بين الجمهور والوسيلة والمجتمع.

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام قيام الفرد بالاعتماد على وسيلة الاتصال لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دوراً مهماً في حياة الشخص زاد تأثيرها، وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين درجة الاعتماد ومستوى تأثير الوسيلة ومركزيتها لدى الأشخاص⁽¹²⁾.

حيث إن هناك عاملين يحددان كيفية الاعتماد على وسائل الإعلام⁽¹³⁾:

الأول: الاعتماد على الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد، وتلك التي تلبى حاجات أكثر.

الثاني: درجة الاستقرار أو التغيير الاجتماعي السائدة، ففي ظروف عدم الاستقرار الاجتماعي وحالات الصراع والتهديد بأنواعه، والذي يولد شعورًا بالخوف والقلق، وهو ما ينشأ في الأوقات التي يمر فيها المجتمع بالأزمات الاقتصادية والكوارث الطبيعية والاضطرابات السياسية.

وتؤكد روكيش وديفلير أن ارتفاع الإحساس بالخطر أو التهديد يؤدي إلى زيادة قوة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام سعيًا وراء الحصول على المعلومات، فكلما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة زادت قوة اعتمادهم على وسائل الإعلام، خاصة عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف أوقات الأزمات⁽¹⁴⁾.
وتؤثر دوافع الفرد نحو قضايا معينة في درجة اعتماده على وسيلة معينة بمعنى أن قوة الدافع تعزز من درجة الاعتماد والعكس صحيح⁽¹⁵⁾.

وينتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات مجموعة من التأثيرات، ويمكن تحديدها في تأثيرات معرفية وتأثيرات وجدانية وتأثيرات سلوكية.
تاسعًا: تعريف المفاهيم:

1. **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت، مع الجيل الثاني "للويب 2.0"، يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة...) من خلال خدمات التواصل المباشر، مثل إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، كما تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام ودردشات وتعارف⁽¹⁶⁾.

وهي أيضا مواقع الويب وبرامج الكمبيوتر التي تسمح للناس بالاتصال ومشاركة المعلومات على الإنترنت باستخدام الكمبيوتر أو الهاتف المحمول⁽¹⁷⁾.

وفي الدراسة الحالية: تم التطبيق على الشبكات الاجتماعية.

الأزمة يعرف قاموس راندام Random الأزمة بأنها: "ظرف انتقالي يتسم بعدم التوازن ويمثل نقطة تحول تحدد في ضوئها أحداث المستقبل التي تؤدي إلى تغيير

كبير"⁽¹⁸⁾. بمعنى آخر هي "وقت يتسم بالصعوبة والخطورة والقلق على المستقبل ووجوب اتخاذ قرار محدد.

وقد تحدث على المستوى الشخصي أو المجتمعي، وقد ينجم عنها تغييرات مؤلمة أو ضاغطة في حياة الشخص، قد يتعرض الوضع الاجتماعي ذاته لنوع من الاضطراب وعدم الاستقرار في الشؤون السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية على حد سواء، أو تكون حدثاً بينياً على نطاق واسع، وخاصة إذا انطوى هذا الحدث على تغيير وشيك أو مفاجئ، وهو ما يُطلق عليه اصطلاحاً وقت الاختيار، أو حالات الطوارئ. وفي الدراسة الحالية: يقصد بها الأزمة السياسية والاقتصادية والأحداث الإرهابية.

عاشراً: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

أ) نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقتها في وضعها الراهن، ووصف الدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام والتفضيل والاهتمام والأحداث والأشخاص⁽¹⁹⁾. وتتمثل هذه الظاهرة موضع البحث في تزويد شبكات التواصل الاجتماعي مستخدميها بالمعلومات والأخبار حول الأحداث والقضايا والأزمات التي يمر بها المجتمع، ومعرفة مدى اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات والأخبار أوقات الأزمات.

ب) منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح للحصول على بيانات ومعلومات حول الظاهرة المدروسة، ويستخدم منهج المسح في الدراسات التي تهدف إلى جمع معلومات عن الأفراد أو التعرف على وجهة نظرهم، وما يعتقدونه ويفكرون فيه، وهو من أفضل المناهج عندما يكون الهدف الحصول على معلومات من عدد كبير من الأفراد⁽²⁰⁾، وقد تم الاعتماد على المسح الإلكتروني لعينة من الجمهور الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف جمع بيانات ومعلومات عن مدى اعتمادهم عليها كمصدر للأخبار والحصول على المعلومات أوقات الأزمات، وتأثيرات اعتمادهم عليها.

ج) مجتمع الدراسة وعينتها:

تمثل مجتمع الدراسة من الجمهور اليمني، ممن لهم حسابات نشطة على الفيس بوك أثناء إجراء هذه الدراسة، وتم اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة المتاحة أو الملائمة، ويقوم هذا الأسلوب على اختيار الأفراد الذين يمكن الوصول إليهم؛ بحيث

يمثلون عينة الدراسة⁽²¹⁾ وقد بلغت العينة 400 مبحوث من الذكور والإناث، من الجمهور، والتي تتراوح أعمارهم (18 عامًا فأكثر).

أدوات جمع البيانات:

طبقت هذه الدراسة بالاستبيان الإلكتروني، حيث تم إرسال رابط الاستبيان الإلكتروني إلى المبحوثين عبر موقع "الفيس بوك"، وكذلك عبر تطبيق "الواتس آب"، كما اعتمدت الدراسة على الاستبيان بالمقابلة مع الجمهور في محافظة القاهرة.

وتم تصميم أسئلتها في أربعة جوانب:

أ) علاقة الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي (الشبكات الاجتماعية الأكثر تفصيلاً، كثافة استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، درجة اهتمامهم بمتابعة أحداث الأزمات، واهتمام، أسباب الاعتماد.. الخ).

ب) مستويات الاعتماد والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

ج) النشاط الذي يقوم به المبحوثون أثناء وبعد حصولهم على المعلومات.

د) الخصائص الديموغرافية والشخصية للمبحوثين.

اختبار الصدق والثبات:

الصدق:

بعد وضع الأسئلة والمقاييس والعبارات التي تقيس متغيرات الدراسة المسحية للجمهور (عينة الدراسة)، قامت الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين^(*) للحكم على صلاحيتها، والتأكد من صدق استمارة المسح في قياس متغيرات

(*) السادة المحكمون (مرتبة أسماؤهم أبجدياً):

- ـ أ. د. أمال كمال، أستاذ بقسم الصحافة - كلية الآداب - جامعة حلوان.
- ـ أ. د. بركات عبد العزيز، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ـ أ. د. خالد صلاح الدين، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ـ أ. د. سحر فاروق، أستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان.
- ـ أ. د. سلوى إمام، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ـ أ. د. عبدالرحيم درويش، أستاذ ورئيس الإعلام - كلية الآداب - جامعة دمياط.
- ـ أ. د. علي عجوة، أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلام - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- ـ أ. د. هويدا مصطفى، عميد كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

الدراسة وتساؤلاتها، وبعد جمع الآراء والملاحظات تم تعديل بعض الأسئلة واختصار بعضها وإضافة أخرى.
اختبار الثبات:

تم تطبيق الاستبيان مرة أخرى بعد مرور أسبوعين على 20 مفردة، بما يعادل 5% من حجم العينة، وتم حساب معامل الثبات بين الدراسة الأصلية والدراسة البعدية، وقد بلغت قيمة معامل الثبات 87% وهي قيمة عالية تعكس ثبات الأداة (الاستبيان).
الحادي عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية، وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Science). وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزيئة Scale. وعلى هذا فقد قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من هذه المتغيرات وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة. Frequency. والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصارًا باختبار "ت" أو (T-Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارًا ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300: 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

خصائص عينة الدراسة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكر	270	67.5
	أنثى	130	32.5
الفئة العمرية	من 18 إلى 30 عامًا	154	38.5
	من 30 إلى أقل من 40 عامًا	161	40.25
	من 40 إلى أقل من 50 عامًا	59	14.75
	50 عامًا فأكثر	26	6.5
الحالة الاجتماعية	متزوج	256	64.0
	غير متزوج	144	36.0
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	94	23.5
	مؤهل جامعي	189	47.25
	مؤهل فوق الجامعي	117	29.25
الإقامة	مدينة	374	93.5
	ريف	26	6.5
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	مرتفع	126	31.5
	متوسط	203	50.75
	منخفض	71	17.75

من خلال توزيع عينة الدراسة من الجمهور يتبين أنها:

1. تتوزع وفقاً لمتغير النوع إلى أن نسبة المبحوثين من الذكور بلغت 67.5%، في مقابل 32.5% من الإناث. وهذا التوزيع قد يكون مقبولاً، فيما يتعلق بقلة استخدام الإناث للفيس بوك، وهذا أشار إليه الموقع العالمي We Are Social and Hootsuite إلى أن النساء ما زلن ممثلات تمثيلاً ناقصاً بشكل كبير في معظم أنحاء إفريقيا الوسطى والشرق الأوسط وجنوب آسيا⁽²²⁾.
2. توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئات العمرية إلى 38.5% في المرحلة العمرية (من 18 إلى 30 عاماً)، يليها أفراد العينة بالفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 40 عاماً) والتي سجلت أعلى النسب وهي 40.25%، وفي المرتبة الثالثة الفئة العمرية (من 40

إلى أقل من 50 عاماً) بنسبة 14.75٪، فيما جاءت الفئة العمرية (من 50 عاماً فأكثر) بالمرتبة الأخيرة وبنسبة 6.5٪. ومن هنا يمكن استخلاص ملاحظة: أن هناك علاقة عكسية بين العمر ومعدلات الاستخدام. وهو ما يتفق مع دراسة أسامة عبد الباري⁽²³⁾، فكلما زاد العمر قل الاستخدام؛ وذلك لانشغال الفئات المتقدمة في العمر بشؤون الأسرة أو العمل، أيضاً لعدم إجادتها استخدام الإنترنت أو لأسباب صحية.

3. توزيع وفقاً للمستوى التعليمي إلى أن فئة الجامعيين قد احتلوا المرتبة الأولى في مجال استخدام الفيس بوك، بنسبة 47.25٪، وجاء في المرتبة الثانية فئة الحاصلين على مؤهل فوق الجامعي (ماجستير- دكتوراه) بنسبة 29.25٪، في حين جاء حملة الثانوية أو ما يعادلها من شهادات متوسطة في المرتبة الثالثة بنسبة 23.5٪.

ويتضح مما سبق أن هناك علاقة بين استخدام الفيس بوك والمستوى التعليمي، حيث إن فئة الجامعيين حصلت على المرتبة الأولى بين أفراد العينة المستجيبة، ويرجع ذلك إلى أن الشباب هم أكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، وأكثر مهارة وشغف في التعامل مع التقنيات الحديثة وإتقانها.

أولاً: النتائج العامة للدراسة الميدانية:

أ) النتائج المتعلقة باستخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

1. شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لهذا السؤال سمح للمبحوث أن يختار أكثر من إجابة.

جدل رقم (2)

شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً

شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
فيس بوك (Facebook)	400	100
واتس آب (Whatsapp)	325	81.25
تويتر (Twitter)	149	37.25
يوتيوب (YouTube)	120	30

يتبين من الجدول السابق تصدر "الفيس بوك" قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً للمبحوثين حيث احتل المرتبة الأولى، بنسبة 100٪، وتتفق هذه النتائج بوجه عام مع ما يحظى به موقع الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي من انتشار وجماهيرية واسعة النطاق، كما تشير إلى شعبية هذا الموقع لدى مختلف فئات وقطاعات

واسعة، يليه تطبيق "واتس آب" بنسبة 81.25٪، ثم موقع "تويتر" بنسبة 37.25٪، ثم موقع "يوتيوب" بنسبة 30٪.

وهذه النتيجة مشابهة للعديد من الدراسات السابقة التي عرضنا لها في الإطار النظري للدراسة، والتي أظهرت احتلال موقع الفيس بوك في المرتبة الأولى لاختيار الباحثين كأفضل موقع في شبكة التواصل الاجتماعي يحرص على استخدامه مقارنة ببقية المواقع وتطبيقات شبكات التواصل الأخرى، منها دراسة أميرة محمد أحمد⁽²⁴⁾، حيث تصدر الفيس الرتيب الأول بالنسبة لاستخدام الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي، ودراسة داليا محمد عبد الله⁽²⁵⁾، حيث جاء الفيس بوك في الترتيب الأول بنسبة 100٪ للشبكات الاجتماعية التي تفضلها المنظمات عينة الدراسة استخدامها للاتصال بجماهير المنظمة، كما تتفق مع ما انتهت إليه دراسة أحمد فهمي⁽²⁶⁾، وغيرهم إلى تصدر الفيس بوك قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا.

2. معدل استخدام الباحثين للفيس بوك:

يوضح الشكل التالي معدلات استخدام الباحثين للشبكات الاجتماعية في الظروف العادية.

جدول رقم (3)

معدل استخدام الباحثين للفيس بوك

معدل الاستخدام	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دائمًا	283	70.75	2.67	0.545
أحيانًا	102	25.5		
نادرًا	15	3.75		
الإجمالي	400	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن معدلات الباحثين للفيس بوك قد توزعت بين الاستخدام الدرجة الأولى (دائمًا) بنسبة بلغت 70.75٪، والدرجة الثانية (أحيانًا) بنسبة بلغت 25.5٪، مقابل نسبة ضعيفة للاستخدام (نادرًا) بلغت 3.75٪ فقط.

وهذه النتيجة تدل على ارتفاع معدل استخدام شبكات التواصل بشكل عام والفيس بوك بوجه خاص لدي عينة الدراسة؛ فقد استطاعت الشبكات أن تنقل الأحداث والأخبار حال وقوعها، عبر تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو والتي مكنت الجمهور من متابعة الأحداث المهمة والقضايا الساخنة بسبب الانتشار السريع للمعلومات والأخبار

عبرها، وبهذا فرضت شبكات التواصل الاجتماعي نفسها لاعبًا مهمًا في تشكيل الرأي العام بشكل واضح ومن مختلف الجوانب، حول الأحداث والأشخاص.

3. عدد ساعات استخدام الفيس بوك يوميًا:

جدول رقم (4)

عدد ساعات استخدام المبحوثين الفيس بوك يوميًا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	ك	عدد الساعات
0.750	2.17	21.0	84	أقل من ساعة
		41.0	164	من ساعة إلى ثلاث ساعات
		38.0	152	ثلاث ساعات فأكثر
		100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 41.0% من الجمهور عينة الدراسة، يستخدمون الموقع بمعدل "من ساعة إلى ثلاث ساعات" في اليوم، وأن 38.0% من إجمالي العينة يستخدمونه من "ثلاث ساعات فأكثر" في اليوم، أما الاستخدام "أقل من ساعة" فقد جاءت بنسبة ضعيفة بلغت 21.0% فقط.

وتعكس البيانات السابقة، والتي تتعلق بمعدلات استخدام المبحوثين للفيس بوك عن كثافة استخدام عينة الدراسة للموقع، وأن النسبة الكبيرة منهم يقضون ساعات طويلة تراوحت ما بين معدلات استخدام متوسطة (من ساعة إلى ثلاث) ومرتفعة (ثلاث ساعات فأكثر)، حيث جاءت في مرتبتين متقدمتين.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه بعض الدراسات السابقة في هذا الخصوص منها دراسة "منية اسحاق"⁽²⁷⁾، بأن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي المصري يستخدم الفيس بوك من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا .

4. معدل استخدام الفيس بوك عند وقوع حدث سياسي مهم أو تصاعد أحداث الأزمات:

جدول رقم (5)

معدل استخدام الفيس بوك عند وقوع حدث سياسي مهم أو تصاعد أحداث الأزمات

معدل الاستخدام	ك	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دائمًا	306	76.5	2.75	0.480
أحيانًا	86	21.5		
نادرًا	8	2.0		
الإجمالي	400	100.0		

تشير بيانات الجدول السابقة إلى ارتفاع نسبة تعرض الباحثين واستخدامهم للفيس بوك عند وقوع حدث سياسي مهم أو تصاعد أحداث الأزمات بنسبة (98%) وإن تفاوتت النسبة ما بين المتابعة المنتظمة والمتابعة غير المنتظمة، بما يؤكد اهتمام الباحثين بمتابعة أحداث الأزمات وتطوراتها، لما لها من تداعيات خطيرة على مستقبل الوطن والمواطنين، وجاءت المتابعة نادرًا بنسبة ضعيفة (2.0%) فقط.

وتظهر النتائج استقطاب الفيس بوك لمستخدميه عند وقوع أزمة ما في المجتمع مقارنة بالأوقات العادية، فالأزمات تخلق الحاجة للمعلومات، فيلجأ مستخدمو الموقع للحصول منه على معلوماتهم ومعارفهم المختلفة حول أحداث، من خلال ما ينشره أصدقاؤهم، أو بعض الصفحات، أو المجموعات من معلومات تتعلق بهذه الأزمات وكل ما يجري حولها من الأحداث والوقائع الجارية، فهو الإعلام الأسرع والأكثر عرضًا لاتجاهات وآراء عديدة حول قضية ما أو حدث ما في آن واحد، وقد يلجأ المستخدمون لاستخدام الموقع وقت الأزمات رغبة منهم في تبديد حالة عدم التأكد أو لتقليل توترهم الناتج بسبب الأزمة وبحثًا عن الدعم المعنوي من أصدقائهم أعضاء صفحاتهم عبر الفيس بوك، أو لأسباب نفسية تتعلق بقرب الأزمة من حياة الفرد وارتباطه بها.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Sara Mahmoud⁽²⁸⁾، النحاس⁽²⁹⁾، وغيرهم، والتي أظهرت ارتفاع معدل تعرض الباحثين للفيس بوك عند وقوع أزمات وأحداث وقضايا سياسية مثيرة كالمظاهرات والإضرابات والحوادث الإرهابية والاعتصامات والأحداث المختلفة، وتتفق هذه النتيجة إجمالاً مع ما انتهت إليه دراسة أحمد رضوان⁽³⁰⁾، بأنه

ظروف عدم الاستقرار والتغيير والاضطراب السياسي والاقتصادي والأمني، هي فترات يزيد فيها اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات ومنها وسائل الإعلام المختلفة. 5. درجة اعتماد المبحوثين على الفيس بوك في متابعة الأزمات والأحداث المختلفة:

جدول رقم (6)

الاعتماد على الفيس في متابعة الأزمات والأحداث المختلفة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	ك	درجة الاعتماد
0.674	2.16	31.75	127	بدرجة كبيرة
		52.25	209	بدرجة متوسطة
		16.0	64	بدرجة ضعيفة
		100.0	400	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابقة أن غالبية أفراد عينة الدراسة يعتمدون على الفيس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار عن الأزمات والأحداث المختلفة بدرجة متوسطة بنسبة بلغت 52.25٪، ونسبة من يعتمد عليه بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية 31.75٪، ونسبة من يعتمد عليه بدرجة ضعيفة في المرتبة الثالثة 16.0٪. عزز الفيس بوك وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي من قيم المشاركة المجتمعية، وخاصة حين تتعرض البلدان لهزات سياسية وأحداث مقلقة. فالكل-تقريباً- أصبح مشاركاً، وناشطاً سياسياً ومجتمعياً، يتابع، ويقراً، ويشاهد، ويحلل، ويعلق، ويرسل ويستقبل ويمرر، ويعبر عن رأيه بشتى صنوف التعبير المختلفة، في ضوء أدوات المشاركة اللحظية التي تتيحها هذه الشبكة، من خلال الفيديوهات القصيرة لتعزيز رسائل معينة، أو إبلاغ أخرى⁽³¹⁾.

6. أسباب اعتماد المبحوثين على الفيس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا والأزمات:

جدل رقم (7)

أسباب الاعتماد على الفيس بوك أوقات الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الاعتماد						الدوافع
			نادرًا		أحيانًا		دائمًا		
			%	ك	%	ك	%	ك	
82	0.674	2.46	10.3	41	34.0	136	55.8	223	السرعة والأنية في نقل الأخبار والمستجدات
81	0.621	2.43	7.0	28	43.5	174	49.5	198	التواصل مع الأهل والأصدقاء وتكوين صداقات جديد
80	0.721	2.40	14.0	56	32.5	130	53.5	214	بيّح الفيس بوك لى مجالاً للتعبير عن رأي تجاه الأزمة والنقاش بحرية تامة
79	0.678	2.37	11.3	45	40.3	161	48.5	194	يتناول قضايا مهمة في المجتمع بكل حرية
79	0.681	2.37	11.5	46	40.3	161	48.3	193	وسيلة إعلامية جديدة ومصدر للأخبار اليومية لا يمكن الاستغناء عنه
76	0.703	2.28	14.5	58	42.8	171	42.8	171	تكشف عن الاتجاهات العامة تجاه الأحداث والأزمات
75.3	0.780	2.26	20.8	83	32.8	131	46.5	186	لأشرك الآخرين في وطني همومهم وأزماتهم
74.7	0.763	2.24	20.0	80	36.3	145	43.8	175	التواصل مع شخصيات معروفة لا يمكن أن يكون بيننا تواصل لولا وجود الفيس بوك كوسيلة للاتصال
72	0.719	2.16	19.0	76	45.8	183	35.3	141	للتسلية وقضاء وقت الفراغ

توضح بيانات الجدول السابق ترتيب المبحوثين لدوافع استخدامهم الفيس بوك وقت الأزمات، وهي دوافع نفسية وتتعلق بالمعلومات والمعرفة ولتحقيق منفعة شخصية، ودوافع طقوسية "تعودية" تتعلق بـ التسلية والتواصل مع الأهل والأصدقاء، وعن الدوافع النفسية والخاصة بـ "السرعة والأنية في نقل الأخبار والمستجدات" حل في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.46) ووزن نسبي، 82٪، حيث إن التغطية الفورية للأحداث ومتابعة تطوراتها وانفراد الفيس بوك بالعديد من الأخبار والصور ولقطات الفيديو، إضافة إلى أن بعض نشطاء منصات التواصل الاجتماعي الذين يتابعون مستجدات الأحداث ويطلعون على الأخبار من مصادر مختلفة وينشرونها الأول بأول، ومن مستخدم لآخر تتسع دائرة مشاركة المعلومات. وجاء دافع الطقوس بفارق نسبي ضئيل في المرتبة الثانية "التواصل مع الأهل والأصدقاء وتكوين صداقات جديدة" بمتوسط حسابي (2.43) بوزن نسبي 81٪،

حيث يعد موقع الفيس بوك وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة في نقل الأخبار والمعلومات، فيمكن للمستخدم إرسال المعلومات والأخبار لعدد كبير من الأصدقاء في وقت واحد، وأيضًا معرفة أخبار الأهل والأصدقاء لحظة بلحظة بكل سهولة، إضافة إلى أن غالبية مستخدمي الفيس بوك لديهم رغبة قوية في تكوين علاقات جديدة وزيادة عدد الأصدقاء لتحقيق شعبية بين المستخدمين.

7. تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بالأزمات.

جدول (8)

تأثيرات الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بالأزمات.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة التأثير						التأثيرات	نوع التأثيرات
			نادرًا		أحيانًا		دائمًا			
			%	ك	%	ك	%	ك		
70	0.653	2.10	16.8	67	56.5	226	26.8	107	قدمت لي معلومات واضحة عن الأحداث والأزمات المحلية والعربية والعالمية	تأثيرات معرفية
71.7	0.790	2.15	24.8	99	35.5	142	39.8	159	معرفة أسباب الأزمات ونتائجها	
79.7	0.680	2.39	11.3	45	39.0	156	49.8	199	أصبحت أكثر إدراكًا بتفاصيل الأحداث والقضايا المثارة	
93.3	0.483	2.80	3.5	14	13.5	54	83.0	332	الخوف من وقوع أحداث وأزمات مماثلة، وتدهور أمني واقتصادي.	تأثيرات وجدانية
85.7	0.613	2.57	6.5	26	30.0	120	63.5	254	أصبحت أكثر شعورًا بالقلق تجاه مستقبل وطني.	
83	0.645	2.49	8.3	33	34.5	138	57.3	229	تأييد جهود الحكومة لمواجهة تداعيات الأزمات	
71.3	0.720	2.14	19.8	79	46.3	185	34.0	136	جعلتني أشترك أصدقائي في النقاش حول الأحداث السياسية ونتائجها	تأثيرات سلوكية
64.7	0.809	1.94	36.0	144	34.3	137	29.8	119	متابعتي للأزمات دفعتني للمشاركة في أي نشاط ميداني أو مظاهرة أو اعتصام	

أولاً: التأثيرات الوجدانية:

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر التأثيرات الوجدانية قائمة تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات أثناء الأزمات، وقد تصدرت المرتبة الأولى بين التأثيرات الأخرى، حيث تمثلت تلك الآثار في "الخوف من وقوع أحداث وأزمات مماثلة، وتدهور أمني واقتصادي". بنسبة (2.80) ووزن نسبي 93.3٪، تليها في المرتبة الثانية "أصبحت أكثر شعوراً بالقلق تجاه مستقبل وطني". بنسبة (2.57) ووزن نسبي 85.7٪، يليها في المرتبة الثالثة "تأييد جهود الحكومة لمواجهة تداعيات الأزمات" بنسبة بلغت (2.49) ووزن نسبي 83٪. وهو ما يشير إلى أن الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي أجريت إلى تحقيق تأثيرات وجدانية

ثانياً: التأثير المعرفية:

وجاءت عبارة "أصبحت أكثر إدراكاً بتفاصيل الأحداث والقضايا المثارة" الترتيب الأول من الآثار المعرفية بنسبة (2.39) ووزن نسبي 79.7٪، يليها في المرتبة الثانية "معرفة أسباب الأزمات ونتائجها" بنسبة بلغت (2.15) ووزن نسبي 71.7، وجاءت في المرتبة الثالثة "قدمت لي معلومات واضحة عن الأحداث والأزمات المحلية والعربية والعالمية" بنسبة بلغت (2.10) ووزن نسبي 70٪، وتشير هذه النتيجة إلى الدور المهم والتأثير المعرفي لهذه الشبكة وإمدادها للجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات والتغيير، ويدل أيضاً على أن الاعتماد على وسائل الإعلام المختلفة في أوقات الأزمات والإضطرابات والحروب بصورة كثيفة يسهم في اكتساب الفرد معرفة بالأخبار والمعلومات عن الأزمة وطبيعتها والأسباب التي أدت إلى حدوثها وتطوراتها المختلفة، والتعرف على العديد من وجهات النظر والشخصيات التي لم تكن تعرف من قبل. ويتفق هذا مع فروض نظرية الاعتماد في أن وسائل الإعلام المختلفة، أثناء التغيير والصراعات والأزمات يؤدي الاعتماد عليها إلى إزالة الغموض وتخفيف التوتر والقلق أو زيادته.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية:

جاءت التأثير السلوكية في الترتيب الأخير، والتي تمثلت في "جعلتني أشارك أصدقائي في النقاش حول الأحداث السياسية ونتائجها" في الترتيب الأول بنسبة (2.14) ووزن نسبي 71.3٪، يليها "متابعتي للأزمات دفعتني للمشاركة في أي نشاط ميداني أو مظاهرة أو اعتصام" بنسبة بلغت (1.93) ووزن نسبي 64.7٪.

وتدلل هذه النتيجة أن تأثير الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وغيره من وسائل الإعلام المختلفة وفقاً لنظرية الاعتماد، وقد آدى إلى الخمول والعزوف عن المشاركة والقيام بأي سلوكاً فعلي للأفراد .

وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة، ودراسة هبة شاهين⁽³²⁾، حيث جاءت التأثيرات الوجدانية قائمة تأثيرات اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام المختلفة، يليها التأثيرات المعرفية، ثم التأثيرات السلوكية. كما اتفقت هذه النتيجة إجمالاً مع دراسة أحمد رضوان⁽³³⁾، ومحمد الفقيه وحاتم الصالحي⁽³⁴⁾، والتي خلصت جميعها إلى أن التأثيرات السلوكية الناتجة عن الاعتماد على الشبكات الاجتماعية كمصادر للأخبار تأتي بدرجة أقل من التأثيرات الوجدانية و المعرفية.

ثانياً: نتائج اختبار الفرض:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على الفيس بوك للحصول على المعلومات أوقات الأزمات وفقاً لمتغيرات: (النوع- السن - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

الفرض الأول (أ): وفقاً لمتغير النوع (ذكور- إناث).

جدول رقم (9)

اختبار T- Test (T) لقياس معنوية الفروق في درجة اعتماد المبحوثين على الفيس بوك أوقات الأزمات وفقاً لمتغير النوع (ذكور- إناث)

المتغيرات	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية Sig
درجة الاعتماد	ذكر	270	2.14	.65648	.875	398	.382
	أنثى	130	2.20	.70875			

تشير البيانات إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات الذكور والإناث في درجة اعتمادهم على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات، حيث بلغت قيمة اختبار "T" (.875) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (.382).

وتظهر هذه النتيجة تقاربًا ملحوظًا في قيم المتوسط الحسابي لكل من الذكور والإناث، وإن كانت تميل قليلاً إلى الارتفاع تجاه الإناث، إذ كانت قيم المتوسطين الحسابيين على الترتيب هي: (2.14) و(2.20)، وهذا يعني أن درجة الاعتماد على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات لا تتغير باختلاف النوع (ذكور-إناث).

الفرض الأول(ب): وفقاً للفئات العمرية.

جدول رقم (10)

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way ANOVA) لمعرفة الفروق في درجة الاعتماد على الفيس بوك وفقاً للفئات العمرية المختلفة للمبحوثين.

المتغيرات	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية Df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
درجة الاعتماد	أقل من 30 عاماً	154	2.1883	.67417	3 396	.500	.682
	من 30 إلى أقل من 40 عاماً	161	2.1677	.68224			
	من 40 إلى أقل من 50 عاماً	59	2.0678	.69144			
	50 عاماً فأكثر	26	2.1154	.58835			
	المجموع	400	2.1575	.67367			

تشير البيانات إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات اعتماد المبحوثين على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات وفقاً للفئات العمرية المختلفة، حيث بلغت قيمة اختبار "F" (500). وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (682).

وتظهر هذه النتيجة تقاربًا ملحوظًا في قيم المتوسط الحسابي للفئات العمرية المختلفة، وإن كانت تميل قليلاً إلى الارتفاع تجاه الفئة أقل من 30 عاماً (المتوسط الحسابي = 92.1)، يليها الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 عاماً (المتوسط الحسابي = 2.17)، ثم الفئة العمرية 50 عاماً فأكثر (المتوسط الحسابي = 2.12)، ثم الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 50 عاماً (المتوسط الحسابي = 2.07)، وهذا يعني أن درجة الاعتماد على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات لا تتغير باختلاف الفئات العمرية للمبحوثين.

الفرض الأول(ج): وفقاً للمستوى التعليمي.

جدول رقم (11)

تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way ANOVA لمعرفة الفروق في درجة اعتماد الباحثين على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات، وفقاً للمستوى التعليمي.

المتغيرات	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية Df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
درجة الاعتماد	ثانوية عامة أو ما يعادلها	94	2.19	.66035	2 397	.375	.688
	مؤهل جامعي	189	2.13	.68008			
	مؤهل فوق الجامعي	117	2.18	.67741			
	المجموع	400	2.16	.67367			

تشير البيانات إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات اعتماد الباحثين على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات، وفقاً لمستوياتهم التعليمية المختلفة، حيث بلغت قيمة اختبار "F" (375.) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.688).

وتظهر هذه النتيجة تقارباً ملحوظاً في قيم المتوسط الحسابي لفئات المستويات التعليمية المختلفة، وإن كانت تميل قليلاً إلى الارتفاع تجاه المستوى التعليمي ثانوية عامة أو ما يعادلها (المتوسط الحسابي=2.19)، يليها المستوى التعليمي مؤهل فوق الجامعي (المتوسط الحسابي=2.18)، يليها المستوى التعليمي مؤهل جامعي (المتوسط الحسابي=2.13)، وهذا يعني أن درجة الاعتماد على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات لا تتغير باختلاف المستويات التعليمية.

الفرض الأول(د): وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول رقم (12)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (One Way ANOVA) لمعرفة الفروق في درجة اعتماد الباحثين على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات، وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

المتغيرات	المستوى الاقتصادي الاجتماعي	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية Df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
درجة الاعتماد	مرتفع	126	2.13	.65707	2 397	.493	.611
	متوسط	203	2.15	.70453			
	منخفض	71	2.23	.61405			
	المجموع	400	2.1575	.67367			

تشير البيانات إلى عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات اعتماد الباحثين على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات، وفقاً لمستوياتهم الاقتصادية الاجتماعية المختلفة، حيث بلغت قيمة "F" (.493) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (.611).

وتظهر هذه النتيجة تقارباً ملحوظاً في قيم المتوسط الحسابي لفئات المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وإن كانت تميل قليلاً إلى الارتفاع تجاه المستوى المنخفض (المتوسط الحسابي=2.23)، يليها المستوى المتوسط (المتوسط الحسابي=2.15)، يليها المستوى المرتفع (المتوسط الحسابي=2.13). وهذا يعني أن درجة الاعتماد على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات لا تتغير باختلاف المستويات التعليمية للباحثين.

وبناءً على ما سبق، يتم رفض الفرض الأول القائل: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد الباحثين على الفيس بوك في الحصول على المعلومات أوقات الأزمات وفقاً لمتغيرات: (النوع- السن - المستوى التعليمي - المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، وذلك أن حاجة الأفراد للمعلومات تزيد خلال فترات عدم الاستقرار الاجتماعي، فضلاً على أن الأزمات التي تشكل تهديداً للفرد والمجتمع كأزمات الاحداث الإرهابية والساسية والاقتصادية وما ينبثق عنها من أزمات أخرى تستحوذ على اهتمام ومتابعة الجمهور لها، حيث يستشعر الجميع على مختلف خصائصهم الديمغرافية بمدى الخطورة التي تهدد حياتهم، وبالتالي يتساوى الناس في اهتمامهم بالحصول على المعلومات التي يعتقدون أنها

تبدد المخاوف والقلق لديهم نتيجة هذه الأزمات، وما تمثله لهم من خطورة على مستقبلهم ومستقبل وطنهم.

نتائج الدراسة:

أوضحت الدراسة الميدانية إلى تصدر "الفييس بوك" قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى المبحوثين، حيث احتل المرتبة الأولى، بنسبة 100٪، يليه تطبيق "واتس آب" بنسبة 81.25٪، ثم موقع "تويتر" بنسبة 37.25٪، ثم موقع "يوتيوب" بنسبة 30٪.

وأشارت الدراسة إلى أن معدلات المبحوثين للفييس بوك قد توزعت بين الاستخدام الدرجة الأولى (دائماً) بنسبة بلغت 70.75٪، والدرجة الثانية (أحياناً) بنسبة بلغت 25.5٪، مقابل نسبة ضعيفة للاستخدام (نادراً) بلغت 3.75٪ فقط.

أوضحت النتائج إلى أن معظم عينة الدراسة يستخدمون موقع الفييس بوك بمعدل مرتفع "من ساعة إلى ثلاث ساعات" في اليوم، يليه الاستخدام المتوسط "ثلاث ساعات فأكثر" في اليوم، أما الاستخدام المنخفض "أقل من ساعة" فقد جاءت بنسبة ضعيفة. كما أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة تعرض المبحوثين واستخدامهم للفييس بوك عند وقوع حدث سياسي مهم أو تصاعد أحداث الأزمات بنسبة (98٪) وإن تفاوتت النسبة ما بين المتابعة المنتظمة والمتابعة غير المنتظمة.

أما فيما يتعلق بأبرز ثلاثة أسباب اعتماد المبحوثين على الفييس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار حول القضايا والأزمات، فقد تصدر في المرتبة الأولى السبب الخاص بـ "السرعة والآنية في نقل الأخبار والمستجدات" وفي المرتبة الثانية السبب الخاص بـ "التواصل مع الأهل والأصدقاء وتكوين صداقات جديدة"، وحل في المرتبة الثالثة "يتيح الفييس بوك لي مجالاً للتعبير عن رأيي تجاه الأزمة والأحداث الجارية والنقاش بحرية تامة".

أوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على الفييس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار عن الأزمات والأحداث المختلفة متوسطة يليها بدرجة كبيرة، مقابل نسبة ضعيفة من لا يعتمدون عليه.

أظهرت النتائج فيما يتعلق بتأثيرات اعتماد المبحوثين على الفييس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات وجود ثلاثة تأثيرات مرتبة على التوالي تأثيرات وجدانية، معرفية، سلوكية.

أهم نتائج اختبارات فرض الدراسة:

أظهرت النتائج رفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على الفيس بوك للحصول علي المعلومات أوقات الأزمات وفقاً لمتغيرات النوع (ذكور-إناث)، ووفقاً للفئات العمرية، ووفقاً للمستويات العلمية المختلفة، ووفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

التوصيات:

1. تؤكد هذه الدراسة على أن الجمهور لم يعد يعتمد على مصدر واحد للمعلومات الرسمية، ولذلك لابد للحكومات أن تقتنع بضرورة إتاحة المعلومات للجمهور، وخاصة أوقات الأزمات.
2. في ظل المرحلة الحرجة التي يمر بها أي مجتمع من أزمات متلاحقة ومتعددة في مختلف المجالات، وهو ما يلقي على نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي ومستخدميها مسئولية اجتماعية وأخلاقية، للقيام بدورهم في تقديم المعلومات بمنتهى الحيادية والمصداقية.
3. الاهتمام بفتح قنوات للحوار مع الجمهور عبر الحسابات الرسمية للمؤسسات المختلفة، والاهتمام بالإجابة على تساؤلات الجمهور بصداقية وشفافية، وتوفير المعلومات الصحيحة والأنية بقدر الامكان.
4. على الإعلاميين والنخب السياسية والفكرية، مد الجمهور بالمعلومات الصحيحة عن الأزمات وتطوراتها ونتائجها.
5. ضرورة التفات كافة مؤسسات الدولة كالمؤسسات والوزارات الحكومية والخاصة والنقابات المدنية لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي، وضرورة أن يكون لك مؤسسة منها وزارة حساب رسمي على شبكات التواصل الاجتماعي، والاستفادة من الإمكانيات والقدرات التفاعلية لشبكات التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات الثقافية والتعليمية وغيرها.

المراجع:

1. Digital-in Report, We Are Social and Hootsuite, 2019, *available at:*
<https://wearesocial.com/blog/2019/01/global-digital-report-2019>
2. محمود محمد أحمد، مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية على عينة من مُستخدمي صفحتي قناة BBC عربي"، قناة DW الألمانية عربي " ومستوى التفاعل معها، *مجلة الدراسات الإعلامية- المركز الديمقراطي العربي-ألمانيا- العدد8، اغسطس 2019، ص ص 30- 45.*
3. Sara Mahmoud Ali, "The role of social networking sites (SNSs) in shaping the Egyptian youth knowledge and attitudes towards the local crises", **Master Degree** (Cairo University: Faculty of Mass Communication, 2018).
4. منة الله مجدي محمد بهجت، "اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
5. إسلام أحمد عثمان، "اعتماد أساتذة وطلاب الجامعة على الفيس بوك كوسيلة للتواصل الأكاديمي بينهم وعلاقته بصورة كل منهما لدى الآخر"، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، 2017، ص ص 109-205.*
6. أحمد محمد فهمي، "اعتماد الشباب على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الحصول على المعلومات السياسية في أوقات الأزمات"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016).
7. أسماء سعيد غضبان، "استخدام الشباب السوري لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2015).
8. Scott Keeter; Jocelyn Kiley and Elisa Shearer, "Millennials & Political News: Social Media – The local TV. For The Next Generation?," **Pew Research Center**, 2015, pp.1-28
9. Kamau Elizabeth, "The Role of The Social Media As A Source For Political Information: A Case Study on the Use of Facebook and Twitter Among Selected Youth in Nairobi, Kenya", **Master Thesis**, (School of Journalism and Mass Communication, University of Nairobi, 2014).
10. سمر صبري صادق، "تشارك المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات وانعكاساته على إدراك الشباب المصري للأزمة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، 2014).
11. Tristan Endsley; Yu Wu and James Reep, "The Source of the Story: Evaluating the Credibility of Crisis Information Sources", **Proceedings of the 11th International ISCRAM Conference**, (May, University Park, Pennsylvania, USA, 2014).

12. Stanley J. Baran & Dennis K. Davis.- "**Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future**". Thomson Wadsworth, USA, 2006, P.324
13. Stephen W. Littlejohn, **Theories of Mass Communication**, (United Kingdom: Wadsworth, 2002), P.325.
14. William E. Loges canaries, " in the coal mine: Perceptions of Threat and Media system Dependency Relations, **Communication Research**, Vol 21, No.1, 1994, p.5.
15. Shaojing Sun , Alan M. Rubin. & Paul M. Haridakis, "The Role of Motivation and media involvement in explaining internet dependency", **Journal of Broadcasting & Electronic Media**. Vol. 52, No.3, 2008, p 408.
16. ليلي أحمد جرار ، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، (القاهرة: مكتبة الفلاح، 2012)، ص37.
17. Cambridge Dictionary, "Social media: meaning in the Cambridge English"30 Nov.2019. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>
18. Random.h, **Random House Dictionary of English Language**,3rd Edition (New York, Random House1994,)، P.491.
19. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط5 (القاهرة: عالم الكتب، 2015)، ص16.
20. سامي طابع، بحوث الإعلام، ط1، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2015)، ص 167.
21. Gravetter, F. and Forzano L.: **Research Methods for the Behavioral Science**, 4th ed, Belmont: Wadsworth, 2012, p. 95.
22. Digital-in Report, "We Are Social and Hootsuite (2019), **Op.Cit.**
23. أسامة إسماعيل عبدالباري، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج المعرفة: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيسبوك"، **حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، الحولية 35، الرسالة 408، 2014، ص35.
24. أميرة محمد على أحمد، "العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو المواطنة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2019)، ص 141.
25. داليا محمد عبد الله، "استخدام المنظمات العاملة في مصر لوسائل التواصل الاجتماعي في اتصالات الأزمات واتجاهاتهم نحوها: دراسة مسحية"، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، 2017، ص ص51- 102.
26. أحمد محمد فهمي (2016)، **مرجع سابق**، ص83.
27. منية إسحاق إبراهيم محمد، "اعتماد الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار: دراسة تطبيقية على موقعي "فيس بوك" و"تويتر" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2016)، ص208.
28. Sara Mahmoud(2018), **OP.Cit.**, P.89.

29. وليد محمد حسن النحاس، " دور المواقع الإخبارية والتواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو القضايا العامة" رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018)، ص 127.
30. أحمد فاروق رضوان، "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 39، 2012، ص 180.
31. عبد الرحمن الشامي، "استخدامات قادة الرأي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي"، مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية، 16 نوفمبر 2017، ص 18.
32. هبة شاهين، "المسئولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب: دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية"، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب (الرياض-جامعة نايف للعلوم الأمنية، 2014)، ص 17- 18.
33. أحمد رضوان (2012) مرجع سابق، 164.
34. محمد عبد الوهاب الفقيه وحاتم الصالحي، " دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الشباب العربي بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة الإرهاب" دراسة مقارنة بين الشباب في أربع دول عربية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 17، 2017، ص 273- 420.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Gamal Abogabal: Demonstrator at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 5

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.