مجلة

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط

معامل التأثير العربي ٢٠١٦ = ١.٣٣

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة - العدد الرابع عشر - يناير / مارس ٢٠١٧

ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- **دراسة تحليلية عن تداعيات إدارة أزمات الاتصال في الشرق الأوسط: الملاحة في مياة مجهولة**

أ.م.د/ إبراهيم مصطفى صالح (جامعة النيل - مصر) ... ص٩

البحوث العربيـة:

- **اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية نحو شاهد العيان كإعلامي: دراسة ميدانية**

أ.د/ عابدين الدردير الشريف (جامعة الزيتونة - ليبيا) ... ص١٣

- **تطور مفهوم المستخدم في المجال العام الرقمي**

أ.د/ ثريا أحمد البدوي (جامعة القاهرة) ... ص٤٣

- **استراتيجية العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات السياحية**

د/ انتصار داود العبيدي (كلية الفجيرة - الإمارات) ... ص٧٧

- **اتجاهات الرأي العام المصري نحو موقف الاتحاد الأوروبي من أزمة اللاجئين السوريين: دراسة تطبيقية على موقع " فيس بوك "**

د/ لبيبة عبد النبي إبراهيم (جامعة حلوان) ... ص١٠٧

- **استراتيجية العلاقات العامة في الجامعات العراقية: دراسة تقويمية لقسمي العلاقات العامة بجامعتي (بغداد والتكنولوجية) أنموذجًا**

د/ سهاد عادل جاسم (الجامعة المستنصرية) ... ص١٣٥

- **تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه**

د/ محمد فؤاد زيد (جامعة المنوفية) ... ص١٥١

- **استخدام وسائل التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية**

د/ خالد بن فيصل الفرم (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص٢١٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٧ @ EPRA

www.epra.org.eg

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثالث عشر - السنة الرابعة - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د / محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د / محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة
جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ. د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

د/ ثريا محمد السنوسي

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام
جامعة الغرير

د/ محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام
جامعة بغداد

د/ السيد عبد الرحمن علي

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام
جامعة سيناء

صبري محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية
الجيزة - الدقي
بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jprr@epra.org.eg

الهيئة العلمية

أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طايع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة – وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون – وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

** الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

حقوق الطبع © الجمعية المصرية للعلاقات العامة ٢٠١٧

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليا أو جزئيا، في أي شكل وبأي وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولى للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولى للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications
Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.jprr.epra.org.eg – www.epra.org.eg

الهاتف : 818- 20-376-02 (+2) - 151- 14- 15- 0114 (+2) - 157- 14- 15- 0114 (+2)

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهى تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة فى العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولى ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات فى مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٣٣ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٦ للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية – وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراة.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التى نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة فى العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث فى حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث فى إطار الموضوعات التى تهتم بها المجلة فى العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة فى كتابة البحث العلمى ومراجعه ويراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع فى نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع فى متن البحث وفقا لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.

- فى حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمى بقبول البحث للنشر. أما فى حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمى وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له فى أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالى أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠$.
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ $ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب فى حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4– فى حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ $.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠$.
  على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك
  فى عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد
  النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع.
  ويتم تقديم خصم ١٠% لمن يشترك فى عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة– جمهورية مصر العربية – الجيزة – الدقى – بين السرايات – ٢ شارع أحمد الزيات، والإميل المعتمد من الجمعية jprr@epra.org.eg ، أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ – تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها ثلاثة عشر عددًا متتابعة تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط – تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة)– وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية العربية بمعدل = ١.٣٣، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

وفي العدد الرابع عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين.

ففي البداية نجد بحثًا باللغة الإنجليزية **للدكتور إبراهيم صالح** – جامعة النيل – من **(مصر)**، بعنوان: "دراسة تحليلية عن تداعيات إدارة أزمات الاتصال في الشرق الأوسط: الملاحة في مياة مجهولة".

كما تضمن العدد بحوثًا مقدمة من أساتذة هم: أ.**د/ عابدين الدردير الشريف** – جامعة الزيتونة – من **(ليبيا)** والذي قدم دراسة ميدانية عن: " اتجاهات النخب الأكاديمية والإعلامية الليبية نحو شاهد العيان كإعلامي".

أما: أ.د/ **ثريا أحمد البدوي** – جامعة القاهرة – من **(مصر)** فقدمت دراسة عن: " تطور مفهوم المستخدم في المجال العام الرقمي".

وتضمن العدد أيضًا بحوثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مشارك منهم: **د/ انتصار داود العبيدي** – كلية الفجيرة بالإمارات – من **(العراق)** ، دراسة عن: " استراتيجية العلاقات العامة ودورها في إدارة الأزمات السياحية ".

بينما قدمت **د/ لبيبة عبد النبي إبراهيم** – جامعة حلوان – من **(مصر)** دراسة تطبيقة على "موقع الفيس بوك" عن: "اتجاهات الرأي العام المصري نحو موقف الاتحاد الأوروبي من أزمة اللاجئين السوريين: دراسة تطبيقية على موقع".

أما **د/ سهاد عادل جاسم محمد** – الجامعة المستنصرية– من **(العراق)** قدمت مشاركة بحثية عن: " استراتيجية العلاقات العامة في الجامعات العراقية: دراسة تقويمية لقسمي العلاقات العامة بجامعتي (بغداد والتكنولوجية) أنموذجًا".

بينما قدم **د/ محمد فؤاد زيد** – جامعة المنوفية– من **(مصر)** بحثًا بعنوان: " تعرض الجمهور للمضامين السياسية الساخرة المقدمة بوسائل الإعلام وعلاقته بالسخط السياسي لديه ".

وأخيرًا من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في **(السعودية)** – قدم **د/ خالد فيصل الفرم** – بحثًا بعنوان: " استخدام وسائل التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين فى التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التى تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي فى تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

تطور مفهوم المستخدم في المجال العام الرقمي

إعداد

أ.د/ ثريا أحمد البدوي(*)

(*) أستاذ العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

تطور مفهوم المستخدم في المجال العام الرقمي

أ.د/ ثريا أحمد البدوي
sourayaelbadaoui2006@hotmail.com
جامعة القاهرة

الملخص:

تمثلت الإشكالية البحثية في هذه الدراسة في تحديد موقع "المستخدم" في المجال العام الرقمي، حيث استهدفت الدراسة تحليل نمط المعالجة التنظيرية والمنهجية لدور المستخدم في الأدبيات العلمية العربية والأجنبية.

وقد استخدمت الدراسة منهج دراسة تحليلية من المستوى الثاني (Meta Analysis) لما نشر من بحوث ودراسات عن الإعلام الجديد باللغة العربية والأجنبية؛ ومن ثَمَّ تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من بحوث ودراسات الإعلام الجديد العربية والأجنبية، بدء من عام (٢٠٠٠) إلى عام (٢٠١٤).

وقد أوصت الدراسة بأهمية تضمين مفهوم "المستخدم" في أجندة بحوث الإعلام الجديد العربية، وتبني التوجه البيني في الدراسات العربية التي تجمع باحثين من تخصصات مختلفة، وكسر التبعية للنماذج الغربية، ومحاولة تطوير نظريات "ملائمة" لطبيعة البيئة العربية... إلخ.

كما أوصت الدراسة بالتركيز ـ في دراسة المستخدمين ـ على التحليل السردي الكيفي (Qualitative Narrative Analysis) لتعليقاتهم في المجال العام الرقمي، والانطلاق من مدخل "الفنومنولوجي" (Phenomenology) في هذا السياق.

تمهيد:

أشارت المراجعة النقدية للتراث إلى ظهور مصطلح المجال العام Sphère publique فى بداية الستينيات من القرن العشرين من خلال الفيلسوف الألمانى Jurgen Habermas، بهدف تقديم تحليل لهذا المفهوم فى ارتباطه بفئة معينة، وفى فترة محددة. يقصد الباحث بالمجال العام، والذى يقابله المجال الخاص Sphère Privée، تلك المساحة الاجتماعية التى تقع بين السوق والحكومة، وتبعد عن الأهداف التجارية والربحية وعن تدخل الدولة، وتكون قادرة على حث الناس على مناقشة القضايا العامة دون خوف (Robert Mcchesney & Noam Chomsky,2000). ومن هنا، يستطيع المواطنون الراشدون استيعاب المجال العام الذى تسيطر عليه السلطات وتحويله إلى مجال ينتقدها ويفند ادعاءاتها (Jurgen Habermas,1978).

بالنسبة لـ Habermas، يفقد المجال العام من فاعليته فى تغذية الحياة الديمقراطية لحظة تدخل الدولة أو عالم الأعمال أو من خلال الاثنين معاً. وفى السياق البعيد عن السيطرة الحكومية أو

الاقتصادية، أظهر الباحث أهمية لمنظمات المجتمع المدنى، والقهاوى والحياة الاجتماعية والاتصالات الإلكترونية والشبكات الاجتماعية كفضاءات عامة جديدة، يقوم فيها المواطن بدور المشارك النشط الحر فى ظل مفاهيم المساواة وذوبان الفوارق الاجتماعية، والاهتمامات المشتركة، والإتاحة المعلوماتية. وكما سبق وعرضنا فى الملف الثانى، أجريت عديد من الدراسات التى تناولت المواطنين فى المجال العام الافتراضى، من حيث علاقة مستخدم مضامين الإنترنت فى فضاءات الويب المختلفة، برؤاه وأفكاره وتوقعاته وإشباعاته، ودوره كفاعل منتج ونشيط فى مجالات عامة جديدة متاحة للجميع New Public Sphere (Serge Proulx,2001 ،May Branham,2009 ، Les Nouveaux Media,2008).

فى هذا الإطار، تتمثل الإشكالية البحثية فى تحديد موقع "المستخدم" فى المجال العام الرقمي، حيث تستهدف الرؤية النقدية الحالية تحليل نمط المعالجة التنظيرية والمنهجية لدور المستخدم فى الأدبيات العلمية العربية والأجنبية، وذلك للإجابة على التساؤل التالى: هل أفرزت تكنولوجيا الاتصال المداخل الفكرية والأدوات المنهجية المرتبطة بالمواطن المستخدم، أم تمت استعارة المداخل والمناهج المرتبطة بالوسائل التقليدية وتطويعها لتلائم طبيعة وخصائص تكنولوجيا الاتصال الرقمية ؟

أولا: الإطار المنهجى للدراسة

١. **منهج الدراسة:** دراسة تحليلية من المستوى الثانى Meta Analysis لما نشر من بحوث ودراسات عن الإعلام الجديد، باللغة العربية والأجنبية. ويهدف التحليل إلى الوقوف على آخر التطورات العلمية، والجوانب القيمة والهامة فى الدراسات المرتبطة بمجال الإعلام الجديد، والتعرف على الإيجابيات وتدعيمها، وتلافى أوجه القصور، لتحقيق إضافة علمية إلى التراث العلمى.

٢. **عينة الدراسة:** تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من بحوث ومؤلفات الإعلام الجديد العربية والأجنبية، بدء من عام (٢٠٠٠) إلى عام (٢٠١٤). وتضمنت العينة (١٤٤) بحثا ومؤلفا موزعين كالتالى:

جدول رقم (١)
توزيع عينة بحوث الإعلام الجديد العربية والأجنبية
فى الفترة من (٢٠٠٠) إلى (٢٠١٤)

العينة	نوع البحوث	
	عربى	أجنبى
بحوث	٨٧	٥٧

واعتمدت الباحثة على مكتبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة فى انتقائها للدراسات والبحوث العربية المتاحة والمحكمة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام، والمجلة المصرية لبحوث الرأى العام، ومجلات المؤتمرات

العلمية المحكمة، ودراسات الماجستير والدكتوراه بذات الكلية وبكلية الآداب، قسم الإعلام بجامعتى حلوان وعين شمس. بالنسبة للدراسات الأجنبية، تم الاعتماد على قواعد البيانات كمصدر أساسى لجمع ما نشر عن مجال الإعلام الجديد وتمثلت أبرزها فى: Science Direct, Emerald Insight, Willey, Sage Publications, All Academic, Springer Link, Ebesco host, Interscience, Proquest, .

٣. **أداة جمع البيانات وفئات تحليل بحوث ودراسات الإعلام الجديد:** وتمثلت فى استمارة تحليل تضمنت الإشكاليات البحثية المثارة فى مجال الإعلام الجديد، والأطر النظرية، والمناهج المستخدمة، وأهم الاستخلاصات، ثم موقع المستخدم فى سياق بحوث ودراسات الإعلام الجديد.

ثانيا: نتائج الدراسة

فى هذا الصدد، تستعرض الباحثة نتائج الدراسة بالتركيز على المحورين التاليين:

١. الإتجاهات الفكرية والتنظيرية الحديثة لمفهوم المستخدم ومشاركته فى المجال العام الرقمى.
٢. الإتجاهات المنهجية الحديثة لمشاركة المستخدم فى المجال العام الرقمي.

وفيما يلى عرض لأهم الرؤى المرتبطة بكل محور فى علاقتها بمفهوم المستخدم بخاصة وأخيرا التوصيات المرتبطة بهذا الشأن.

١. الإتجاهات الفكرية والتنظيرية الحديثة لمفهوم المستخدم ومشاركته فى المجال العام الرقمي.

أظهرت القراءة النقدية للأدبيات العلمية مدى مساهمة الإنترنت وفضاءات الويب المختلفة فى إحداث تغييرات اجتماعية وتحولات فى الممارسات المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال الرقمية، حيث أتاحت لعديد من الشركات والمعلنين فرصا جديدة للتواصل عبر مضامين تفاعلية يقوم فيها أطراف العملية الاتصالية بدور فاعل. كما بزغ المساهم النشط Active Internet Contributor الذى يفكر ويفعل ويقوم بجهد مبدع، عبر تبادل الرسائل وانتاج مواد وموضوعات تنشر فى سياق بوابات غير تقليدية أو احترافية لتحقيق أهداف ذاتية (Teresa Harisson, Brea Barthel,2009، Lynne Schafergross,2010، Peyton Paxson,2010). كما وفرت بيئة الإنترنت للمستخدم القدرة على استخدام وسائل اعلامية مدمجة Conversion Media، عبر الاتصالات اللاسلكية التى أتاحت له القدرة على التفاعل الفورى Real Time User، وسهلت له الدخول إلى الإنترنت واستخدامه فى أى وقت وفى كل مكان (Kamal Kambil,2008).

على المستوى الفكرى، وفى سياق العلاقة بين المواطن المشارك والبيئة الرقمية فى الدراسات العربية والأجنبية، أثيرت مجموعة من التساؤلات المرتبطة بماهية التغيرات التى أحدثتها الوسائل الجديدة، وطبيعة الاستخدام فى ضوء المحتوى الجديد، ومدى التأثير الذى تحدثه الشبكة الدولية للمعلومات على المحتوى، وموقف المستخدمين فى هذا السياق. وقد مهدت هذه التساؤلات لبروز تيار بحثى آخر ينطلق من

المنظور الاجتماعي الثقافى ويهتم بدراسة آثار الإنترنت على حضور الأفراد، ومدى مساهمتها فى انخراط الفرد فى واقعه أو انعزاله عنه.

فى هذا الشأن، يمكن القول بانطلاق دراسات عربية وأجنبية عديدة حول الإعلام الجديد والإنترنت، من نفس الأساس الذى انطلقت منه دراسات وسائل الإعلام التقليدية، وتمثلت فى التعرف على أنماط ودوافع استخدام الإنترنت لدى فئات معينة من الجماهير خاصة لدى الأطفال والشباب. واهتمت معظم الدراسات برصد طبيعة العلاقة بين الخصائص الديمجرافية لجمهور الإنترنت ودوافع الاستخدام. وأظهرت نتائج الدراسات وجود عديد من المتغيرات المؤثرة فى هذا السياق مثل المستوى التعليمى للمتصفحين (نسمة البطريق، ٢٠١٣، محمد عايش، محمد قيراط، ٢٠٠٦)، والسن ومنطقة السكن والمستوى الاقتصادي (Magali Saint-Amand, Gilles Pronovost ، ٢٠٠١)، والنوع والدخل والسمات الشخصية للمستهلكين Personality Traits (Sylvia Chan-Olmested & others ، ٢٠٠٦، ريم إسماعيل عبود، ٢٠٠٤، Teo، ٢٠٠٩، ابراهيم سمير على، ٢٠١٠)، والرغبة الشخصية والمهنة والمحيط الاجتماعي (جمال عبد العظيم، ٢٠٠٦). على سبيل المثال، تبين وجود تفاوت كبير فى نسب تعامل المتعلمين تعليما أعلى من المتوسط، والتعليم المتوسط، وأقل من المتوسط مع شبكة الإنترنت لصالح الفئة الأولى ثم الثانية (نسمة البطريق، ٢٠١٣). كما اتضح أن الذكور أكثر استخداما للإنترنت من الإناث (وليد فتح الله بركات، ٢٠٠٤)، وأن الاستخدام المكثف للإنترنت من قبل الأطفال والشباب الذكور يتم خلال الفترة المسائية، بينما أظهرت الصفوة استخداما منخفضا للإنترنت على الرغم من تواصلهم المستمر بالشبكة سواء فى المنزل أو العمل (سامى طايع، ٢٠٠٠، خالد أحمد عبد الجواد، ٢٠٠٦). كما تبين أن طلبة الجامعة الأمريكية أكثر استخداما للإنترنت من طلبة الأزهر (أمين سعيد عبد الغنى، ٢٠٠٣، برلنت نزيه، ٢٠٠٣)، وكذلك الشباب المنتمى للمستوى الاجتماعى الاقتصادى الأعلى (ايمان جمعة، ٢٠٠١). وأضافت الدراسات الأجنبية وعدد محدود من الدراسات العربية الحديثة بعدا بحثيا آخر، عبر ارتباط استخدام الإنترنت بالأنماط الحياتية Lifestyles، الاجتماعية أو الثقافية، الخاصة بالمستخدمين (Gerit Goetzenbrucker,2013 & Margarita Kohl، Les Jeunes d Internet,2003). على سبيل المثال، يزداد استخدام الإنترنت لدى الفئة التى يتميز نمط حياتها بالغربنة Westernization أو التى تريد إثبات ذاتها (Ran Wei,2006، Toma and Hancock,2011). كما تبين عدم تفاعل المستخدمين الشباب مع محتوى التثقيف الجنسى على الصحف الإلكترونية، اذ يكتفون بقراءة المحتوى فقط دون إبداء أى تعليقات (عمرو حسن ابراهيم، ٢٠١٤).

وقد أظهرت البحوث اختلاف دوافع استخدام الإنترنت والمواقع الإذاعية والتليفزيونية الافتراضية، والإشباعات المتحققة منها. وتمثلت فى دوافع خاصة بالمستخدمين (المواطن/ /المراهق/الشباب/الصفوة) مثل الحاجة إلى التسلية والترفيه، ومشاركة الصور والفيديوهات والتواصل والحوار (Pauwels&Hellriegel,2007، Royal,2008، Cocciolo,2009، Yoonhyuk Jung,2011)، أو للدراسة والبحث

العلمى والحصول على المعلومات العلمية (نسمة البطريق، ٢٠١٣، محمود أحمد مزيد، ٢٠٠٥)، أو المعلومات السياسية المرتبطة بالحقوق والأحداث والقضايا المحلية والعربية والدولية (Parmelee,2013، Kate Kenski,2010, Natalie Jomini Stroud، فاطمة الزهراء عبد الفتاح ابراهيم، ٢٠١٠، Bruce Hardy, Dietram,2009 Scheufele، خيرت عياد، ٢٠٠٩، محمود حمدى عبد القوى، ٢٠٠٩، أميرة النمر، ٢٠٠٧، عربى عبد العزيز الطوخى، ٢٠٠٢)، أو لتدعيم الهوية والمواطنة الافتراضية (ولاء مسعد اسماعيل، ٢٠١١، ثريا البدوى، ٢٠١٠)، أو لتخفيض درجة الشعور بالتوتر والخوف وعدم الأمان بخاصة فى أوقات الثورات (أمانى السيد فهمى، ٢٠١١). بينما ارتبطت الدوافع الأخرى بالوسيلة مثل سرعتها فى تغطية الأحداث ومصداقيتها، وعناصر الجذب والتصميم المتوافرة بها (الشيماء العرب، ٢٠١٤).

فى مرحلة تالية، ارتبطت الدراسات بالتأثير الذى تحدثه الإنترنت على الأفراد بخاصة. وباستعراض الأدبيات المرتبطة بهذه الرؤية، لاحظت الباحثة انطلاق الدراسات من فكرة حتمية وجود آثار سلبية لتقنيات الاتصال على المستخدمين، حيث تؤدى إلى ضعف الترابط الأسرى، والانعزال عن الآخرين، والاغتراب الاجتماعي (فوزية عبد الله آل على، ٢٠٠٩، مريم محمد آل على،٢٠٠٦، أحمد فلاح العموش، ٢٠٠٦، محمد محمد عبده بكير، ٢٠٠٦، هبة السمرى، ٢٠٠٢)، وإلى التواصل الإلكترونى، على الرغم من التواجد بنفس المكان عبر مقاهى الإنترنت (هنا نحاس، ٢٠٠٦)، وإلى إنحسار القيم والتقاليد، واستغلال الجنس، وانتشار الشائعات والجرائم الإلكترونية، وإغراق المستخدمين بالدعاية للخمور ونشر الشرك والكفر ونشر معلومات تهدد الأمن العام (عيسى سالم الجلاف، ٢٠٠٦)، وإلى انحسار اللغة العربية وخلق أجيال تتعامل بشكل لغوى مشوه (صالح سليمان،٢٠٠٦)، وإلى إنتاج ساحات للتسلية الفردية والترفيه الشخصى أكثر من إنتاجها لساحات البحث عن المعرفة والنقد الثقافى (محمد سعد الدين محمد الشربينى، ٢٠٠٩، بريدجت ويسلز Bridgette Wessels، ٢٠١٠). وقد اتفقت الدراسات الأجنبية مع العربية ، على تعاظم التأثيرات السلبية لفضاءات الإنترنت، بخاصة فى ويب 3.0 و ويب 4.0. أما الدراسات العربية، فقد أظهرت السلبيات على مستوى ويب 2.0 بخاصة.

بالنسبة للآثار الإيجابية المترتبة على استخدام الإنترنت، فقد ارتبطت بالمنظمات فى المقام الأول (فضاء ويب 1.0)، وبالأفراد فى المقام الثانى (فضاء ويب 2.0). على مستوى المنظمات، اتضح الدور الذى تسهم به تكنولوجيا الإنترنت فى الوصول والتواصل مع قاعدة كبيرة من الجماهير بغض النظر عن المستوى المادى للمنظمة (Shi، ٢٠١٠)، وفى تحسين أداء العاملين فى المنظمات، وفى "ادارة المعرفة" و"ادارة العلاقات" بين المستخدمين (جماهير خارجية أو داخلية) والمنظمة لتحقيق أهدافها الأساسية (Baxter 2013& Conolly,2014 ، Guidry، ، مى الخاجة ٢٠٠٧، نشأت الأقطش ٢٠٠٦، ، خيرت عياد٢٠٠٤، ، سلوى العوادلى ٢٠٠٢)، وفى نشر الكلمة والرسائل والصور وأنشطة المسئولية الاجتماعية والبيئية التى تدعم من مكانة المنظمة وصورتها فى المجتمع الواقعى (Roessler & Legrand، ٢٠١٢، هبة مرسى، ٢٠١٢).

وتعاظم الدور الإيجابي للإنترنت، بواقع دوليته وعدم مركزيته وتعدد مجالات اهتمامه، فى تسهيله لعملية التواصل الدولى بين المنظمات غير الحكومية، واستخدام المعارضين النشطين Activists Protesting للشبكة للتعبير عن مواقفهم نحو الأحداث المحلية ومتابعتها وتكوين اتجاهات حيالها (Natalie Fenton,2008، ثريا البدوى، ٢٠١٠، أشرف جلال حسن، ٢٠١٢، عايدة السخاوى، ٢٠١٢)، وحشد وتعبئة الجماهير (Mansour,2012، Boekkooi,2010)، أو فى تشكيل الرأى العام (أشرف جلال، ٢٠٠٩)، أو فى اكتشاف الذات ودعم الحوار الأسرى وتدعيم الاتصالات الشخصية (منال أبو الحسن، ٢٠٠٧، Alice Hall,2009، Cliff Lampe,2010)، أو فى تدعيم دور المواطن العادى بحيث يصبح مرسلا ومستقبلا وجامعا ومحللا وناقلا للحدث لحظة وقوعه، وساردا للتفاصيل بصورة أكثر عمقا وواقعية من المهنى التقليدى (Jay Rosen,2009، Tim O Reilly,2006، Lasica,2003).

فى سياق آخر مرتبط بفضاء الإعلام الجديد، اهتمت عديد من الدراسات بالتعرف على المشكلات المرتبطة بفضاء الإنترنت. فى هذا الشأن، ركزت الدراسات الأجنبية بصورة أكبر على بعض المشكلات المرتبطة بالمستخدمين فى مقابل تركيز الدراسات العربية بصورة أكبر على أخلاقيات وتشريعات الوسائل الإعلامية الجديدة.

على مستوى الدراسات الأجنبية، أثيرت إشكالية مصداقية مشاركات المواطن فى المجال العام الرقمى وقوته، والتحديات التى تواجهه. فى هذا الإطار، أظهرت نتائج الدراسات عدم تواصل مستخدمى الشبكة الدولية بصورة دائمة، حيث يعمدون بعد يوم من الاتصال المكثف إلى الراحة من خلال تصفح الوسائل التقليدية، والاعتماد على تحديات ثقافية واجتماعية واقتصادية تواجه الوسيلة ومستخدميها، حيث أظهرت إحدى الدراسات عدم وجود فرص متساوية بين المراهقين، على سبيل المثال، لانتاج وابداع المضامين المختلفة، حيث تزداد لدى الفئات التى تنتمى لأسرة مرتفعة الدخل "75 ألف دولار سنويا" (Harisson & Barthel,2009). فى سياق متصل، أشارت بعض الدراسات إلى أنه فى حالة وجود الإمكانيات والفرصة لبعض المستخدمين، فهم ليسوا بأحرار، والإنترنت ليست فضاءًا محررًا Espace Libere، حيث يحاول الفاعلون القدامى ممارسة تأثيراتهم من خلال إعادة شراء بعض المواقع التى يقبل عليها المستخدمون. كما يحاول بعض المعلنين اختراق مواقع وإبداعات المستخدمين، مما يعنى عدم استمرارية الوضع القوى للمستخدمين، بخاصة مع عدم التدقيق فى العمل المعلوماتى المرتبط بهم فى البيئة الرقمية، ومع عدم خضوع فضاء الإنترنت لتشريعات محددة مثلما هو الحال فى مجال الإعلام والممارسات التقليدية(Points cles du seminaire IREP,2008، Patrick Champagne,2008).

على مستوى الدراسات العربية، فقد ركزت على الأخلاقيات والتشريعات المرتبطة بالإنترنت كوسيلة. وأظهرت نتائج الدراسات تعدد التشريعات المنظمة للإنترنت فى الولايات المتحدة الأمريكية مقابل ندرتها

فى البيئة العربية (شريف درويش اللبان، ٢٠٠٢).، وبالتطبيق على قضايا التشهير الإلكترونى، استحدثت البيئة الرقمية معايير جديدة ومصطلحات جديدة مثل التقاضى عبر الحدود، وأظهرت الدراسات الحاجة لسن قوانين جديدة تواكب الإنترنت ومحتواه غير الخاضع لقواعد التحرير والمراجعة بسبب سرعته وطبيعة مواده التى تتسم بتلقائيتها، وعدم تنظيمها (محمد سعد ابراهيم، ٢٠٠٣). ومن هنا فقد اهتمت بعض الدراسات بالتعرف على أخلاقيات العمل الإعلامي فى البيئة الإلكترونية حيث خلصت إلى تراجع الاهتمام بصياغة تشريعات ومواثيق تنص على حقوق الإعلاميين. كما أضافت الدراسات أن عدد قليل من المواقع الإلكترونية للصحف التقليدية مثلا، قد صاغ لنفسه مواثيق وضوابط أخلاقية للعمل الإعلامى فى المجال العام الرقمي (السيد بخيت، ٢٠٠٦).

على المستوى التنظيرى، ارتبطت معظم الإسهامات بالمستخدم والوسيلة فى علاقتهما بالسياقات السياسية والثقافية والإقتصادية. على المستوى العربى، قدم محمد عبد الحميد من مصر (٢٠٠٧) رؤية جديدة تخص مشاركة المواطن فى المجال العام الرقمى. افترض عبد الحميد أن الوسائل الإعلامية الجديدة والمواقع الإعلامية وأدوات الاتصال والتفاعل على شبكة الإنترنت تعد مصدرا أساسيا من مصادر الكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة، والتعبير عن الآراء ووجهات النظر. وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى ذلك إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة، واتساع دائرة التعبير عن الرأى العام. ويترتب على ذلك، تبعا لعبد الحميد، اختفاء ظاهرة الاعتقاد بهيمنة الرأى السائد الناتجة عن تبنى وسائل الإعلام التقليدية لها، واختفاء ظاهرة التزام الصمت والخوف من العزلة. ومن هنا، تسهم المواقع الإعلامية وأدوات الاتصال والتفاعل بين الناس فى تحدى الصمت Challenge the Silence وإبداء الرأى ووجهات النظر حتى لو كانت تتعارض مع ما يعتقد أنه رأى الأغلبية، وتكوين مجتمعات افتراضية يتسع بينها الحوار والنقاش والتفاعل.

على مستوى المنظرين الغربيين، ظهرت اجتهادات بحثية أخرى أبرزها إسهامات الباحثان Fernando Bermejo (٢٠٠٩) و Jeffry Bardzel (٢٠٠٨). فى هذا الصدد، وضع Bardzel الإرهاصات الأولية لرؤية تنظيرية فى مجال الإعلام الجديد New Media Theory Primer، مشيرًا إلى ضرورة اختبار تلك النظريات لوظائف أدوات الإعلام التقني فى سياقها الثقافي. وقد اتفق Bermejo مع Bardzel، موضحًا أن التفكير بصورة تكنولوجية كعملية تتم بصورة مطلقة، بعيدًا عن السياق التاريخي والسياسي والاقتصادي والثقافي والديني، يعني عدم فهم إمكانيات وحدود التكنولوجيا الجديدة. كما يلفت الباحثان الانتباه إلى بينية مجال الإعلام الجديد، وتشابكه مع مجالات معرفية متعددة كالاتصال، والفنون الرفيعة، وعلوم الحاسب الآلي، والإنسانيات، والعلوم الاجتماعية والمعلوماتية، مما يعني ضرورة ارتباط دراسات الإعلام الجديد ونظرياته بالجوانب التقنية والثقافية التى لا تنفصل، تبعا ل Bardzel، عن تلك المرتبطة بوسائل الإعلام التقليدية، بل قد تكون امتدادا للنظريات المرتبطة بالمجال

السينمائي، والأدبي، أو بالنظريات النقدية. ويؤكد الباحث على ضرورة إجابة نظريات الإعلام على عدة تساؤلات متعلقة بماهية الإعلام الجديد، وأشكاله، وخصائصه، وتكنيكاته وآثاره، وكيفية اختلاف الإعلام الجديد عن التقليدى، خاصة فى قنوات التوزيع وفى العلاقة بين الوسيلة والمستخدم، ومستقبل الإعلام الجديد والاستخدامات الحديثة المرتبطة به، والتحديات التي تواجهه، وكيفية مساندته للأنشطة الاجتماعية ومساهمته فى حل القضايا الإنسانية. فمقولة "الوسيلة هي الرسالة" تفندها التوجهات الحديثة فى دراسة الإعلام الجديد.

فى نفس الإطار، حاول "Jose Van Dijck" (٢٠٠٩) من الولايات المتحدة الأمريكية، التنظير لعملية إدارة المحتوى من قبل المستخدمين User Generated Content من خلال ربطها بمفهوم وكالة المستخدم User Agency. حاول الباحث دراسة المستخدمين وفهم المتغيرات الثقافية والاقتصادية والإدارية. فى هذا الإطار، توصل Van Dijck إلى قدرة الفضاء الرقمي على إنتاج ثقافة قائمة على مشاركة المواطن العادى. كما ساهمت البيئة الرقمية، تبعا للباحث، فى إعادة بناء نموذج اقتصادي جديد يقوم على المنتجين والمعلنين والمستهلكين ومنتجي المحتوى، حيث ينتج المستخدم المضمون على الشبكة و يقدم المستخدم معلومات عن نفسه مما يضعه فى موقف المستهلك. تبعا لذلك، أصبح المستخدمون المنتجون/ المستهلكون مصدرًا لثراء شركات المعلومات من خلال اهتمام المعلنين بالمواد المنتجة من قبل الأفراد غير المحترفين. ومن منظور إدارى، أشار Van Djick إلى أن ظهور المستخدمين فى البيئة الرقمية قد قلل من دور المهنيين، بخاصة بعد تفضيل شركات المعلومات (AOL نموذجا) الاعتماد على متطوعين Volunteers، أو أفراد لا يحصلون على عائد مادى Unpaid Labors فى إنتاج المضمون، بصورة أكبر من اعتمادهم على المهنيين.

فى سياق متصل، اهتم كل من "Leo Van– Audenhove & Louis Fourie" (٢٠١٤) بالتأثيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية للتكنولوجيا الاتصالية. فى هذا الصدد، قدمت الدراسة رؤية مرتبطة بمفهوم الانقسام الرقمى Digital Divide الذى يشير إلى التمييز بين فئة القادرين على الولوج للإنترنت وفئة غير القادرين. وذكرت الدراسة تطور المفاهيم المرتبطة بالانقسام الرقمى مثل عدم المساواة الرقمية Digital Inequity الذى يوضح عدم المساواة بين جميع السكان فى الوصول إلى التكنولوجيا الحديثة واستخدامها نظراً لظروفهم الاجتماعية ومستواهم التعليمى. وكذلك مفهوم الإقصاء الرقمى Digital Exclusion الذى يعبر عن عدم وصول التكنولوجيا الحديثة للجميع، وعدم قدرة الأفراد والجماعات على استخدام الوسائل الاجتماعية الجديدة بشكل يخلق قيمة لهم وللمجتمع نتيجة عدة عوامل اجتماعية واقتصادية كالبطالة، وانخفاض مستوى الدخل. وبناءً على ما سبق، رأى الباحثان ضرورة تقديم رؤية جديدة فيما يتعلق باستخدام التكنولوجيا الحديثة واقترحا أهمية التنظير للإعلام الجديد فى ضوء مفهوم الاندماج أو التضمين الرقمى، الذى يوفر فرصا متكافئة لجميع المواطنين داخل المجتمع لاستخدام

التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، وامتلاك المهارة الإلكترونية E-Skilled Citizens اللازمة لبناء مجتمع أفضل.

وفى إطار الرؤى التظيرية، يمكننا القول بتفوق الدراسات الأجنبية على العربية فى ابتكار بعض المداخل الفكرية المرتبطة بسياق الإعلام الجديد، وفى بعض النتائج الإيجابية التى تصل إلى قدرة المواطن على استخدام المعلومات المتاحة لصالحه الخاص[١]. وتمثلت أهم المداخل التى حاولت تقديم تفسيرات للظواهر المرتبطة بالإعلام الرقمى فى مدخل الاستخدامات والإشباعات الذى تكيف مع طبيعة الإعلام الجديد بالتأكيد على تعمد متصفحى الإنترنت البحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، وهذا على النقيض من مستهلكى مضامين الوسائل التقليدية الذين يستخدمونها من باب الروتين والتعود بدون وجود دوافع محددة (Ruggiero Renita Coleman and others,2008)، ومدخل الإعلام الجديد الذى اهتم بطرق إنتاج نماذج جديدة ومبدعة للعب الإلكترونى كأحد المجالات المرتبطة بالوسيلة الجديدة (Andrew Dewdney, Peter Ride,2014)، ومدخل الشبكة وتحليل الشبكة الاجتماعية Social Network ونظرية الشبكات وممثلي الشبكة المستمدين من علوم الحاسب وتم استخدامها فى مجال الإعلام الجديد لتوصيف وتشخيص أشكال التشبيك الاجتماعي على الإنترنت (Teo، ٢٠٠٩)، والتعرف على العلاقات التى تربط المواطنين بالتكنولوجيا الجديدة، ومحاولة الوصول للتغيرات الاجتماعية والثقافية المعاصرة فى ضوء مفاهيم الفردية واللا مركزية (Nicholas Gane, Divid Beer,2008، Lisa Chewning 2009, Marya Doerfel)، ونظرية الحضور الاجتماعى وثراء الوسيلة Media Richness ، حيث يرتبط الحضور الاجتماعي للوسيلة وقدرتها على تيسيرها لعملية الفهم والاتصال، بثرائها وتنوع لغاتها وقدرتها على نشر آراء متعددة (Marvin V. Zelkowitz,2010)، والاتصال الإلكترونى القائم على التفاعل الديناميكى بين

---

[١] استخدمت قلة من الدراسات الأجنبية بعض النظريات التى تنتمى إلى الفضاء الإعلامي التقليدى مثل انتشار المبتكرات وترتيب الأجندة، ونظرية حارس البوابة التى وضعت فى اطار "صحافة الموطن" والمحتوى المنتج من قبل المستخدمين، وتأثير حراس البوابات على ادماج "ابداعات" المستخدمين ووضعها فى اطارات صحفية احترافية على مواقع الصحف الإلكترونية. ولكن من الملاحظ أن النظريات التقليدية وجدت مجالا فى فضاء ويب 3.0 والخاص بالألعاب الإلكترونية، حيث تم الإستعانة بنظريات الغرس الثقافى، ونظرية تأثير الشخص الثالث بخاصة. وترجع الباحثة ذلك لتعاظم التأثيرات السلبية للألعاب على الجوانب النفسية والاجتماعية والثقافية للمستخدمين اللاعبين. فى هذا السياق، يشير Khaled Zouari (٢٠٠٨) إلى أن استخدام إحدى التقنيات الحالية يعتمد على استخدام تقنيات سابقة، ولكي تصبح تكنولوجيا جديدة للإعلام والاتصال منتج ذا رواج عال يتفق مع الاستخدامات الاجتماعية، يجب وجود حلقات وصل بين المتلقين القدامى المرتبطين بوسيلة سابقة والمستهلكين الذين يقبلون على تبني الوسيلة الجديدة، ومن ثم تتشكل الاستخدامات والسوق الخاصة بالوسيلة الجديدة. فمن يتعرض للوسائل التقليدية، يتصفح الإنترنت كفعل "مكمل" وليس "بديل" للفعل التقليدي. وبالتالي، قد يحدث تكامل بين نظريات الوسائل التقليدية والحديثة نتيجة النظر للإنترنت "كدعائم جديدة" Nouveaux Supports وليس "كوسائل جديدة" Nouveaux Medias تجلب أشكال "استهلاكية" مختلفة للنمط المعلوماتي وتختلف عن الأشكال التقليدية، وتعطي قدرا أكبر من الاختيار أمام مستخدميها إزاء خدمات أكثر شخصية وفردية، وتضع فى الاعتبار تفرد المستهلك واختلاف تفضيلاته (Joseph Dominick,2009 ،Alain Selvan,2004).

القائمين بالاتصال Communicators والمحتوى Content، والقنوات الإلكترونية Online Media، والجمهور Audience، فى علاقتهما بالسياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي والنظم التشريعية والاقتصادية المرتبطة به (Zhou He, Jian-Hua Zhu,2002)، ونموذج رضا المستخدم عن وسائل الإعلام الاجتماعية (Ben Johnson & others,2012)، وعديد من النظريات الأخرى التى تهتم بفضاء الإنترنت والمستخدمين، وتمس مستويات نفسية واجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية[٢].

على مستوى الدراسات العربية التى خضعت للتحليل، اتضح اقتباس الباحثين المصريين والعرب لمداخل فكرية منبثقة من السياقات الغربية فى المقام الأول، واتسمت النظرة للإنترنت، فى هذا السياق، بأنها امتداد للوسائل التقليدية وليست بديلة عنها. فى هذا الصدد، انطلقت معظم الدراسات المصرية بخاصة من مدخل الاستخدامات والإشباعات فى سياقه التقليدى المرتبط بوسائل الإعلام الجماهيرية. كما تم الاستعانة بمجموعة من المداخل والنظريات التقليدية الأخرى مثل مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام (أحمد فاروق رضوان، ٢٠١٢، سماح المحمدى، ٢٠١٢)، والأطر الإعلامية، وحارس البوابة (محمد رضا محمد حبيب، ٢٠١٣)، والفجوة المعرفية، وانتشار الأفكار المستحدثة، ومدخل الأدوار والوظائف والنظريات الوظيفية التى تركز على الأدوار وتحدد الإنعكاسات السلبية والإيجابية للتقنيات (مريم محمد آل على، ٢٠٠٦)، ونظريات علم الوقاية Prevention science التى تنطلق من تحديد عوامل الخطورة وعوامل الحماية التي ترعى الروابط المجتمعية، والنظريات العقلانية المتمثلة فى نظريتى الأنشطة الروتينية Routine Activity وأسلوب الحياة Life Style Theory اللتين تنطلقان من كون الأنشطة الروتينية التى يمارسها الفرد بشكل يومي وتجسد نمط حياته، وقد تعرضه للخطورة بانعزاله عن حياته الاجتماعية (أحمد العموش، ٢٠٠٦). ووظفت قلة من الدراسات العربية الحديثة أطرا تنظيرية "غربية" ترتبط بالوسيلة فى فضاء الإعلام الجديد مثل نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model (معين صالح يحي التميمي، ٢٠١٢)، ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية (اكرام محمود سعيد الرازق، ٢٠١٣). وهى مداخل تعظم من قدرة الوسيلة وليس المستخدم.

وارتبطت معظم القضايا البحثية فى الدراسات العربية بفضاء ويب 1.0 وويب 2.0، حيث تم التركيز على دور وتأثير الوسيلة كالمواقع الإلكترونية وملفات اليوتيوب وتويتر وصفحات الفيس بوك والمدونات، وليس المستخدمين، فى رفع الوعى، وتغطية ومتابعة الأحداث المحلية أو الدولية، والمشاركة المجتمعية أو السياسية، وتأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الحياة اليومية والاجتماعية للجمهور، وعلى المنتج الصحفى (فاطمة الزهراء محمد، ٢٠٠٧)، والأداء الصحفى (أمل محمد أمين يوسف، ٢٠٠٧)، والإخراج الصحفى (شريف درويش اللبان، ٢٠٠٠). فى المقابل، انخفضت بصورة ملحوظة نسبة الدراسات التى اهتمت بفضاء ويب 3.0 و ويب 4.0، واقتصر الأمر على دراسة "سلوى سليمان" على تسويق الماركات

[٢] انظر فى الملف الثاني إلى الجزء الخاص بأهم الأطر الفكرية والتنظيرية.

والمنتجات عبر الألعاب الإلكترونية (٢٠١٠). كما اهتمت دراسات الهاتف المتنقل التى بدأت فى عام (٢٠٠٩)، أو "المحمول" كما ورد ذكره فى الدراسات المصرية أو التى نشرت فى مصر، أو "الجوال" كما تفضل تسميته الدراسات العربية، بإدراك واتجاهات الجمهور نحو الخدمات والإعلانات المقدمة عبر الهاتف (داليا محمد عبد الله، ٢٠٠٩، صفا محمود عثمان، ٢٠٠٩)، ثم بتبنى فئات محددة كالأطفال للهاتف المتنقل كوسيلة (دينا فاروق أبو زيد، ٢٠١٠) فضلا عن اهتمام الدراسات بالتعرف على الاستخدامات والإشباعات المتحققة (عبيد بن سعيد، ٢٠١٢)، والتأثيرات المرتبطة بالهاتف بخاصة على المستوى الاجتماعي (ماريان مراد، ٢٠١٣).

ويمكن القول بوجود اتجاه فى بعض الدراسات المصرية بخاصة، نحو توظيف عديد من النظريات فى سياق الدراسة الواحدة، بحيث تجمع فى أطرها الفكرية بين الوسيلة والمستخدم. على سبيل المثال، انطلقت دراسة دينا فاروق أبو زيد (٢٠١٠) من نظرية انتشار المبتكرات ونشر الأفكار المستحدثة Diffusion of Innovations، ونموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model، ونظرية طبيعة الإعلامMedia Naturalness Theory، ونظرية الثراء الإعلامي Media Richness Theory ، ونظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا Social Construction of Technology والتى تركز على دور العقل الإنسانى فى تشكيل التكنولوجيا. كما اعتمدت دراسة مهيتاب ماهر محمود كامل الرافعى (٢٠١٤) على نموذج بنائى لتقييم المستخدم لمصداقية المعلومات على المواقع الإخبارية المصرية استنادا إلى مجموعة من النظريات مثل نظرية التفسير والملاحظة Prominence Interpretation Theory والتى تفترض وجود أربع أنواع لمصداقية الإنترنت وهم المصداقية الافتراضية Presumed Credibility، والمصداقية الظاهرة Surface Credibility، والمصداقية المكتسبة Earned Credibility، ومصداقية السمعة Reputed Credibility، ونظرية الثقة الكلية أو المجمعة Aggregated Trustworthiness Theory، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية ثراء الوسيلة Media Richness، ونظرية المجال العام Public Sphere Theory، والنموذج الشامل للاتجاه.

وقد التزمت معظم الرؤى الفكرية للدراسات العربية بالسياق السابق ذكره، حتى شهدت السنوات الأخيرة تطورا فى دراسة المستخدمين، بالتركيز على استخدام مداخل تنظيرية "غربية" تهتم بالفرد وليس الوسيلة، مثل نموذج المستخدم المنتج، ومدخل دوافع المستخدمين، ونظرية الحضور الاجتماعي، ورأس المال الاجتماعي (شيماء ذو الفقار زغيب، ٢٠١١) ونموذج الذات كمصدر، Self as Source والذى يفترض وجود مجموعة من المتغيرات التكنولوجية والنفسية المرتبطة بعملية التدوين والفعالية السياسية للمدونين مثل التفاعلية Interactivity، والقالب المستخدم Modality، وسهولة التصفح Navigability، والانغماس Involvement، وبناء الهوية Identity، والسيطرة Control (مها السيد بهنسى، ٢٠١٢). فى

سياق متصل، أجريت دراسات عن بحوث الجمهور فى علاقته بالإنترنت والإعلام الجديد (حنان أحمد سليم، ٢٠١٢)، وكذلك دراسة تحليلية عن مناهج وأدوات بحوث الإعلام الجديد (وائل اسماعيل عبد البارى، ٢٠١٢).

من جهة أخرى، ربطت معظم الدراسات بين نشاط وقرار وفعالية المستخدمين بالوسيلة الافتراضية (الموقع الإلكترونى، شبكات التواصل)، وبعناصر الجذب والتصميم ومدى وجود الوسائط المتعددة من نص وصورة وأفلام فيديو، حيث تبين تأثير وجود الوسائط المتعددة على قرار المستخدم بمتابعة تصفح الموقع، وفى درجة المصداقية الممنوحة له، وفى تحفيزه للمشاركة السياسية على أرض الواقع (الشيماء العرب، ٢٠١٤، وسام محمد أحمد حسن، ٢٠١٣، شيرين على موسى، ٢٠١٣).

فى سياق متصل، اهتمت دراسة عربية واحدة باستبدال مصطلح "الجمهور" بالمستخدمين، وهى لمعين صالح يحي الميتمى (٢٠٠٩) عن تفضيلات مستخدمى الإنترنت، بينما استخدمت معظم الدراسات المصرية مسميات مختلفة بديلة لمصطلح "المستخدم"، وذلك عند بحث عمليات "تعرض" أو "دور" أو "اعتماد" أو "استخدام" أو "تأثير" الإنترنت على المواطنين مثل: الجمهور العام (عبير محمد حمدى، ٢٠٠١، سعيد الغريب، ٢٠٠٤، مها عبد المجيد صلاح، ٢٠٠٤)، أو جمهور المتلقين (محمد منصور، ٢٠١٢)، أو الشباب (وليد فتح الله بركات، ٢٠٠٤، سهير عثمان عبد الحليم، ٢٠٠٦، ابراهيم سمير على، ٢٠١٠، أسماء مسعد عبد المجيد، ٢٠١١، انجى محمد سامى، ٢٠١١، فاطمة فايز عبده، ٢٠١١، منال عبده محمد، ٢٠١١، محمود يوسف محمد السماسيرى، ٢٠١١، أحمد فاروق رضوان، ٢٠١٢، عبد الكريم صالح باحاج، ٢٠١٣)، أو الفتايات العربيات (عزة عبد العزيز، ٢٠١١، حنان أحمد سليم، ٢٠١١)، أو المراهقين وتلاميذ الإعدادى (همت حسن عبد المجيد، ٢٠٠٧، عربى عبد العزيز الطوخى، ٢٠٠٨، أمانى الحسينى، ٢٠١١)، أو الأساتذة والصفوة والإعلاميات (السيد بخيت، ٢٠٠٠، عادل عبد الرازق، ٢٠٠٢، ماجد سالم تربان، ٢٠١٠، مهيتاب ماهر محمود كامل الرافعى، ٢٠١٤)، أو الأطفال (هبة السمرى، ٢٠٠٢). وقد ارتبطت دراسات الجمهور وفئاته المختلفة بعمليات التأثير وليس الاستقبال، بينما وقعت النخبة فى فئة "تقييم" مصداقية الإنترنت والمواقع الإكترونية.

فى المقابل، وباستعراض الأدبيات الأجنبية المرتبطة بطبيعة الجمهور المتصل عبر الحاسوب Computer–Mediated Communication، يلاحظ التركيز على مستويات مختلفة لنشاط المستخدمين، والتنظير لذلك فى ضوء تعدد وتطور المفاهيم المرتبطة بهم. فالجمهور يوصف بأنه "مستخدم " User، أو "متواصل Communicatee ،أو" مستخدم منتج" User Producer, Produser، أو مواطن Citizen، أو مستخدم اجتماعى Socializer User.

فى هذا السياق، أشارت بعض البحوث إلى مفهوم "المستخدم" فى سياق مستهلك الوسائل الإعلامية Media Consumer. وهو مستخدم "حر" ومستقل فى تحركه، وفى تفاعلاته مع الآخرين. كما أنه يستهلك وينتقى بفاعلية المضامين الاتصالية فى ضوء احتياجاته الذاتية (Khaled Zouari,2008، Stephen

Littlejhon، Karen Foss,2005). فى هذا الإطار، يقدم النص للاستهلاك الفردى، ويصبح أداة للتفكيك والتفتيت Demassification، من خلال جمع وانتقاء مستخدم الإنترنت للمعلومة التى تهمه، وتقريره بعد ذلك إما التعمق فى مستوى المعلومة، أو الاكتفاء بالمعلومة "السطحية" التى توصل إليها. وحرية التحرك هذه مرتبطة بالعملية الفردية فى الممارسات الاتصالية التى يتمتع بها مستخدم الإعلام الجديد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

فى تطور آخر، اكتسب المستخدم، تبعا لمهدى محسنيان راد Mehdi Mohsenian Rad (٢٠٠٨) مكانة عليا Upper Status مع مصطلح المتواصل Communicatee ونظرية بازار الرسائل Message Bazzar Theory. يرى الباحث أن المتواصل، وهو الشخص الذى وقع عليه الفعل الاتصالى، يقوم بدور مساوٍ للفعل الذى يقوم به المتصل Communicator، حيث يبادر بنقل المعلومة.

ومع انتقال شبكة الويب العالمية لمرحلة جديدة وظهور تطبيقات مرتبطة بقدرة المستخدمين على التواصل وبناء المحتوى لتحقيق أهدافهم ومشاريعهم الخاصة، أصبح مفهوم "المستخدم المنتج" Producer User هو محور اهتمام منظرى وسائل الإعلام. فى هذا السياق، تأكدت أهمية مفهوم "التفاعل المنتج" Productive Interaction الذى يقوم فيه "المستخدم المنتج" User Producer بدور على مستوى انتاج المحتوى والأفكار ذات المعاني، وعلى مستوى إبداع وإنتاج التصميمات التى تلبى احتياجاته، بدلا من الاستهلاك السلبي لتصميمات معدة سلفا (Philip Van Allen،٢٠٠٤).

فى هذا الإطار، أشار بعض الباحثين إلى مصطلح المواطن Citizen فى ضوء مفهوم يتعدى "المستخدم" Usager. بالنسبة لهم، ينشغل الأخير بالدفاع عن مصالحه وخصوصيته بينما يتخطى المواطن المنتج هذه الحالة الفردية للانضمام ومشاركة الآخرين فى إدارة الحياة العامة. إذن، يبحث المواطن المستخدم عن الصالح العام من وراء استخدامه النشط للمضامين الاتصالية فى الفضاء الافتراضي. فى سياق متصل، أطلقت بعض الدراسات على المواطن مصطلح "المستخدم الاجتماعي" Socializer User. ويقصد به المستخدمين النشيطين الذين يكثرون من استخدام الشبكات الاجتماعية وكافة التطبيقات الأخرى من دردشة وحديث وممارسة الألعاب الإلكترونية مع المستخدمين الآخرين (Dmitri Williams & Others,2008).

خلاصة القول، لاحظت الباحثة أن مفهوم "المستخدم" فى البيئة الافتراضية قد مر بذات المراحل المرتبطة بمفهوم "المتلقى" فى بيئة وسائل الإعلام التقليدية. على سبيل المثال، يتشابه مفهوم المستخدم المستهلك فى فضاء الإنترنت، مع مفهوم الجمهور المتلقى لمضامين وسائل الإعلام الجماهيرية وبنفس الرؤية الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث تدرس احتياجات مستخدم الوسائل التقليدية وكذلك الحديثة، بهدف تفعيل الوسيلة والخدمات المقدمة لصالح منتجى الأنشطة والخدمات، وليس مستخدميها. ويمكن القول، فى هذا الصدد، إنه حتى مع قدرة المستخدم على التحرك والتصفح بحرية عبر

الإنترنت طبقا لاحتياجاته الخاصة، فإنه خاضع إلى حد ما لتوجهات واحتياجات القائمين على الوسيلة الحديثة. وينطبق هذا المفهوم على مستخدمى المواقع الإلكترونية للمنظمات الربحية وغير الربحية وكذلك الإخبارية فى فضاء ويب 1.0.

٢. الإتجاهات المنهجية الحديثة لمشاركة المستخدم فى المجال العام الرقمي.

على المستوى المنهجى، يشير شريف درويش (٢٠٠٦)، ومحمد عبد الحميد (٢٠٠٧)، و Klauss Brehn Jensen (٢٠١٠)، إلى أن تكنولوجيا الاتصال قد أفرزت الأدوات البحثية الخاصة بها كالبريد الإلكترونى، والاستفصاءات الإلكترونية، وتحليل المضمون على الإنترنت. كما اختلفت وحدات التحليل والترميز، حيث تجسدت وحدة التحليل بالنسبة للمواقع الصحفية الإلكترونية على سبيل المثال، فى الإصدار ليوم واحد من المحتوى الإخبارى، ووحدة الترميز هى عنصر صفحة الويب بما يتضمن من مواد جرافيكية ووصلات فائقة، وعناصر تصميم الويب مثل حجم الملف ووقت التحميل للصفحة الرئيسة مثلا (شريف درويش، ٢٠٠٦). إلا أنه يمكن القول إنه قد تم استعارة المناهج المرتبطة بالوسائل التقليدية وتطويعها لتلائم طبيعة وخصائص تكنولوجيا الاتصال الرقمية.

على مستوى الدراسات العربية، فقد ارتبطت معظمها بالطبيعة الوصفية فى الفضاء العام الرقمى، كما وظف معظم الباحثين مجموعة من الأدوات المنهجية التقليدية، ولجأت قلة من الدراسات إلى استخدام أدوات تتفق مع فضاء الإنترنت، كما دمجت دراسات أخرى بين الأدوات التقليدية والجديدة. فى هذا السياق، استخدمت عديد من الدراسات المنهج المسحى باستخدام أداة الاستقصاء بالمقابلة (مهيتاب ماهر محمود كامل الرافعى، ٢٠١٤، أحمد فاروق رضوان، ٢٠١٢، أشرف جلال حسن محمد، ٢٠١٢، مها السيد بهنسى، ٢٠١٢، سماح محمد محمدى، ٢٠١٢، أحمد يوسف فرغلى، ٢٠١٢، فاطمة الزهراء عبد الفتاح، ٢٠١٠، دينا فاروق أبو زيد، ٢٠١٠، محمود حمدى عبد القوى، ٢٠٠٩، أميرة النمر، ٢٠٠٧، منال أبو الحسن، ٢٠٠٧، عربى عبد العزيز الطوخى، ٢٠٠٦، محمد محمد عبده، ٢٠٠٦، جمال عبد العظيم، ٢٠٠٦، خالد أحمد عبد الجواد، ٢٠٠٦، ايمان نعمان جمعة، ٢٠٠١، سامى طايع، ٢٠٠٠).

فى سياق متصل، اعتمدت بعض الأدبيات على استخدام أدوات منهجية تتوافق مع طبيعة البيئة الافتراضية ودور المستخدم فى هذا السياق، مثل الاستقصاء الإلكترونى، والإتنوجرافيا الافتراضية، والمناقشات الافتراضية، وتحليل خطابات أو مضامين المؤسسات والمستخدمين وصفحاتهم أو تغريداتهم أو ملفات الفيديو الخاصة بهم. ومن بين هذه الأدبيات دراسة ثريا البدوى (٢٠١٤) التى قامت بتحليل الخطابات المنتجة فى البيئة الافتراضية من قبل ثلاث مؤسسات أمريكية وكذلك خطابات المستخدمين العرب أو الناطقين باللغة العربية، ودراسة إكرام محمود سعيد الرازق (٢٠١٣) التى اعتمدت على منهج المسح والمنهج المقارن باستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل عينتى المدونات، وتضم مدونة الثورة مستمرة ومدونة مصر أولاً، وكذلك مجموعات فيسبوك، والخاصة بحملات مرشحى حزب الحرية والعدالة

وحزب النور والكتلة المصرية للإنتخابات البرلمانية، وحملات الانتخابات الرئاسية خلال عامى (٢٠١١-٢٠١٢)، ودراستى شيماء ذو الفقار حامد زغيب (٢٠١٢، ٢٠١١)، حيث اعتمدت الأولى على تحليل مضمون التغريدات التي تناولت الانتخابات البرلمانية (٢٠١٠) على موقع تويتر، بينما طبقت الثانية المنهج المسحى من خلال استفصاء إلكترونى على عينة من (٤٠٨) مفردة للتعرف على دور وسائل الإعلام الاجتماعية فى التعبئة السياسية قبل ثورة (٢٥) يناير، ودراستى ثريا أحمد البدوى (٢٠١٠، ٢٠١٢)،حيث استخدمت الأولى الإتنوجرافيا الافتراضية عبر الملاحظة أولا، ثم الملاحظة بالمشاركة فى مرحلة لاحقة لأحد منتديات النقاش النوبية على شبكة الإنترنت ورصدت كيفية استخدام النوبيين وتوظيفهم للإمكانيات التكنولوجية الحديثة فى تأكيد هويتهم المفتقدة على أرض الواقع. وارتبط جانب من الدراسة الثانية (٢٠١٢)، عن تقييم المواطن لأزمة المجلس العسكرى وأقباط ماسبيرو، بتوظيف الصفحة الخاصة بالباحثة على موقع الفيس بوك لإجراء مناقشات افتراضية، بهدف كشف مدى ايجابية ونشاط المستخدم من عدمه فى فضاء الإنترنت مقارنة بالوسائل الجماهيرية، ودراسة خيرت عياد (٢٠٠٩) التى أجرت تحليل خطاب لمضامين المواقع الإلكترونية الرئيسية لكل مرشح أمريكى للوقوف على أهم الاستراتيجيات الاتصالية، ودراسة صالح سليمان(٢٠٠٦) عن الإنترنت ولغة حجرات الدردشة، حيث اهتم الباحث فى هذا السياق بتحليل المشاركات التى تتم عبر غرف الدردشة باستخدام أداة الملاحظة.

من جهة أخرى، دمجت بعض الدراسات بين عدة أطر منهجية، تقليدية وحديثة، مثل دراسة معين صالح يحى تميمى (٢٠١٢) التى استخدمت منهج المسح والمنهج المقارن من خلال استمارة تحليل الشكل واستمارة استبيان إلكترونية Online Survey علي عينة من (٥٠٠) موقع إعلامي عربى، وتمثل العينة وسائل الإعلام العربية المختلفة (صحف- مجلات- راديو- تليفزيون) بالإضافة إلي إجراء الاستبيان علي (٢٣٠٠) طالب جامعى من الطلبة العرب الوافدين للدراسة فى الجامعات المصرية بهدف التعرف على العوامل المؤثرة فى بناء الإقناع لمواقع الإنترنت، ودراسة أسماء مسعد عبد المجيد (٢٠١١) التى قامت بدراسة تحليلية لملفات الفيديو على يوتيوب، والمرتبطة بقضايا التحرش، وإضراب ٦ ابريل، والتعذيب فى أقسام الشرطة، والفتنة الطائفية، فضلا عن دراسة مسحية على الشباب المصرى.

كما لجأت مجموعة أخرى من الباحثين نحو توظيف أدوات التحليل الوثائقى، أو التحليل من المستوى الثانى، أو التحليل المقارن لقضايا بحثية مرتبطة ببيئة الإنترنت، مثل القوانين والتشريعات المنظمة لشبكة الإنترنت فى أكثر من دولة، أو المعالجات التشريعية للتشهير الإلكترونى فى علاقتها بتقنية الإنترنت، أو أخلاقيات العمل الإعلامى فى البيئة الإلكترونية (السيد بخيت، ٢٠٠٦، محمد سعد ابراهيم، ٢٠٠٣، شريف درويش، ٢٠٠٢).

فى المقابل، أظهرت معظم الدراسات الأجنبية مناهج وأدوات بحثية أقرب إلى "الكيفية" من "الوصفية" وتركز على إنتاج وإبداع مستخدمى المواقع وليس على المواقع ذاتها. ومن أمثلة ذلك تحليل

محتوى الخطابات الإعلامية المنتجة بواسطة المستخدمين عبر الفضاءات الاتصالية الافتراضية المتعددة. ففى دراسة عن أنماط التمثيلات الاجتماعية للصحة الذهنية، قامت الباحثة Charline Leblanc (٢٠٠٩) بتحليل خطابات وحوارات المرضى فى غرف الدردشة Forums de discussions لإحدى منتديات مواقع المؤسسات الخدمية فى قطاع الصحة التى تحمل عنوان "اليأس والإحباط". من جهة أخرى، وضعت الباحثة فى اعتبارها أهمية السياق السياسي والثقافي والاجتماعي الفعلى المحيط بالمستخدمين وأثره على نمط الخطاب المنتج. ولتفعيل ذلك، قامت بتحليل ذلك المنتدى مرتين، الأولى عقب أحداث تسونامى بأسبوع واحتفالات نهاية العام والثانية فى إطار زمنى مختلف لا يحمل أية أحداث "غير عادية". أظهرت نتائج الدراسة قدرة المستخدمين النشطين على استخدام تكنولوجيا المعلومات" فى كسر المرض"، وعلى القيام بدور استشاري أو قيادي فى بعض الأحيان. كما استطاع مستخدمو الموقع خلق جماعة افتراضية تتميز عن الآخرين "الأصحاء" بوحدة الحالة المرضية، وتتفاعل فى بيئة افتراضية ولكن فى تواصل مع أشخاص حقيقين، من خلال هوية مشتركة Identite Commune ولدت عبر الإنترنت وجسدت رمزا لميلاد جديد. وقد انعكس أثر السياق الدرامى والدينى على مستخدمى الموقع، حيث اتسم التواصل بالحميمية وكأن المستخدمين "عائلة واحدة" متضامنة. وبدلا من أن يصبح المرض عامل رفض، أصبح أداة تقارب مع الآخرين أمثالهم.

ويمكن القول بارتباط الرؤية المتكونة فكريا عن المستخدمين فى البيئة الافتراضية، بأسلوب قياسهم منهجيا. فالنظرة السلبية لجمهور الوسيلة الجديدة "كمستهلك ومتصفح" تؤدى إلى قياسه باستخدام أدوات منهجية وصفت "بالسلبية"، مثل الـ Logfile وهى الملفات النصية التى ينشئها المتصفح داخل الموقع ويسجل عليها جميع الأنشطة التى يتعرض لها. وقد تم تبسيط ذلك باستخدام الـ Tags بمعنى الوسوم، والتى تسمح بالتعرف على أكثر الكلمات التى تكرر البحث عنها من قبل المبحرين. ومن ثم، تسهم الأداتان فى تحديد المعلومة التى تصفحها، وتقدير عدد مرات التعرض لها. وهناك الـ Cookies وهى ملفات يقوم إرسالها موقع معين لتتبع ما يقوم به متصفح الإنترنت وكذلك تفضيلاته واختياراته. كما يمكن قياس المتصفحين عبر تتبع حركة العين على الشاشة من خلال تركيب كاميرات خاصة ترصد حركة العين على الشاشة وتحدد كم من الزمن قضته العين فى إدراك كل عنصر من عناصر صفحة الويب. وهى كلها أدوات تقيس المتصفح من خلال توظيفه فى إطار "المستهلك". ومن ثم، فإن الأداة السلبية لا تركز على المستخدم بقدر تركيزها على "الماكينة" (Fernando Bermejo,2007).

أما النظرة الإيجابية للجمهور، فهى تؤدى إلى توظيف الباحثين لتقنيات وصفت بالإيجابية مثل المسوح الإلكترونية، أو الدراسات التجريبية والتحليلية التى تهدف إلى تطوير الموقع لاجتذاب مزيد من المتصفحين. وهى أدوات منهجية توفر، تبعا ل Bermejo (٢٠٠٩)، عديدًا من المعلومات عن متصفحى الإنترنت وقليلًا من المعلومات عن "كيفية استخدامهم" لإمكانيات الوسائل الجديدة. ومن

الملاحظ أيضا أن هذه المناهج والأدوات سالفة الذكر تركز على "فاعلية" المواقع دون "نشاط" المستخدمين، بدراسة الموقع وتحليله وسؤال المستهلكين عنه بهدف تفعيله لزيادة الإقبال عليه. وهناك المناهج المزدوجة مثل أدوات القياس الإلكترونية، التى تتلافى عيوب الطريقتين السابقتين وتركز على دراسة المواقع وجمهور المواقع فى آن واحد.

فى سياق متطور مرتبط بالنظرة النشطة للجمهور كمستخدمين فاعلين ومنتجين للمعلومة، وظفت مناهج وأدوات بحثية تركز على انتاج وإبداع مستخدمى المواقع وليس على المواقع ذاتها. ومن أمثلة ذلك تحليل محتوى الخطابات الإعلامية المنتجة بواسطة المستخدمين عبر الفضاءات الاتصالية الافتراضية المتعددة (Leblanc,2009). فى نفس الإطار، من المناهج التى أفرزتها الرؤية النشطة لمستخدمى الإنترنت، الإتنوجرافيا الافتراضية أو الرقمية Virtual or Digital Ethnography . وترتبط استخدامات الإتنوجرافيا بالعشرينيات من القرن الماضى عبر مدرسة شيكاجو ودراستها للمجتمعات المحلية الحضرية "الواقعية". فى هذا السياق، يهتم الإتنوجرافيون بدراسة تفاعلات المشاركين المباشرة عبر عدة أدوات، وملاحظة سلوك الجماعة الاجتماعية فى سياقاتها المختلفة، مما يتيح لهم الوصف التفصيلي والدقيق لثقافة الجماعة ولتفاعلاتها على الموقع. ومن شأن ذلك إحداث التكامل بين آراء المستخدمين وذاتيتهم وثقافتهم ومرجعيتهم وموقعم الاجتماعي وأصولهم الاجتماعية (Robin Hamman,1997، Angela Cora Garcia and others,2009). فى هذا الشأن، تتمثل أدوات الدراسة الإتنوجرافية فى المقابلات الإلكترونية مع المستخدمين المشاركين، أو الملاحظة المشاركة أو غير المشاركة. كما تجرى مقابلات جماعية متعمقة باستخدام الرسائل المباشرة الفورية للرد على تساؤلات الإتنوجرافيين المشاركين، أو يتم تحليل البريد الإلكترونى والصور والرسوم ولغة الجسد ونبرة الصوت وتعبيرات الوجه، أو تحليل طرق استخدام المشاركين لكاميرات الويب أو الفيديو (Angela Cora Garcia and others، 2009، Pranee Liamputton، Danielle Couch2008، Alex Campbell 2006، Jones 2005 Rodney، Hamman 1997 Marc Mcllelland 2002,).

يتضح مما سبق توظيف منهج الإتنوجرافيا باستخدام المقابلات الإلكترونية مع المشاركين عبر الإنترنت أو من خلال الملاحظة المشاركة أو غير المشاركة. كما تجرى مقابلات جماعية متعمقة باستخدام الرسائل المباشرة الفورية Instant Message للرد على تساؤلات الإتنوجرافيين المشاركين. فى هذا السياق، قد يقوم الإتنوجرافيون بدور المشارك ذى التجارب Participant–Experiencer كبديل عن المشارك الملاحظ Participant–Observer. ويلعب المشارك ذى التجارب، تبعا ل Angela Cora Garcia and others(٢٠٠٩)، دور المساهم النشط مع أعضاء الجماعة محل الدراسة من خلال تجاربه الشخصية التى تؤهله لطرح رسائل أو قضايا للمناقشة تقع فى إطار اهتمامات المستخدمين وتسمح بمزيد من التفاعل بينهم.

خلاصة القول، وظفت الدراسات العربية الأولى الأدوات البحثية التى ارتبطت بسياق الوسائل التقليدية، بينما اعتمدت بعض الدراسات العربية الحديثة ومعظم الدراسات الأجنبية على أدوات منهجية ارتبطت بسياقات الإعلام الجديد، فى علاقتها فى معظم الأحيان "بالوسيلة" بالنسبة للدراسات العربية، و"بالمستخدم" بالنسبة للدراسات الأجنبية.

ثالثا: الرؤية النقدية للدراسة وتوصياتها:

ارتبطت الدراسات التى تم استعراضها بأطر المعالجة التنظيرية والمنهجية لمفهوم المستخدم فى الأدبيات العربية والأجنبية. وقد استهدفت الباحثة من وراء العرض والتحليل الإجابة على التساؤل الرئيسى التالى: هل أفرزت تكنولوجيا الاتصال المداخل الفكرية والأدوات المنهجية المرتبطة بالمواطن المستخدم، أم تمت استعارة المداخل والمناهج المرتبطة بالوسائل التقليدية وتطويعها لتلائم طبيعة وخصائص تكنولوجيا الاتصال الرقمية؟

من خلال العرض السابق، يمكننا القول باختلاف مستويات الرؤية المتكونة عن المستخدمين فى التراث الغربى عن العربى. فقد اتضح على مستوى الدراسات الأكاديمية الغربية، أثر السياق المجتمعى والتطور التكنولوجى على الدور الممنوح لهم. فى هذا الشأن، انتقل الجمهور من الوضع السلبى فى علاقته بالوسائل الإعلامية الجماهيرية إلى المستخدم المنتج فى علاقته بالوسائل الجديدة، مظهرا قدرته على المشاركة وبناء وإنتاج معنى لما يتعرض له من مضامين إعلامية واتصالية. يستثنى من ذلك بعض فئات المستخدمين التى "أدمنت" الإنترنت بصورة سلبية، على مستوى ويب 3.0 و ويب 4.0 بخاصة، حيث أظهرت الدراسات حجم المخاطر الاجتماعية والصحية والنفسية والثقافية والاقتصادية التى يتعرض لها المستخدمون اللاعبون أو مستخدمى الوسائل المدمجة بالتحديد. كما اتسمت المعالجة التنظيرية والمنهجية فى هذا السياق، بابتكار مداخل فكرية وأدوات منهجية تناسب طبيعة البيئة الرقمية مع عدم الفصل، فى بعض الدراسات الغربية، بين الأطر الفكرية والمنهجية التقليدية وفضاء الإنترنت.

بالنسبة للدراسات العربية، فقد "وصلت" بين المفاهيم والإجراءات التى طبقت فى سياق إعلامى تقليدى وتلك المرتبطة بفضاء الإنترنت. كما اتضح اعتماد معظم الدراسات العربية على أطر تنظيرية ومنهجية منبثقة ومنقولة من سياقات غربية. كما تبين على المستوى التنظيرى، عدم ابتكار مداخل فكرية جديدة تتفق مع الفضاء الإلكتروني الجديد، وارتبط الأمر بعمليات "نقل"، و"تكييف"، و"تطوير"، بل و"تطويع" النظريات التقليدية الغربية المنتمية لحقول بحثية مختلفة، لتناسب طبيعة الوسائل الجديدة. وقد يرتبط الأمر بحركية وتغير تقنية الإنترنت، أو النظر إليها كأداة تكميلية للوسائل التقليدية وليست بديلة لها. وعلى المستوى المنهجى، تبين استعارة المناهج المرتبطة بالوسائل التقليدية وتطويعها لتلائم طبيعة وخصائص تكنولوجيا الاتصال الرقمية، مع الأخذ فى الإعتبار بدور المستخدمين فى هذا السياق.

وبعد استعراض الأدبيات العربية والأجنبية الحديثة ، ترى الباحثة أن عمليات الاستخدام أو الاستقبال أو الإنتاج التى يقوم بها المستخدم فى سياق البيئة الافتراضية، ترتبط بمجموعة من القدرات والمحددات النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية الخاصة به، وبمجموعة العوامل الميتااتصالية المتعلقة بنواياه وخياله ومدركاته الذاتية. وهى كلها عوامل تتداخل فى طبيعة استخدامه لفضاءات الويب المختلفة، وتحدد مستوى تبعيته أو مقاومته للمضامين المنتجة فى فضاء الويب.

فى سياق متصل، يحاول المستفيدون من فضاءات الويب اتخاذ كافة الإجراءات وابتكار كافة التطبيقات، التى تحقق صالحهم الخاص فى المقام الأول وبعيدا عن الصالح الخاص بالمستخدمين. فى هذا الصدد، توظف جميع امكانات الويب لتدعيم المصلحة الاقتصادية للشركات التجارية والمنظمات الرأسمالية فى الدول المتقدمة، ومصلحة الحكومات فى الدول النامية بخاصة، حيث يستفيدون من فضاء ويب 1.0، عبر المواقع الإلكترونية، لتسويق المنتجات أو العلامة التجارية للمؤسسة، أو لتدعيم مكانة أو صورة معينة لها فى المجتمع، أو للتواصل وبناء الثقة. كما يستفيدون من فضاء ويب 2.0 و 5.0، عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، للتعرف بصورة تفصيلية على الخصائص الديموجرافية والاجتماعية والنفسية والعاطفية للمستخدمين بهدف تحقيق الصالح الخاص بأقصى كفاءة ممكنة، أو "ادارة العقول". وكذلك يستفيدون من فضاء ويب 3.0، عبر الألعاب الافتراضية، فى تحقيق أقصى ربح، والهاء "المواطن" عن ظروفه الحياتية المعقدة. كما تستفيد الشركات من تطبيقات الهواتف المتنقلة والذكية فى فضاء ويب 4.0 لتسويق منتجاتها ونشر اعلاناتها، حتى أن شكوى بعض المستخدمين من انتهاك تطبيق واتس آب للخصوصية قد تم معالجته فى الفترة الأخيرة، عبر تمكين المتصلين من اخفاء وقت وتاريخ دخولهم. وتستفيد كذلك الحكومات من تطبيقات الهواتف الذكية عبر تحمل بعض المؤسسات لمسئوليتها الاجتماعية ومخاطبتها للجماهير لحشدهم نحو المشاركة التنموية فى المجتمع على كافة المستويات، الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

ومن ثم، فإن المقولات المرتبطة بحرية المستخدمين وحرية فضاء الإنترنت يمكن تفنيدها فى ضوء استغلال كافة المعلومات المتاحة عن المستخدمين فى فضاءات الويب المختلفة لتحقيق مصلحة القائمين عليها، من منظور اقتصادى أو سياسى. ولذلك، أشارت بعض الدراسات إلى عدم وجود انفصال بين البنية التنظيمية للوسائل الجماهيرية التقليدية والوسائل التكنولوجية ، حيث يخضع المجالين لهيمنة وسيطرة المؤسسات الاقتصادية أو صناع القرار فى الهيئات السياسية، كما تتم محاولات إدارة العقول فى المجالين، وتخضع المواقع الإلكترونية والهواتف المتنقلة والصفحات الاجتماعية وكذلك الوسائل التقليدية للرقابة وحراس البوابات، وتغلق القنوات والصفحات الذاتية أو الخاصة بمجموعات على مواقع التوصل الاجتماعي.

وعلى الرغم من ذلك، تثق الباحثة فى "قدرات المواطن"، وترى أن "المستخدم"، فى سياق العلاقة بين نحن والآخر، يستطيع بما يمتلك من قدرات ابداعية وابتكارية أن "يستغل" فضاء الإنترنت وامكانيات الويب نحو تحقيق مصالحه الخاصة، وأن يحقق بصورة نشطة نوعا من "التأثير المرتد"، عبر توظيف كافة المعلومات التى يحصل عليها من مصادر متعددة لتنمية ذاته ومجتمعه، والقيام بأفعال على أرض الواقع، وبالطريقة التى يدركها "هو" والتى قد تختلف جذريا عن ادراك وطرق "الآخر".

ومن هنا، توصى الدراسة بأهمية تضمين مفهوم "المستخدم" فى أجندة بحوث الإعلام الجديد العربية، وتبنى التوجه البينى فى الدراسات العربية التى تجمع باحثين من تخصصات مختلفة، وكسر التبعية للنماذج الغربية، ومحاولة تطوير نظريات "ملائمة" لطبيعة البيئة العربية، وتوظيف الأدوات المنهجية التى تتناسب مع طبيعة المجال الرقمى للوصول لطرق تمثيل الظواهر المرتبطة بالإعلام الجديد لدى المستخدمين الافتراضيين "المتواجدين فعليا" على شبكة الإنترنت، وربطها بسياقاتهم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية مثل: الاستقصاء الإلكترونى، والتحليل الكيفى لخطابات وتغريدات وفيديوهات المستخدمين فى فضاءات الإنترنت المختلفة، والمقابلات أو المناقشات الجماعية الافتراضية عبر المنتديات أو المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي، والإتنوجرافيا الافتراضية المرتبطة بمعايشة المستخدمين الافتراضيين عبر منتديات النقاش أو بين المجموعات على "الفيس بوك" مثلا، والتركيز فى دراسة المستخدمين على التحليل السردى الكيفى Qualitative Narrative Analysis لتعليقاتهم فى المجال العام الرقمي، والانطلاق من مدخل الفنومنولوجى Phenomenology فى هذا السياق.

هوامش الدراسة:

الهوامش العربية:-

- ابراهيم سمير على، ٢٠١٠. استخدامات الشباب المصرى للمدونات الإلكترونية على الإنترنت: دراسة مسحية. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة عين شمس: كلية الآداب.
- أحمد فاروق رضوان، ٢٠١٢. "اعتماد الجمهور المصري علي وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد التاسع والثلاثون. ص ١٢٧-١٨٦.
- أحمد فلاح العموش، ٢٠٠٦. "واقع استخدام الشباب لمقاهي الإنترنت فى مجتمع الإمارات، دراسة ميدانية".". **وقائع ندوة ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب**. الإمارات العربية المتحدة: المنتدى الإسلامي، دائرة الثقافة والإعلام، جامعة الشارقة.
- أحمد يوسف فرغلي، ٢٠١٢. دور التقنيات الحديثة فى تحول الشباب الجامعي العربي من قراءة الصحافة المطبوعة إلى الإلكترونية. **رسالة ماجستير**. جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية.

- أسماء مسعد عبد المجيد، ٢٠١١. اعتماد الشباب المصرى على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت فى متابعة الأحداث المحلية: دراسة مسحية. رسالة ماجستير، غير منشورة. جامعة حلوان: كلية الآداب.
- أشرف جلال حسن، ٢٠١٢. دور الشبكات الإجتماعية فى تكوين الرأى العام فى المجتمع العربى نحو الثورات العربية: دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربى ف مصر، تونس، ليبيا، سوريا، اليمن. **المؤتمر العلمى الثامن عشر**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- أشرف جلال، ٢٠٠٩. أثر شبكات العلاقات الإجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الإجتماعية والإتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور فى ضوء مدخل الإعلام البديل. **مؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- إكرام سيد عبد الرازق، ٢٠١٣. "معالجة المدونات ومجموعات Facebook لحملتي الانتخابات البرلمانية والرئاسة المصرية: دراسة تحليلية مقارنة علي عينة من المدونات السياسية ومجموعات Facebook خلال عامي ٢٠١١-٢٠١٢". **رسالة ماجستير**، غير منشورة. كلية الإعلام: جامعة القاهرة.
- السيد بخيت، ٢٠٠٦. أخلاقيات العمل الإعلامى: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد السابع. العدد الأول. يناير – يونيو ٢٠٠٦. ص ٣٢٥ – ٤٠١.
- السيد بخيت، ٢٠٠٠. الإستخدامات المتخصصة للإنترنت لدى أساتذة الإتصال الجماهيرى. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد التاسع. أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٠.
- الشيماء العرب حسين، ٢٠١٤. "مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل الرأي العام نحو القضايا السياسية في مصر". **رسالة دكتوراه**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.
- أمانى السيد فهمى، ٢٠١١. الإعتماد على شبكات التواصل الإجتماعى خلال ثورة ٢٥ يناير: إتصال الأزمات فى مصر Social Network Dependency during the 25 of January Revolution: Crisis Comminication in Egypt. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السابع والثلاثون. ص ١-٤٢.
- أمانى عمر الحسينى، ٢٠١١. دور التليفزيون والإنترنت فى التنشئة السياسية لتلاميذ المرحلة الإعدادية فى المدارس الخاصة. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثامن والثلاثون. يوليو – ديسمبر ٢٠١١. ص ٤١-٨٦.
- أمل محمد أمين يوسف خطاب، ٢٠٠٧. دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة فى تطوير الأداء الصحفى: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية. **رسالة دكتوراه**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- أميرة النمر، ٢٠٠٧. اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام فى المعرفة بالقضايا المحلية العربية والدولية: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد الثامن. العدد الرابع. أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٧.
- أمين سعيد عبد الغنى، ٢٠٠٣. تأثير استخدام الإنترنت على القيم والإتجاهات الأخلاقية للشباب الجامعى. المؤتمر العلمى السنوى التاسع. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- انجى محمد سامى، ٢٠١١. العلاقة بين التعرض للمدونات وادراك الشباب المصرى لقضايا حقوق الإنسان. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- ايمان جمعة، ٢٠٠١. التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الإنتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعى المصرى: دراسة مقارنة فى اطار فرضية فجوة المعرفة. **المؤتمر العلمى السنوى السابع**. الجزء الأول.

- برلنت نزيه محمد، ٢٠٠٣. استخدام الشباب الجامعى للإنترنت وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض المفاهيم السلوكية. **مجلة البحوث الإعلامية**. القاهرة: جامعة الأزهر. العدد التاسع عشر.
- ثريا أحمد البدوى، ٢٠١٤. هل نجحت الجهود التسويقية للدبلوماسية العامة الرقمية الأمريكية فى فضاء الفيس بوك؟ دراسة تحليلية لمضمون رسائل المنظمات الأمريكية وتعليقات المستخدمين العرب فى سياق نماذج الأبعاد الثقافية والترميز وفك الترميز. بحث مقبول للنشر. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- ثريا أحمد البدوى، ٢٠١٠. الشبكات الإجتماعية وتعزيز مواطنة الأقليات النوبية فى مصر: رؤية اتنوجرافية افتراضية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد ٣٥. يناير – يونيو ٢٠١٠.
- جمال عبد العظيم أحمد، ٢٠٠٦. المتغيرات المؤثرة فى معدلات استخدام الإنترنت فى مملكة البحرين: دراسة ميدانية فى اطار نموذج الإستخدامات والإشباعات. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السادس والعشرون. يناير– مارس ٢٠٠٦. ص ٦٧–١٢٦.
- حنان أحمد سليم، ٢٠١٢. الإتجاهات الحديثة فى دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد التاسع والثلاثون. يناير – مارس ٢٠١٢. ص ٣٤٧–٤٥٥.
- حنان أحمد سليم، ٢٠١١. أثر مقاطع يوتيوب على تشكيل معارف وانجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثامن والثلاثون. يوليو– ديسمبر ٢٠١١. ص ٢٦٣–٣١٦.
- خالد أحمد عبد الجواد، ٢٠٠٦. علاقة الصفوة بالحاسب الآلى واستخدام الإنترنت. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السادس والعشرون. يناير– مارس ٢٠٠٦. ص ١٨٧–٢٤٠.
- خيرت عياد، ٢٠٠٩. استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال فى حملات التسويق السياسى: دراسة لحملة انتخابات الرئاسة الأمريكية ٢٠٠٨. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثالث والثلاثون. يناير – يونيو ٢٠٠٩. ص ٩٧–١٢٢.
- خيرت عياد، ٢٠٠٤. اتجاهات ممارسى العلاقات العامة نحو استخدام الإنترنت كوسيلة اتصالية: دراسة على المؤسسات الإنتاجية والخدمية بمملكة البحرين. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد السابع. العدد الأول. يناير – يونيو ٢٠٠٤. ص ١–٣٩.
- داليا محمد عبد الله، " اتجاهات الجمهور نحو الإعلانات عبر الهاتف المحمول"، **المؤتمر العلمى لكلية الإعلام الخامس عشر تحت عنوان " الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية: الواقع والتحديات"**، ٧ – ٩ يوليو ٢٠٠٩ ، ص: ٢١٣ – ٢٤٦.
- دينا فاروق أبو زيد، ٢٠١٠. تبنى أطفال المرحلة الإبتدائية فى مصر للهاتف المحمول. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. ع: ٣٥، يناير – يونيه ٢٠١٠، ص: ١١٣– ١٩٩.
- ريم اسماعيل عبود، ٢٠٠٤. استخدامات طالبات الجامعة فى مصر وسوريا لشبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- سامى عبد الرؤوف طايع، ٢٠٠٠. استخدام الإنترنت فى العالم العربى: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربى. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد الأول. العدد الرابع. أكتوبر– ديسمبر ٢٠٠٠. ص ٣٣–٦٨.
- سعيد محمد الغريب، ٢٠٠٤. دوافع تعرض الشباب الجامعى البحرينى للإنترنت والإشباعات المتحققة. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثالث والعشرون، يوليو – ديسمبر ٢٠٠٤.

- سلوى سليمان، ٢٠١٠. تسويق الماركات والمنتجات عبر الألعاب الإلكترونية Advergaming: دراسة تطبيقية على عينة من الأطفال و الشباب المصرى. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السادس والثلاثون. ص ٤٢٣-٤٦٥.

- سلوى محمد يحى العوادلى، ٢٠٠٢. التسويق الإلكترونى فى مصر: دراسة ميدانية على عينة من الشركات متعددة الجنسية العاملة فى مصر. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السابع عشر. أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٢. ص ٥٣-١١٤.

- سماح محمد محمدى ،٢٠١٢. اعتماد الشباب الجامعى على موقع التواصل الاجتماعى (فيسبوك) أثناء الانتخابات المصرية . **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.عدد: ٤٠، ص ١١٩-١٦٩.

- سهير عثمان عبد الحليم، ٢٠٠٦. علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب: دراسة تحليلية ميدانية. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

- شريف درويش اللبان، ٢٠٠٦. الاتجاهات العالمية الحديثة فى بحوث تصميم مواقع الصحف الإلكترونية على شبكة الويب. **مؤتمر صحافة الإنترنت فى العالم العربي، الواقع والتحديات**. جامعة الشارقة: كلية الاتصال. ص. ١٥٤-١٧٦.

- شريف درويش اللبان، ٢٠٠٠. حرية التعبير والرقابة فى الوسائل الإعلامية الجديدة: دراسة تحليلية مقارنة للتشريعات المنظمة للإنترنت فى الولايات المتحدة الأمريكية والدول العربية. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد الثالث. العدد الأول. يناير – مارس ٢٠٠٠. ص ١٣١-٢٢٩.

- شريف درويش اللبان، ٢٠٠٠. "الاتجاهات العالمية الحديثة فى استخدامات الوسائل الإلكترونية فى الإخلراج الصحفى. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السابع
- شيرين علي موسي، ٢٠١٣. "أساليب تصميم المحتوي الخبري علي شبكة الانترنت وعلاقتها بمصداقية المواقع الإخبارية".**رسالة دكتوراه**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.
- شيماء ذو الفقار، ٢٠١٢. استخدام موقع التدوين المصغر(تويتر) فى تغطية الإنتخابات التشريعية ٢٠١٠. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

- شيماء ذو الفقار حامد زغيب، ٢٠١١. "**دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبل ثورة ٢٥ يناير**". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، المجلد العاشر، ص.ص ٣٢٧-٣٩٨.

- صالح سليمان، ٢٠٠٦. الإنترنت ولغة حجرات الدردشة، دراسة حالة لاستخدامات اللغة العربية فى برنامج البال توك". **وقائع ندوة ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب**. الإمارات العربية المتحدة: المنتدى الإسلامى، دائرة الثقافة والإعلام، جامعة الشارقة. ص ٢٥٥-٣١٣.

- صفا محمود عثمان، " إدراك الجمهور والقائم بالاتصال للخدمة الإعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثالث والثلاثون (يناير – يونيه) ،كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩، ص: ١٨٧- ٢٣٨.
- عادل عبد الرازق ضيف، ٢٠٠٢. تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء الإعلاميات فى مصر. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الرابع عشر. يناير – مارس ٢٠٠٢.
- عايدة السخاوى، ٢٠١٢. إعلام الثورة المصرية من الفضاء الإفتراضى إلى الواقعية فى الشارع: دراسة حالة. **المؤتمر العلمى الأول**. القاهرة: جامعة الأهرام الكندية.

- عبد الكريم صالح باحاج، ٢٠١٣. استخدام الشباب العربى لمواقع التواصل الإجتماعى. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
- عبير محمد حمدى، ٢٠٠١. دور الإنترنت والراديو والتليفزيون فى امداد الجمهور المصرى بالمعلومات. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- عبيد بن سعيد، ٢٠١٢. الإستخدامات والإشباعات المتحققة من استخدام الشباب فى سلطنة عمان للهاتف المحمول. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد الحادى عشر. العدد الثانى. أبريل – يونيه ٢٠١٢. ص: ٤١٥– ٤٤٨.
- عربى عبد العزيز الطوخى، ٢٠٠٨. دوافع تعرض تلاميذ الإعدادى للمواد التعليمية والإثرائية من شبكة الإنترنت. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الواحد والثلاثون. يوليو – سبتمبر ٢٠٠٨.
- عربى عبد العزيز الطوخى، ٢٠٠٢. دوافع استخدام الأطفال لشبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد الثالث. العدد الرابع.، أكتوبر ديسمبر ٢٠٠٢. ص ١٦٢–٢٠٦.
- عزة عبد العزيز عبد اللاه عثمان، ٢٠١١. العوامل المؤثرة فى تعامل الفتاة العربية مع الإنترنت: دراسة سوسيو اعلامية مقارنة بين الفتيات المصريات والسعوديات. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السابع والثلاثون. يناير – يونيو ٢٠١١. ص ٧٥–١٢٠.
- عمرو حسن إبراهيم، ٢٠١٤. "تعرض الشباب لمحتوي التثقيف الجنسي علي الصحف الإلكترونية والإشباعات المتحققة: بالتطبيق علي موقع بص وطل".**رسالة ماجستير**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.
- عيسى سالم الجلاف، ٢٠٠٦. ثقافة الإنترنت وأثرها فى الشباب. **وقائع ندوة ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب**. الإمارات العربية المتحدة: المنتدى الإسلامى، دائرة الثقافة والإعلام، جامعة الشارقة. ص ٩١–١٠٥.
- فاطمة الزهراء محمد أحمد السيد، ٢٠٠٧. تأثير استخدام شبكة الإنترنت على المنتج الصحفى. **رسالة دكتوراه**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- فاطمة فايز عبده قطب، ٢٠١١. علاقة التعرض للمواقع الإلكترونية الشبابية والمنتديات بترتيب الشباب لأولويات قضاياهم. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- فوزية عبد الله آل على، ٢٠٠٩. الآثار الإجتماعية والنفسية على الشباب فى دولة الإمارات: دراسة ميدانية على طلاب جامعة الشارقة. **المؤتمر الدولى الأول لجامعة البحرين**. البحرين: جامعة البحرين.
- ماجد سالم تربان، ٢٠١٠. استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحف المطبوعة والإلكترونية والإشباعات المتحققة. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الخامس والثلاثون. يناير – يوليو ٢٠١٠. ص ٢٠١– ٢٧٢.
- ماريان مراد، ٢٠١٣. استخدام الجمهور المصرى للتليفون المحمول وعلاقته بالتفاعل الاجتماعى، **رسالة ماجستير، غير منشورة**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- محمد رضا محمد حبيب، ٢٠١٣. معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور. **رسالة دكتوراه**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- محمد سعد أحمد ابراهيم، ٢٠٠٣. التشهير على الإنترنت وإشكاليات التنظيم القانونى لحرية التعبير: دراسة مقارنة للتشريعات الأمريكية والبريطانية والاسترالية والكندية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد التاسع عشر. ابريل – يونيو ٢٠٠٣. ص ١–١١٤.
- محمد سعد الدين الشربينى، ٢٠٠٩. دور الإنترنت فى اكساب الشباب بعض السلوكيات السلبية التى تتعارض مع القيم الأسرية: دراسة ميدانية. **مؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

- محمد عبد الحميد، ٢٠٠٧. **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**. القاهرة: عالم الكتب.

- محمد عايش، محمد قيراط، ٢٠٠٦. استخدامات وإشباعات الإنترنت: دراسة ميدانية تحليلية لشباب الإمارات العربية المتحدة". **وقائع ندوة ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب**. الإمارات العربية المتحدة: المنتدى الإسلامي، دائرة الثقافة والإعلام، جامعة الشارقة. ص ٥٠-٨٤.

- محمد محمد عبده بكير، ٢٠٠٦. علاقة وسائل الإتصال الحديثة بالإغتراب الإجتماعى للشباب المصرى: دراسة ميدانية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السادس والعشرون. يناير – مارس ٢٠٠٦. ص ٢٤١-٢٨٦.

- محمود أحمد مزيد، ٢٠٠٥. اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو شبكة الإنترنت. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الأول. يناير-يونيو ٢٠٠٥.

- محمود حمدى عبد القوى، ٢٠٠٩. دور الإعلام البديل فى تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الإجتماعية الإفتراضية. **المؤتمر العلمى الخامس عشر**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

- محمود يوسف محمد السماسيرى، ٢٠١١. استخدامات الشباب الجامعى الأردنى للمواقع الإجتماعية على الإنترنت وتأثيراتها: الفيس بوك نموذجا. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثامن والثلاثون. يوليو- ديسمبر ٢٠١١. ص ٢٠٧-٢٦٢.

- مريم محمد آل على، ٢٠٠٦. الآثار الاجتماعية لاستخدام الإنترنت لدى الشباب فى الإمارات. **وقائع ندوة ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب**. الإمارات العربية المتحدة: المنتدى الإسلامى، دائرة الثقافة والإعلام، جامعة الشارقة. ص ١٠٨-١٣٨.

- معين صالح يحيي تميمي، ٢٠١٢. "**دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبل ثورة ٢٥ يناير**". رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- منال أبو الحسن، ٢٠٠٧. دور شبكة الإنترنت فى دعم الحوار الأسرى. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السابع والعشرون. يوليو – سبتمبر ٢٠٠٧. ص ٤٢٣- ٥٠٣.
- منال عبده محمد منصور، ٢٠١١.التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعلموقع الفيس بوك. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السابع والثلاثون. يناير – يونيو ٢٠١١. ص ١٧٥-٢٢٨.
- مها السيد بهنسي، ٢٠١٢. "**المدونات السياسية وعلاقتها بالفعالية السياسية للمدونين**". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- مها عبد المجيد صلاح، ٢٠٠٤. استخدامات الجمهور المصرى للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- مهيتاب ماهر محمود كامل الرافعي، ٢٠١٤. **استخدامات النخبة المصرية لشبكةالإنترنت واتجاهاتهم نحو مصداقيتها: دراسة ميدانية تحليلية**. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- مى الخاجة، ٢٠٠٧. استخدام شبكات المعلومات "الإنترنت" فى مجال العلاقات العامة: دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الإماراتية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد السابع والعشرون. يوليو – سبتمبر ٢٠٠٧. ص ٣١٧-٣٩٤.

- نجوى عبد السلام فهمى، ٢٠٠١. التفاعلية فى المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد الثانى. العدد الرابع. أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠١. ص ٢٢١-٢٦٩.

- نشأت الأقطش، ٢٠٠٦. "أثر الإعلان فى صحافة الإنترنت على سلوك المستهلكين الفلسطينيين الشبان. **مؤتمر صحافة الإنترنت فى العالم العربي، الواقع والتحديات**. جامعة الشارقة: كلية الاتصال. ص ١٩٥-٢٠٨.

- هبة الله بهجت السمرى، ٢٠٠٢. إستخدام الأطفال للإنترنت: العلاقة التفاعلية بين الآباء والأبناء. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثامن عشر. يناير – مارس ٢٠٠٢.
- هبة شاهين، ٢٠٠٦. اعتماد الشباب الجامعى على المواقع الإذاعية والتليفزيونية الإلكترونية للحصول على المعلومات السياسية. **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. المجلد السابع. العدد الأول. يناير–يونيو ٢٠٠٦. ص ١٨١-٢٤٥.
- هبة مرسي، ٢٠١٢. استراتيجيات الاتصال فى العلاقات العامة الدولية، دراسة على الموقع الإلكترونى للشركات الأمريكية الموجهة للجمهور المصرى. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- همت حسن عبد المجيد، ٢٠٠٧. الإنترنت وعلاقته بادراك المراهقين للمخاطر الصحية فى اطار نظرية تأثير الشخص الثالث. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثامن والعشرون. أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٧.
- هنا نحاس، ٢٠٠٦. الأثر الثقافي والاجتماعي لشبكة الإنترنت على الشباب فى سوريا: دراسة مقاهي الإنترنت. **وقائع ندوة ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب**. الإمارات العربية المتحدة: المنتدى الإسلامى، دائرة الثقافة والإعلام، جامعة الشارقة. ص ٢٤١-٢٥١.

- وائل اسماعيل عبد البارى، ٢٠١٢. مناهج وأدوات بحوث الإعلام الجديد: دراسة تحليلية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الواحد والأربعون. يوليو – سبتمبر ٢٠١٢. ص ٨٧-١١٩.
- وسام محمد أحمد حسن، ٢٠١٣. "تصميم الوسائط المتعددة وتوظيفها في الصحافة الإلكترونية العربية وعلاقتها بجذب المستخدمين: دراسة تحليلية ميدانية".**رسالة ماجستير**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.
- ولاء مسعد اسماعيل، ٢٠١١. المجتمع الإفتراضى والهوية. **رسالة ماجستير**، غير منشورة. جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- وليد فتح الله بركات، ٢٠٠٤. استخدامات الشباب الكويتى لشبكة الإنترنت والإشباعات التى تحققها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. جامعة القاهرة: كلية الإعلام. العدد الثالث والعشرون، يوليو – ديسمبر ٢٠٠٤.

الهوامش الأجنبية:-

- Bardzell, Jeffrey, 2008. New Media Theory Primer. ***http://www.allectomedia.com/blog/***
- Baxter, Gavin James, and Thomas M. Connolly.2014. Implementing Web 2.0 tools in organizations: feasibility of a systematic approach. The Learning Organization, 21(1), pp. 6-25. ***http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17103387***
- Bermejo, Fernando, 2009. "Audience Manufacture in Historical Perspective: from Broadcasting to Google". New Media& Society, Vol 11. p. 133-154. ***http:// nms.sagepub.com*** Bermejo, Fernando, 2007. The Internet Audience, Constitution and Measurement. New York: Peter Lang Publishing. New Media& Society, vol.10, p. 666-668. ***http:// nms.sagepub.com***
- Boekkooi, Marije. 2010. Virtual Mobilization and Real Life Participation: How New Media Change Social Movements. Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association Annual Meeting, Hilton Atlanta and Atlanta Marriott Marquis, Atlanta. ***http://citation.allacademic.com/meta/p409950_index.html***
- Branham, May, 2009. The New Public Sphere. ***www.csg.org/pubs/statnewa/focus_oublicsphere.aspx***

- Campbell, Alex, 2006. The search for authenticity: An exploration of an online skinhead newsgroup. Vol.8, p.269-293. ***http:// nms.sagepub.com***
- Champagne, Patrick, 2008. Internet, les transformations de l espace médiatique et de l'information. ***http://www.acrimed.org/article2879.html***
- Chan-Olmsted, Sylvia M., Chang Byeng-Hee, 2006. Audience Knowledge, perceptions and factors affecting the adoption intent of terrestrial digital television. New Media &Society. Vol. 8. P. 773-800. ***http://nms.sagepub.com***
- Chewning, Lisa, Marya Doerfel, 2009. Establishing a Foundation for Transitional Networks: Building the case for an Alternative Network Form. Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association. Mariott. Chicago. ***http://www.allacademic.com/meta/p297986_index.html***
- Chomsky, Noam, Mcchesney, Robert W. 2000. ***Propagande, medias et democratie.*** Montreal: Editions Ecosociete.
- Coleman, Renita, and others, 2008. Public life and the Internet: if you build a better website, well citizens become engaged. New Media & Society.Vol.10, N.2. p.179-201 ***http://mcs.sagepub.com***
- Couch, Danielle, Pranee Liamputtong, 2008. Online Dating and Mating: The use of the Internet to Meat Sexual Partners. Qualitative Health Research. Vol.18 p. 268-279. ***http://www.qhr.sagepub.com***
- Dewdney, Andrew, Peter Ride, 2004***. The New Media Handbook.*** New York: Routledge.
- Domminick, Joseph R, 2009***. The Dynamics of Mass Communication Media in the Digital Age***. Tenth Edition. New York: M cGraw Hill Higher Education.
- Fenton, Natalie, 2008. Mediating hope: New Media, Politica & Resistance. International Journal of Cultural Studies. Vol.11. P. 230-248. ***http://ics.sagepub.com***
- Gane, Nicholas, David Beer, 2008. ***New Media, The Key Concepts***. First Edition. New York: Berg Oxford.
- Garcia, Angela Cora and others, 2009. Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. Journal of contemporary ethnographic. *Vol. 38, N.1, 52-84.* ***http:// nms.sagepub.com***
- Guidry, Jeanine. 2013. A Tale of Many Tweets: How Stakeholders Respond to Nonprofit Organizations' Tweets. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Hotel, Washington. ***http://citation.allacademic.com/meta/p671191_index.html***
- Habermas, Jurgen, 1978. ***L'espace public, archeologie de la publicite comme dimension constitutive de la societe bourgeoise.*** Paris: Payot.
- Hall, Alice, 2009. College Students Motives for Using Social Network Sites and their Relationships to Users Personality Traits. Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association.Mariott. Chicago**.** ***http://www.allacademic.com/meta/p299397_index.html***
- Hamman, Robin, 1997. "The Application of Ethnographic Methodology in the study of Cybersex". ***http://www.cybersocilogy.com***
- Hardy, Bruce, Dietram Scheufele, 2009. The Differential Gains of Internet Use: Examining the Implications of Non-Interactive and Interactive Web Use on Participatory Behavior. Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association. New Orleans Sheraton. LA. ***http://www.allacademic.com/meta/p112972_index.html***
- Harisson, Teresa M., Brea Barthel. 2009.Wielding new media in Web 2.0: exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. New media & society. Vol.11. P.155-178. ***http://nms.sagepub.com***
- He, Zhou, Jian-Hua Zhu, 2002. The Ecology of Online Newspapers:The Case of China. Media Culture & Society.P.121-137 Vol.24. ***http://mcs.sagepub.com***

- Jensen, Klauss Brehn, 2010. Media Convergence the Three Degrees of Network, Mass and Interpersonnal. First edition. New York: Routledge.
- Jones, Rodney H.,2005."you show me yours, I will show you mine": The negotiation of shifts from textual to visual modes in computer- mediated interaction among gay men. Visual Communication. Vol. 4, p. 69-92. ***http://vcj.sagepub.com***
- Kambil, Ajib. 2008. What is your web 5.0 strategy? Journal of Business Strategy,29(6),pp.56-58. ***http://www.emeraldinsight.com.dlib.eul.edu.eg/journals.htm?issn=0275-6668&volume=29&issue=6&articleid=1751796&show=pdf***
- Kenski, Kate, Natalie Jomini Stroud, 2010. Connections between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge and Participation. ***http://www.mendeley.com/research/connections-between-internet- use- and- political- efficacy- knowledge- and- participation/***
- Lampe, Cliff et al., 2010. Motivations to Participate in Online Communities. ***http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1753616***
- Lasica, J.D., 2003. What is Participatory Journalism? OJR. ***http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php***
- Leblanc, Charline, 2009. "Les forums de discussions en ligne: Espace privilégie d échanges et processus d émergence des représentations sociales***". Actes du colloque international, Nouveaux Medias: Nouvelles Technologies pour un Nouveau Monde.*** P.165-187. Bahreïn: Université de Bahreïn.
- Les Jeunes d Internet, 2003. Représentations, Usages et Appropriations, Synthèse. ***http://www.clemi.org/fichier/plug_download/7448/download_fichier_fr_ji_international.pdf***
- Les nouveaux medias, 2008. ***http://www.melissa.ens-cachan.fr/article.php3?id article=1244***
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, 2005. ***Theories of Human Communication.*** Eight edition. Thomson&Worldsworth.
- Mansour, Essam. 2012***, Op.cit***
- Mcllelland, Mark.2002 Virtual Ethnography: Using the Internet to study Gay Culture in Japan, Vol.5, p. 387-406. ***http://sexualities.sagepub.com***
- Mohsenian-Rad, Mehdi, 2008. Audience Phantasm: Globalization and the Era Of after Global Village. Conference Globalization and Mass Media in the Middle East. Oman: Sultan Quabous University.
- O Reilly, Tim, 2006. Why has Microsoft Abandoned the Power User? ***http://radar.oreilly.com/2006/10why-has-microsoft-abandoned-th.html***
- Parmelee, John.2013. The Agenda-Building Function of Political Tweets. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England. ***http://citation.allacademic.com/meta/p633321_index.html***
- Paxson, Peyton, 2010. Mass Communication and Media Studies an introduction. New York: The Continuum International Publishing Group Inc.
- Points clés du séminaire IREP, 2008. Nouveaux usages des Medias: Mythes ou réalités? ***http://www.opca-cgm.fr/fichiers/338seminaire Medias irep 2008-pointscles.pdf***
- Proulx, Serge, 2001. Usages des Technologies d information et de la communication, Reconsidérer le champ et l'étude. ***Actes du XII congres national des sciences de l information et de la communication***, UNESCO, Paris.
- Roessler, Patrick. and Legrand, Marie. 2012, ***Op.cit-***
- Saint-Amand, Magali, Gilles Pronovost. 2001. Usages et Usagers d Internet. L etat des lieux. ***http://www.u.grenobles3fr/les-enjeux/2001pronovost-saint-armand/index.html***
- Schafergross, Lyynne, 2010. ***Electronic Media an Introduction.*** Tentth Edition. New York: Mc Graw Hill.
- Selvan Alain, 2004. Medias traditionnels, Nouveaux Medias. Séminaire des décideurs medias. ***http://www.ddm.gouv.fr/IMG/pdf/rabat251004.pdf***

- Shi, Song. 2010. Web2.0 Use among Chinese Civil Society Organizations. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre,SuntecCity,Singapore. ***http://citation.allacademic.com/meta/p403853_index.html***
- Teo, J-en., Seng, Seraphina. and Fu, Wayne. 2009. Network Effect in Adoption and Use of Online Social Network Sites: The Case of Facebook.Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Sheraton Boston, Boston**.** ***http://citation.allacademic.com/meta/p375655_index.html***
- Toma, Catalina. and Hancock, Jeff. 2011. Affirming the Self Online: Motives and Benefits of Facebook Use.Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston. ***http://citation.allacademic.com/meta/p489479_index.html***
- Van Allen, Philip, 2004. Thinking about Interaction Design for Online News Delivery. Online Journalism Review. ***http://ojr.org/ojr/technology/1088538463***
- Van Audenhove, Leo, and Louis Fourie, 2014 .**From Digital Divide to Digital Inclusion.** Dynamics of Building a Better Society, University of the Western Cape, pp. 145-162. ***http://www.scholarships.vliruos.be/media/6134346/dynamics_of_building_a_better_society.pdf***
- Van Djick, Jose, 2009. Users like you? Theorizing agency in user-generated content. Media Culture & Society. Vol 31. P.41-58. ***http://mcs.sagepub.com***
- Wei, Ran, 2006. Lifestyles and New Media: adoption of use of wireless communication technologies in China. New Media &Society. Vol.8. P. 991-1008. ***http:// nms.sagepub.com***
- Wessels, Bridgette, 2010. ***Understanding the Internet, a Socio-Cultural Pespective***. First Edition. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Yee, Nick, 2006. The Demographics and Derived Experiences of Users of Massively Multi-User Online Graphical Environment. ***http://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/pres.15.3.309***
- Zouari, Khaled, 2008. La presse en ligne: vers un nouveau media. Les enjeux de l information et de la communication. Retrieved on 9/4/2009. ***http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2007***

Development of Concept of the User in the Digital Public Sphere

Prof. Dr. Souraya El Badaoui
sourayaelbadaoui2006@hotmail.com
Professor of Public Relations
Cairo University

Abstract

The research problem in this study represents in locating "the user" in the digital public sphere, as the study aimed to analyze pattern of theoretical and methodological treatment of role of the user in the Arab and foreign scientific literature.

The study used approach Meta Analysis. Thus; it analyzed published researches and studies about the new media in the Arabic and foreign language. Accordingly, the study was applied on a sample of Arab and foreign research and studies of new media, published from 2000 to 2014.

The study recommended including concept of "the user" in the agenda of Arab new media researches, to adopt interface orientation in Arab studies which had included researchers from different areas, to break dependence of Western models, and to try to develop "appropriate" theories to nature of the Arab environment ...etc.

The study also recommended focusing - in studying of the users - on the Qualitative Narrative Analysis, for their comments in the digital public sphere, and starting from Phenomenology approach in this context.

Copyright © EPRA 2017

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications
Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jprr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 $.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 $ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 $ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 $ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 $ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 $US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. $ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 $ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.
And also to the Association email: jprr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg, chairman@epra.org.eg, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ،after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- The first academic refereed & specialized Journal in the Arab world & the Middle East, as well as the First Arab Scientific journal in that specialty (the media) got the Arab Impact Factor coefficient effect = 1.33 with 100% in 2016 report from the American Foundation NSP " Natural sciences Publishing," sponsored by Association of Arab universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.

Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)
Scientific Refereed Journal

- Fourteenth issue - Fourth Year - January/ March 2017 -

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa
Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad
Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef
Professor of Public Relations & former Vice Dean Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof.Dr. Rizk Abd Elmoaty
Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi
Assistant Professor & Head of Public Relations Dep.
College of Mass Communication - Al Ghurair University

Dr. Mohammed Al-Aamri
Assistant Professor & Head of Public Relations & Advertising Department
College of Mass Communication - Baghdad University

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman
Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Sabry Solaiman

Address
Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street
Mobile: +201141514157
Tel : +2237620818
www.epra.org.eg
jprr@epra.org.eg

Scientific Board **
JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)
Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)
Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)
Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)
Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)
Professor of Radio & Televosion at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)
Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)
Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)
Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)
Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)
Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)
Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)
Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)
Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)
professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)
Media professor and dean of the Faculty of Al-Alsun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)
Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)
Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)
Professor of Radio & Televosion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)
Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)
Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal of PR Research Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Fourth year - Fourteenth issue - January / March 2017
Arab Impact Factor 2016 = 1.33

English Researches:

- ***Associate Professor Dr. Ibrahim Mostafa Saleh***- Nile University - Egypt
  Analytical Study about the Repercussions of the Communication Crises Management in the Middle East: Navigation in Uncharted Water 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Abdin A. Sharif** - Zaytuna University- Libya
  The Trends of the Libyan Academic and Media Elites toward the Eyewitness as a Reporter: A Field Study 31
- **Prof. Dr. Souraya El Badaoui** – Cairo University
  Development of Concept of the User in the Digital Public Sphere 32
- **Dr. Intisar Obaidi** - Fujairah College in UAE
  Public relation strategies in management of tourism crisis 33
- **Dr. Labiba Abdel Naby Ibrahim** - *Helwan* University
  Egyptian public opinion attitudes towards EU Situation regarding Syrian refugees crisis: An applied study on Facebook 34
- **Dr. Suhad Adil Jasim** - Mustansiriya University
  Public Relations strategy in Iraqi universities: An evaluation study of Public Relations Departments in both Universities (Baghdad and Technology) As a Model 35
- **Dr. Mohammed Fouad Zied** – Menofia university
  The Public exposure to satirical political implications provided by the media and its relationship to their political discontent 36
- **Khalid Faisal Al-Firm** - Imam Mohammad bin Saud Islamic University
  The use of Social Media in Health Awareness about Coronavirus Disease: An Applied Study on the Medical Cities and the Government Hospitals in Riyadh, Saudi Arabia 37

(ISSN 2314-8721)
Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
Copyright 2017@EPRA
www.epra.org.eg