



وحدة النشر العلمي

بحوث

مجلة علمية محكمة

العلوم الإنسانية والاجتماعية

العدد 9 سبتمبر 2021 - الجزء 1

ISSN 2735-4822 (Online) \ ISSN 2735-4814 (print)

مجلة "بحوث" دورية علمية محكمة، تصدر عن كلية البنات للآداب والعلوم والتربية بجامعة عين شمس حيث تعنى بنشر الإنتاج العلمي المتميز للباحثين.

مجالات النشر: اللغات وآدابها (اللغة العربية - اللغة الإنجليزية - اللغة الفرنسية-اللغة الألمانية-اللغات الشرقية) العلوم الاجتماعية والإنسانية (علم الاجتماع - علم النفس - الفلسفة - التاريخ - الجغرافيا). العلوم التربوية (أصول التربية - المناهج وطرق التدريس-علم النفس التعليمي - تكنولوجيا التعليم -تربية الطفل)

التواصل عبر الإيميل الرسمي للمجلة:

buhuth.journals@women.asu.edu.eg

يتم استقبال الأبحاث الجديدة عبر الموقع الإلكتروني للمجلة:

[/https://buhuth.journals.ekb.eg](https://buhuth.journals.ekb.eg)

❖ حصول المجلة على 7 درجات (أعلى درجة في تقييم المجلس الأعلى للجامعات قطاع الدراسات التربوية).

❖ حصول المجلة على 7 درجات (أعلى درجة في تقييم المجلس الأعلى للجامعات قطاع الدراسات الأدبية).

تم فهرسة المجلة وتصنيفها في:
دار المنظومة- شمعة

رئيس التحرير

أ.د/ أميرة أحمد يوسف

أستاذ النحو والصرف-قسم اللغة العربية
عميد كلية البنات للآداب والعلوم والتربية
جامعة عين شمس

نائب رئيس التحرير

أ.د/ حنان مجد الشاعر

أستاذ تكنولوجيا التعليم-قسم تكنولوجيا التعليم
والمعلومات
وكيل كلية البنات للدراسات العليا والبحوث
جامعة عين شمس

مدير التحرير

د. أسماء كمال عبدالوهاب عابدين

مدرس علم النفس
كلية البنات جامعة عين شمس

مسئول الرفع الإلكتروني:

م.م/ نجوى عزام أحمد فهمي

مدرس مساعد تكنولوجيا التعليم

سكرتارية التحرير:

م.م/ علياء حجازي

مدرس مساعد علم الاجتماع

مسئول التنسيق:

م/ دعاء فرج غريب عبد الباقي

معيدة تكنولوجيا التعليم



القيم الاجتماعية كما تعكسها صفحات قادة الرأي في مجالي الفن والرياضة على موقع الفيس بوك (دراسة تحليلية)

سارة عبدالستار كراميد حميدة
باحثة ماجستير- قسم علم الاجتماع
كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر
Sara_30-11@yahoo.com

أ.د| وائل اسماعيل عبدالباري
كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر
wailbarry@gmail.com

أ.د| اعتماد محمد علام
كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر
drallam960@yahoo.com

المستخلص:

تهدف الورقة البحثية إلى محاولة التعرف على أهم القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد المنشورة على صفحات قادة الرأي المصريين في المجالين الفني والرياضي على موقع الفيس بوك، وقد اعتمدت الورقة على صحيفة تحليل المضمون لتحليل المواد المنشورة على عدد من صفحات قادة الرأي وهي الصفحات الرسمية لكل من: (الفنان محمد صبحي، والفنان أحمد حلمي؛ اللاعب محمد صلاح، واللاعب محمد أبو تر يكة)؛ وذلك في الفترة الزمنية من شهر يناير 2021 وحتى شهر يونيو 2021. ووقع اختيار الباحثة على هذه الصفحات بناءً على دراسة استطلاعية أجرتها من خلال الاستعانة بموقع (www.socialbakers.com) إلى جانب طرح سؤال على مجموعة من الأفراد المتابعين لموقع الفيس بوك، وذلك لتحديد أكثر الشخصيات التي نالت نسبة متابعة على موقع الفيس بوك في المجالين المذكورين. وقد انطلقت الدراسة من قضايا نظريتي المجال العام وثرء الوسيلة كإطار نظري لها. وكشفت الورقة عن عدد من النتائج، منها:

- 1- في المجال الفني اهتم الفنان محمد صبحي بدعم القيم بصفة عامة عن طريق نشر مواد متضمنة لعدد من القيم المختلفة، وتنوعت القيم المتضمنة على الصفحة، وجاء أغلبها بصورة ضمنية؛ بينما القليل منها جاء بصورة صريحة، وكان من أهمها قيم: الرحمة، والمشاركة المجتمعية، والترابط الأسري، وغيرها. في حين حرص الفنان أحمد حلمي على تقديم مواد متنوعة أغلبها بهدف إثارة جو من المرح والفكاهة أكثر من دعم القيم الأصلية. وتنوعت القيم ما بين قيم: المشاركة المجتمعية، وحب الوطن، وغيرها؛ وظهرت كلها بصورة ضمنية من خلال النص المقدم أو الصور والفيديوهات.
- 2- في المجال الرياضي تميزت صفحة اللاعب محمد أبو تريكة بسعيها لدعم القيم الأصلية عن صفحة اللاعب محمد صلاح، حيث جاءت في صفحة الأول بنسبة 74,1% بينما جاءت في صفحة الثاني بنسبة 66,7%، وجاءت كلها بصورة ضمنية على كلا الصفحتين، وظهرت على صفحة اللاعب محمد أبو تريكة القيم المغلفة بإطار ديني؛ بينما تميزت على صفحة اللاعب محمد صلاح بالسمات الاحترافية المتمثلة في دعم قيم النجاح والإنجاز.

الكلمات الدالة: القيم الاجتماعية ، قادة الرأي ، الفيس بوك.

المقدمة:

كان لوسائل الإعلام تأثير كبير وفعال على الجماهير خلال عقدي العشرينيات والثلاثينيات من القرن الماضي نتيجة للانتشار الكبير للصحف والراديو والسينما في هذه الفترة، كما أوضحت ذلك الفروض العلمية لنظرية الرصاصة السحرية التي أفرزتها نظرية المجتمع الجماهيري في علم الاجتماع، ونظرية المنبه والاستجابة في علم النفس، حيث أكدوا أن وسائل الإعلام تطلق رسائلها على الجمهور فتحدث التأثير المطلوب في جميع الأفراد دون استثناء.

ثم شهدت فترة الأربعينيات ظهور التدفق الإعلامي على مرحلتين في الولايات المتحدة، ومعه بدأت الرسالة تمر على قادة الرأي قبل وصولها إلى الجمهور، ثم تمر من قادة الرأي إلى الأفراد العاديين الأقل نشاطاً في المجتمع، وفي أواخر الستينيات وأوائل السبعينيات حدث تحول جديد في بحوث الإعلام قاد إلى ظهور مرحلة جديدة عرفت بالتأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام، وبدأت تظهر معها دراسات ترتيب الأولويات للموضوعات التي تناقشها وسائل الإعلام، ومدى اهتمام الجمهور بهذه الموضوعات.

أما في الثمانينيات فقد بدأت الدراسات تتجه نحو الدور الذي يؤديه الاتصال الشخصي داخل المجتمع ممثلاً في قادة الرأي، وكانت أولى الدراسات المتاحة دراسة (محمود يوسف، 1987)، وقد استمرت الدراسات على هذا النحو في التسعينيات رغم ظهور الإنترنت؛ لأن استخدامه كان قاصراً على فئات محددة. ومع بداية القرن الحادي والعشرين أصبح الإنترنت أكثر انتشاراً، وهو ما أدى إلى اختفاء بعض الفئات من قادة الرأي التقليديين وظهور فئات جديدة بدأوا في الظهور عن طريق الفضائيات ووسائل الإعلام التقليدية، ثم زاد نشاطهم مع ظهور الإنترنت.

ومع انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، وتزايد استخدام الجمهور لها أصبح هناك نظرة أخرى في الدراسات الإعلامية، حيث أتاحت شبكات التواصل مجالاً فضائياً عاماً يستطيع الجمهور من خلاله اختيار المادة التي يرغب في مشاهدتها، وبدأت دراسات قادة الرأي تأخذ مساراً جديداً مختلفاً عن الذي انتشر في الفترات السابقة، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منبراً مهماً يمارس من خلاله قادة الرأي دورهم في نشر الأفكار والاتجاهات من خلال الحسابات الخاصة بهم على تلك المواقع، فبعض هؤلاء القادة يسعى إلى دعم القيم الاجتماعية-ضمنية أو ظاهرة- لدى الجمهور عن طريق كتابة منشورات على الفيس بوك.

أولاً- إشكالية البحث في ضوء التراث البحثي:

اتضح من خلال الاطلاع على التراث البحثي المتاح ذي الصلة بموضوع البحث أن الدراسات التي اهتمت بقيادة الرأي في فترتي الثمانينيات والتسعينيات ركزت على الدور التقليدي لقادة الرأي في معالجة قضايا المجتمع المختلفة، مثل: دراسة محمود يوسف (1987): "دور قادة الرأي الدينيين في معالجة قضايا الشباب" التي سعت للتعرف على مدى تناول القادة لقضايا الشباب في الريف المصري، وتأثير هذا تناول على تلك الفئة من الشباب؛ ودراسة رزق سعد (1993): "دور قادة الرأي الدينيين في معالجة القضايا القومية المعاصرة بمصر" التي استهدفت التعرف على دور قادة الرأي الدينيين في

معالجة بعض القضايا القومية المعاصرة، مثل قضايا: المخدرات – التفكك الأسري – البطالة؛ ودراسة Stephanie A-westmer (1998) التي هدفت للتعرف على القنوات الاتصالية التي يستخدمها قادة الرأي في توصيل الرسالة للجمهور، واختبرت الدراسة عدداً من قنوات الاتصال مُتمثلة فيما يأتي: التليفون- البريد الصوتي- الفاكس- الخطابات- البريد الإلكتروني، وقد أجريت هذه الدراسة على مرحلتين؛ المرحلة الأولى: تهدف إلى اختيار القناة التي ستكون الأفضل في نقل الرسائل؛ والمرحلة الثانية: هدفت إلى تقييم فاعلية وملاءمة قنوات الاتصال مستخدمة في ذلك نظرية الاستخدام والإشباع.

مع بداية القرن الحالي بدأ الانتشار الكبير والاستخدام المتكرر من قبل الجمهور للإنترنت الذي ظهر في بداية التسعينيات، وهو ما جعل الدراسات تتجه نحو التعرف على دور قادة الرأي في التوعية بمخاطر هذا الوافد الجديد؛ مثل: دراسة نانسي حمدي (2007): "دور قادة الرأي في توعية الشباب بمخاطر الإنترنت" التي سعت للتعرف على دور قادة الرأي في توعية الشباب بمخاطر الإنترنت، والكشف عن مدى فاعلية هذا الدور في تحقيق هدف التوعية بين قادة الرأي والشباب؛ وجاءت دراسة طارق ثابت (2013): "قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الاعلام الجديدة: الإنترنت نموذجاً" للتعرف على الدور الذي يقوم به قادة الرأي والفكر في التعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال الإنترنت، وقد اتفقت هذه الدراسات منهجياً في اعتمادها على المنهج الوصفي، واستخدامها للاستبيان كأداة لجمع المعلومات إلى جانب الاعتماد على المقابلات، كما اتفقت هذه الدراسات على أن قادة الرأي لهم دور في التأثير على الجمهور، وإن كان الدور يختلف من فترة لأخرى حسب طبيعة القضايا المطروحة.

أما فيما يخص القيم على مواقع التواصل الاجتماعي فقد اهتم عدد من الباحثين بدراسة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم، ومن هذه الدراسات على سبيل المثال: دراسة فهد بن علي الطيار (2014) عن: "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة: التويتير نموذجاً"؛ ودراسة Stawomir Czarniews (2015): "الشبكات الاجتماعية كمصدر أساسي للقيم الجديدة"؛ ودراسة حنان السعيد وعائشة ضيف (2015): "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي: موقع الفيس بوك نموذجاً"؛ ودراسة نزيهة عثمانة (2017): "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين" إضافة إلى دراسة وقد سعت هذه الدراسات للتعرف على تأثير المواقع الاجتماعية على منظومة القيم لدى طلاب الجامعات، مستخدمة للمنهج الوصفي وبعض أدوات مثل الاستبيان والملاحظة، ومدعمة بإطار نظري متمثل في نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاستخدام والإشباع.

وقد توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير على منظومة القيم بصفة عامة، حيث اتفقت نتائج الدراسات على أن الشباب المستخدم لتلك المواقع يشكل قيماً وأفكاراً جديدة من خلال تعرضه للمادة المقدمة له على شبكات التواصل، ويبدأ في مناقشتها وتبني بعض تلك الأفكار والقيم في حياته الشخصية.

ومن خلال العرض السابق لنماذج من الدراسات اتضح ظهور فئات جديدة من قادة الرأي على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن تلك الشبكات أصبحت مجالاً لنشر القيم للجمهور المستخدم لها، لكن هناك ندرة في الدراسات -على حد علم الباحثة- التي حاولت تناول القيم التي يقوم قادة الرأي بنشرها للجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم؛ لذا تتبلور إشكالية الدراسة الراهنة في محاولة التعرف على أنماط القيم الاجتماعية التي يسعى قادة الرأي إلى نشرها من خلال المضمون المقدم عبر صفحاتهم على موقع الفيس بوك، وتفسير ذلك في ضوء خصوصية المرحلة التاريخية والخلفية الأيديولوجية لحالات الدراسة.

ثانياً- أهداف البحث وتساؤلاته:

1- الكشف عن القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد التي يقوم قادة الرأي (حالات الدراسة) بنشرها على صفحاتهم على موقع الفيس بوك، ويتحقق هذا الهدف من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

- أ- ما أهم القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد المنشورة على صفحات قادة الرأي على موقع الفيس بوك؟
- ب- إلى أي مدى تتباين أنماط القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد المنشورة على صفحات قادة الرأي وفقاً لخلفيتهم الأيديولوجية وخصوصية المرحلة التاريخية؟
- ت- ما الأساليب التي يستخدمها قادة الرأي في التعبير عن القيم الاجتماعية (صريحة- ضمنية)؟

2- التعرف على الجوانب المختلفة لصفحات الفيس بوك (حالات الدراسة) كالموضوعات المطروحة، والهدف منها، وعدد التفاعلات معها من قبل المتابعين، من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

- أ- ما الموضوعات التي تتناولها صفحات التحليل؟
- ب- ما الهدف من وراء نشر المادة على الصفحة؟
- ت- ما الجمهور المستهدف من المادة المنشورة على الفيس بوك؟
- ث- ما الخصائص الشكلية لصفحات الفيس بوك التي يتم تحليلها، من حيث: "شكل المادة المنشورة، ولغتها" على صفحات الفيس بوك؟
- ج- كم عدد التفاعلات بـ "الإعجاب، والتعليق، والمشاركة" مع المواد المنشورة على الفيس بوك؟
- ح- ما اللغة المستخدمة من قبل قادة الرأي في كتابة المنشورات على موقع الفيس بوك؟

ثالثاً- الإطار النظري والمفاهيمي للبحث:

يشتمل هذا الجزء على عنصرين؛ الأول يتمثل في: المفاهيم الأساسية التي اعتمدت عليها الدراسة؛ في حين يتمثل الجزء الثاني في: أهم القضايا النظرية التي ينطلق منها البحث، ويأتي ذلك كما يلي:

1- المفاهيم الأساسية:

أ- القيم الاجتماعية Social Values:

لنعرض لمفهوم القيم الاجتماعية يُذكر بدايةً تعريف القيم، فُعرّف القيم في قاموس علم الاجتماع على أنها: "أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية يتشربها الفرد ويحكم بها، وتحدد مجالات تفكيره، وتحدد سلوكه، وتؤثر في تعلمه" (أحمد زكي بدوي، 1977: 438)، كما تُعرّف القيم في المعجم الحديث لعلم الاجتماع (1969) بأنها: "أساس عام للسلوك يشعر أعضاء الجماعة تجاهها بالالتزام الإيجابي. لذا؛ تعتبر مصادر للحكم على معايير محددة. وأن الفرد يتخذها مرجعه في السلوك إما أن يكون مرغوبًا أو غير مرغوب، ومن منظور تحليلي، تتسم القيمة ببعدين أساسيين، هما: البعد الظاهري والبعد الضمني؛ فالقيم الضمنية تشمل القيم التي تحقق إشباع غير ظاهرة وترتبط بالدافعية، أما القيم الظاهرة فهي التي تضم القيم التي تحقق مكاسب ظاهرة يلمسها الفرد" (إعتماد علام، 2007: 27).

أما القيم الاجتماعية فيرى نجيب إسكندر بأنها نتاج خبرات اجتماعية، وهي تتكون نتيجة عمليات انتقائية جماعية يصطلح أفراد المجتمع عليها لتنظيم العلاقات بينهم (نجيب إسكندر، 1962: 17-18) في حين يرى علي جلبي بأنها مجموعة من المعتقدات التي تتسم بقدر من الاستمرار النسبي، والتي تمثل توجهات للأشخاص نحو غايات أو وسائل لتحقيقها، أو أنماط سلوكية يختارها ويفضلها هؤلاء الأشخاص بديلاً لغيرها (علي جلبي، 1996: 134)؛ بينما يعرفها محمود بشتاوي أيضًا بأنها مجموعة الضوابط أو الاتجاهات التي تتسم بالاستمرار النسبي والتي يلتزم بها الأفراد في المجتمع، أو كل ما يتمسك به فرد أو فئة اجتماعية أو مجتمع من رموز وأشكال سلوكية مقبولة، أو ما يبدو أنه مرغوب فيه أو مستحب وملائم في مجتمع محدد أو مجموعة بعينها، وهو مجموعة المعتقدات والقناعات التي ينظر من خلالها الفرد إلى أي موضوع (محمود بشتاوي، 2016: 53).

وتتعلق الدراسة نظريًا من تعريف القيم الاجتماعية على أنها: مجموعة من المبادئ والمثل العليا التي توجه سلوك الأفراد في المواقف الاجتماعية. وإجرائيًا تتمثل في المبادئ التي يكتسبها الفرد وتكون محركًا له في الحياة الاجتماعية، مثل: قيم الإنجاز والنجاح، وحب العمل، وتحقيق الذات، والصدق والأمانة؛ فهي معنى شامل لجميع القيم سواء كانت دينية أو تربوية أو قيم أخلاقية أو غيرها من أنواع القيم، وهي قيم غير ملموسة إنما تظهر هذه القيم من خلال المضمون المقدم للجمهور سواء بعبارة صريحة أو ضمنية تظهر من خلال المواد المنشورة على الصفحة.

ب- قادة الرأي opinion leaders:

يُعرّف قادة الرأي على أنهم: أولئك الأفراد الذين يؤثرون على الآخرين عن طريق الاتصال المباشر يومًا بعد يوم، في الشؤون المتعلقة باتخاذ قرار أو تكوين رأي، ولا يشترط أن يكون هؤلاء رؤساء الجماعة، فكل جماعة يكون لها قائد رأي مختلف عن الجماعات الأخرى. (ميلز، 1983: 76)؛ كما يعرف معجم المصطلحات الإعلامية قادة الرأي بأنهم: الأشخاص من ذوي القدرة والموهبة الذين يؤثرون على الآخرين في المحيط والمجال الذي يعملون فيه أو في الجماعة التي ينتمون إليها. (كرم شلبي، 1989: 415)

وتنطلق الدراسة من تعريف محمود يوسف لقادة الرأي بأنهم: الأشخاص ذوو التأثير الكبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك أشخاص آخرين في مجتمع ما. ولهم دورهم في تشكيل الرأي العام في الجماعة التي ينتمون إليها، إذ يمكنهم أن يوصلوا لأعضاء الجماعة المعلومات التي تؤثر على اتجاهات الأفراد وتشكل الرأي العام للجماعة. ولقائد الرأي تأثيره على تابعيه الذين يثقون به وينظرون إليه على أنه يمثل القدوة أو المثالية. (محمود يوسف، 2012: 192)

- التعريف الإجرائي لقادة الرأي:

يُعرف قادة الرأي إجرائياً، بأنهم: الشخصيات الأكثر تأثيراً على الجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي الذين تم تحديدهم من خلال الدراسة الاستطلاعية، إلى جانب أن صفحاتهم لها نسب متابعة وإعجاب بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تم تحديدهم في كل من المجال الفني والمجال الرياضي.

2- القضايا النظرية الموجهة للبحث:

أ- المجال العام:

لقد صاغ الفيلسوف الألماني هابرماس مفهوم المجال العام Public Sphere وهو من أكثر المفاهيم تداولاً في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة، حيث يعد ركيزة من ركائز المجتمعات الديمقراطية، وقد هابرماس مفهوم المجال العام عام 1962 في كتابه الشهير باللغة الألمانية الذي هو في الأصل رسالة دكتوراه بعنوان (التحول الهيكلي للمجال العام) وقد ترجم للإنجليزية عام 1989، ويعرف المجال العام فيه بأنه: "مجموعة من الأشخاص المجتمعين لمناقشة القضايا المرتبطة بالشأن العام"، ولقد تشكل المجال العام في أوروبا وفق هذه الرؤية بعد بروز العقد الاجتماعي كمنظم للحياة الاجتماعية، وكقوة موازية للحكم المطلق. (Kellener, 2013: 1)

يتضمن المجال العام عند هابرماس الساحات التي يقوم الأعضاء فيها بتناول ما يفعلونه، ويصلون إلى قرار كيف سيعيشون معاً ويعملون بشكل جماعي في المستقبل. (parkins, 2002: 165)، ويرى هابرماس أن المجال العام يتم بشكل أكثر فاعلية من خلال الجدل والنقاش الذي يدور بين الأفراد في الجماعات، ومن هنا تبرز أهمية الاعتماد على هذه النظرية في البحث الراهن، حيث يظهر أن طرح القيم من قبل قادة الرأي على شبكات التواصل الاجتماعي يكون أكثر فاعلية، حيث يساعد الجمهور في النقاش حول تلك القيم، ومن ثم قبولها أو رفضها.

وتنطلق الدراسة من القضايا الأساسية للمجال العام، حيث يشير إلى مساحة اجتماعية تتيح النقاش الحر عبر فضاء اجتماعي مفتوح لجمهور عريض ذي خلفيات أيديولوجية مختلفة، فيقوم من خلاله الأفراد بطرح الأفكار والقيم المختلفة، ويتاح للجمهور الرد عليها بحرية، ومن هذا المنطلق سوف تحاول الدراسة الاستعانة بتلك القضايا النظرية لفهم مدى قدرة قادة الرأي ونجاحهم في نشر القيم الاجتماعية من خلال المجال العام الافتراضي عبر صفحاتهم على موقع الفيس بوك.

ب- ثراء الوسيلة:

يعرف كلٌّ من ريتشارد دافت Richard Dafft وروبرت لينجل Robert Lengel نظرية ثراء الوسيلة بأنها: القدرة على تسهيل الفهم المشترك بين المرسل والمستقبل خلال فترة زمنية محددة، بمعنى أن وسائل الاتصال التي يمكنها التغلب على الأطر المرجعية المختلفة لكل من المرسل والمستقبل، أو توضيح الأمور الغامضة لتغيير الفهم خلال فترة زمنية مناسبة؛ تعدّ وسائل اتصال ثرية (حردان هادي صايل، 2015: 113-114). ويعد مصطلح ثراء الوسيلة الأداة الفعلية التي يمكن من خلالها قياس ثراء المعلومة، وتفرّق نظرية ثراء وسائل الإعلام بين الوسائل الأقل والأكثر ثراء من خلال عدد المواقف المتاحة في الوسيلة، ويفترض هذا المدخل أن الاتصال عبر الكمبيوتر هو وسيلة ثرية، فهو مفيد للرسالة البسيطة وغير البسيطة، وهو أكثر دقة بسبب: وظائف العرض، والجمهور، والتفاعلية التي تعد ضرورية؛ فالمستقبل لكي يفهم المعلومات التي تكون غير واضحة أو غامضة أو عاطفية عليه استخدام وسيلة أكثر ثراء. (حسنين شفيق، 2014: 112-113)

وتركز نظرية ثراء الوسيلة على تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور، وقد وقع اختيار الباحثة على هذه النظرية للاستفادة منها في إجراء تحليل مضمون لمواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك)، لمعرفة إلى أي مدى كانت أداة مهمة يعتمد عليها قادة الرأي في نشر القيم الاجتماعية.

وانطلاقاً من الفكرة الرئيسية للنظرية التي تركز على أن درجة ثراء وسائل الإعلام تتحدد وفقاً لقدرتها على تيسير عملية الفهم للمتلقي وتسهيل عملية التواصل بين الأفراد، من حيث رجع الصدى الفوري، ونقل الإيماءات المتعددة وغيرها من الخصائص التي تجعل شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل قرباً من الاتصال الشخصي، وهو ما يجعل بدوره- شبكات التواصل الاجتماعي قادرة على نقل الرسائل الغامضة وتيسيرها، وبالتالي فهمها، إضافة إلى تفسير مدى ثراء الوسائل الإعلامية بالمعلومات والمعارف التي تقدمها للجمهور، وقد وقع اختيار الباحثة على هذه النظرية للاستفادة منها في تحليل المضمون الكمي والكيفي لموقع من مواقع التواصل الاجتماعي وهو (الفييس بوك)، لمعرفة إلى أي مدى كان ذا محتوى ثري وفقاً لأبعاد النظرية الأمر الذي يساعد قادة الرأي على نشر القيم من خلالها.

لذا؛ تحاول الدراسة الاستعانة بهذه القضايا النظرية للتعرف على دور الفييس بوك كوسيلة اتصالية في تيسير نقل القيم الاجتماعية من قادة الرأي إلى الجمهور المستقبل.

خامساً- التصميم المنهجي للبحث:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات والدوافع والحاجات، واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم الإعلامية والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها بعضاً في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها. (محمد عبد الحميد، 2004: 13)؛ وتهدف هذه الورقة إلى التعرف على أنماط القيم التي يقوم قادة الرأي بنشرها من خلال المضمون المقدم على صفحاتهم على موقع الفييس بوك.

1- مجتمع البحث:

يتمثل في الصفحات الخاصة بقيادة الرأي في المجال الرياضي والمجال الفني، وهي الصفحات الرسمية لكل من: (الفنان محمد صبحي، والفنان أحمد حلمي؛ اللاعب محمد صلاح، واللاعب محمد أبو تر يكة؛ وذلك عن طريق تحليل المواد المنشورة عليها خلال ستة أشهر تبدأ من شهر يناير 2021 إلى شهر يونيو 2021.

وتسعى الورقة البحثية لإجراء تحليل المضمون لعدد من الصفحات التي تحظى باهتمام مستخدمي الفيس بوك، وسعيًا من الباحثة لتحديد صفحات الدراسة قامت بعمل دراسة استطلاعية من خلال "صحيفة استبانة تشتمل على أسئلة مفتوحة"، تم تطبيقها على (150) مفردة من المستخدمين للوصول إلى أهم الصفحات التي تحظى بمتابعتهم، ثم قامت الباحثة بعمل حصر لأهم الصفحات التي أسفرت عنها الدراسة الاستطلاعية، والمقارنة بين تلك الصفحات ونتائج المراكز البحثية والمواقع الإلكترونية التي توضح أكثر المواقع استخدامًا في المجتمع المصري، وأكثر الصفحات التي نالت على نسب إعجاب ومتابعة، مثل: موقع Social baker، وتم اختيار عدد من تلك الصفحات تمثلت في صفحة الفنان محمد صبحي والفنان أحمد حلمي، بينما تمثل المجال الرياضي في صفحات كل من اللاعب محمد أبو تريكة واللاعب محمد صلاح. وتمثلت عينة التحليل في المواد المنشورة بالصفحات محل الدراسة، حيث تم تحليل عدد 915 بوستًا بصفحة الفنان محمد صبحي، و 65 بوستًا من صفحة الفنان أحمد حلمي. كما تمثلت في تحليل 63 بوستًا على صفحة اللاعب محمد صلاح و 27 بوستًا على صفحة اللاعب محمد أبو تريكة.

2- أدوات جمع البيانات:

أ- **مقابلة من خلال الهاتف:** أجرتها الباحثة مع الفنان محمد صبحي يوم 8 يوليو 2021 الساعة الثانية ظهرًا، وفي اليوم نفسه في الساعة الرابعة عصرًا أجرت مقابلة هاتف مع الأستاذة آية مشرف (أدمن) الصفحة.

ب- **صحيفة تحليل المضمون:** لتحليل مضمون المواد المنشورة على الفيس بوك، ويُعرّف كيرلنجر (2000) تحليل المضمون بوصفه أسلوبًا لدراسة الاتصال وتحليله بشكل منتظم Systemtic وموضوعي Objective وكمي Quantitative بغرض قياس متغيرات معينة. (شيماء ذو الفقار، 2009: 138)

1) تصميم صحيفة تحليل المضمون:

قامت الباحثة بتصميم صحيفة تحليل المضمون، من خلال الخطوات التالية:
أ) تحديد الهدف من الدراسة التحليلية الذي يتمثل في تحليل عينة البوستات (محل الدراسة) بكافة جوانبها.
ب) تحديد وحدات التحليل إلى جانب مجموعة من الفئات التي تتضمنها صحيفة تحليل المضمون، والتي تخدم البحث وتساعد في الإجابة عن تساؤلاته.
ت) صياغة صحيفة تحليل المضمون بشكل مبدئي من خلال تساؤلات الدراسة وأهدافها إلى جانب الاطلاع على الدراسات السابقة.

ث) عرض الصحيفة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالي الإعلام وعلم الاجتماع، وذلك لإبداء آرائهم فيها، وللتأكد أن فئات التحليل تحقق أهداف الدراسة وتجيب عن تساؤلاتها، واقتراح تعديلاتهم عليها.

ج) إجراء الثبات مع إحدى الزميلات، وذلك للتأكد من صلاحية هذه الفئات وثباتها في التحليل، وذلك حسب درجة الثبات.

ح) صياغة الصحيفة في صورتها النهائية بعد إجراء التعديلات التي أقرها المحكمون.

خ) عملية ترميز الصحيفة على عينة الدراسة، ومن ثم الخروج بنتائج الدراسة.

2) تحديد وحدات التحليل:

يقصد بها وحدة المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها أو تكرارها أو غيابها دلالات تفيد الباحث في النتائج، وقد اعتمدت الباحثة على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: ويقصد بها وحدة المواد المنشورة على الصفحات محل الدراسة، وتتمثل في هذه الدراسة في البوست كوحدة للتحليل.

3) تحديد فئات التحليل:

تنقسم فئات التحليل إلى:

- أ- فئات المضمون (ماذا قيل؟)؛ وتشمل: الموضوعات التي تتناولها المادة المنشورة، والهدف منها، والجمهور المستهدف من ورائها، فضلاً عن أهم القيم المتضمنة فيها.
- ب- فئات الشكل (كيف قيل؟)؛ وتشمل: شكل المادة المنشورة، واللغة المنشور بها، وطبيعة التفاعل من قبل المستخدمين، ويتضمن مدى وجود إعجاب، ومشاركة، وتعليق على المواد المنشورة.

4) صدق وثبات صحيفة تحليل المضمون:

أ) **الصدق Validity:** يُقصد بالصدق قدرة المقياس على قياس ما وضع لقياسه، ويتطلب الصدق التام عدم وجود خطأ في القياس (شيماء ذو الفقار، 2009: 80)، وقد تم اختبار صدق تحليل المضمون عن طريق قيام الباحثة بعرض أدوات جمع البيانات الخاصة بالدراسة التحليلية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في عدد من كليات الإعلام في جامعات (القاهرة، وعين شمس، والأزهر في مصر، وجامعة بنى سويف والمنوفية¹)، وقد أسفرت نتائج التحكيم عن إضافة بعض الفئات، وتغيير فئات أخرى للتداخل بين بدائلها، وتغيير مسميات بالفئات واستبدالها بمسميات أخرى، فضلاً عن التقليل من عدد

¹المحكمون لصحيفة تحليل المضمون:

أ.د/ علي عوجة	أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.د/ عبد الرحيم درويش	أستاذ الإعلام بكلية الاعلام جامعة بني سويف.
أ.د/ محمود عبد العاطي	أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
أ.م.د/ فوزي عبدالرحمن	أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية البنات جامعة عين شمس.
أ.م.د/ دينا مفيد	أستاذ علم الاجتماع المساعد بكلية البنات جامعة عين شمس.
أ.م.د/ السيد السعيد	أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب جامعة المنوفية.

الصفحات المقررة للتحليل، مع زيادة المدة الزمنية للتحليل، حيث كان من المقرر القيام بتحليل المواد المنشورة في (مدة 3 شهور) لكن تم زيادة المدة إلى (6 أشهر) لأن بعض الصفحات لا تنشر بصفة مستمرة.

كما قامت الباحثة بتطبيق صحيفة تحليل المضمون على عينة عشوائية من المواد المنشورة على صفحات الفيس بوك (اختبار قبلي) للتعرف على مدى ملاءمة فئات التحليل، وقد وجدت الباحثة عدم ملاءمة بعض الفئات بالاستمارة فقامت بتعديلها، وإلغاء الفئات غير الملائمة، وإضافة فئات جديدة، وإغلاق بعض الفئات المفتوحة.

(ب) ثبات صحيفة تحليل المضمون:

يقصد بالثبات في علم الإحصاء؛ التوافق أو الاتساق أو الدقة لمجموعة من المقاييس أو في قيام الأداة المستخدمة ذاتها (الاختبار – وإعادة الاختبار) بإعطاء النتائج نفسها إذا ما أعيد تطبيقها على المجموعة المستهدفة من المفردات وفي الظروف ذاتها، وتوصف تجربة ما بالثبات إذا ما أعطت نتائج متوافقة للمقياس المستخدم ذاته، من جهة أخرى تفتقد التجربة الثبات إذا ما أعطت القياسات المتكررة لها نتائج مختلفة (إعتماد علام، 2019: 44). وقد قامت الباحثة باستخدام معادلة هولستي لقياس معامل الثبات بين المرمرين، وذلك بإعادة تحليل (10%) من المواد المنشورة بالصفحات التي قامت الباحثة بتحليلها، ويُحسب معامل الثبات في ضوء نسب الاتفاق بين المرمرين باستخدام المعادلة التالية:

$$\text{مقياس ثبات هولستي} = \frac{2n}{n+1} \text{ حيث إن (ت) هي عدد الحالات التي يتفق فيها المرمران.}$$

1 ن هي عدد الحالات التي قام بترميزها المرمر رقم (1)
2 ن هي عدد الحالات التي قام بترميزها المرمر رقم (2)²
وبحساب ثبات استمارة تحليل المضمون في الدراسة الراهنة؛ فقد كان إجمالي عدد المواد المنشورة بصفحات التحليل (1043) مادة منشورة تم إعادة تحليل نحو (104) مواد، وجاء الاختلاف بين المرمرين في (10) مواد، فيما اتفق المرمران في تحليل (94) مادة من مواد التحليل، وكانت النتيجة كالتالي:

$$\text{مقياس ثبات هولستي} = \frac{2n}{n+1}$$

$$= \frac{104}{104 + 104} \times 2 =$$

$$= 90, \text{ وهي درجة ثبات قوية لاستمارة تحليل المضمون}$$

² قامت بمساعدة الباحثة في اختبار عينة الثبات م.م| فاطمة شهاب الدين عبدالمتعال المدرس المساعد بشعبة الإعلام – قسم الاجتماع- كلية البنات – جامعة عين شمس.

سادساً- نتائج الدراسة التحليلية:

1- نتائج تحليل قادة الرأي في المجال الفني من حيث المضمون:

أ- طبيعة الموضوعات المنشورة بصفتي محمد صبحي وأحمد حلمي.

كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن تنوع الموضوعات المنشورة على كلا الصفحتين، في حين تنوعت بصورة كبيرة في صفحة الفنان محمد صبحي التي تميزت بعنصر التحديث للمواد المنشورة، حيث بلغ متوسط المواد المنشورة على الصفحة عدد 5 بوستات في اليوم الواحد، كما قالت الأستاذة آية مسئول وأمن الصفحة الرسمية للفنان محمد صبحي؛ وهو ما ظهر أيضاً من خلال التحليل، حيث بلغ عدد البوستات المنشورة خلال فترة التحليل عدد 915 بوستاً، فتنوعت المنشورات ما بين الفنية والثقافية والدينية والاجتماعية والبيئية والشخصية، ولكن على الرغم من هذا التنوع؛ فإن جُل الموضوعات المنشورة على الصفحة، كانت الموضوعات الفنية؛ ويرجع ذلك لكونها صفحة فنية متخصصة في المقام الأول، هدفها هو إبراز نشاط وإسهامات الفنان محمد صبحي في المجالات المختلفة.

وقد تعددت الموضوعات الفنية على الصفحة؛ ما بين تناول أعمال فنية قام بها الفنان محمد صبحي وعرض مشاهد ضاحكة وكواليس من أعماله، إضافة لتناول بعض المسلسلات، مثل: مسلسل "أنا وهؤلاء"، ومسلسل "عائلة ونيس"، وأيضاً مسلسل "رجل غني فقير جداً"، إضافة إلى ذلك اهتمت الصفحة بعرض آراء شخصية للفنان، وعبارات شهيرة من أعمال صبحي الفنية، كما رصدت الصفحة عدداً لصور الفنانين الذين شاركوا في مسيرة الفنان محمد صبحي الفنية وتأكيد وفائه لهم من خلال صورهم التي يبرزها في مدينة سنبل، مثل: الفنان "عبدالمعزم مدبولي"، و"فؤاد المهندس"، وأيضاً الفنان "جميل راتب"، والفنانة "سعاد نصر" في مسلسل "عائلة ونيس"، إضافة للفنانة "زوزو نبيل" التي شاركت في مسلسل "رحلة المليون"، فضلاً عن وفائه لفنانين آخرين أسهموا في تاريخ الفن، مثل: "أم كلثوم" وظهر ذلك من خلال عرض فيديو للفنان محمد صبحي على قناة نايل سينما في برنامج نجم النجوم الذي تحدث فيه عن كوكب الشرق أم كلثوم، كما أبرزت الصفحة عدداً من أعمال الفنان محمد صبحي، وكان الهدف منها هو إبراز إسهامه في نقد الواقع كنفه لمستوى أغاني الأطفال في الفترات الأخيرة، ومقارنتها بما جاء في مسلسل "ونيس وأحفاده"، ويعكس ذلك شخصية الفنان محمد صبحي المحب للفن، والداعي دائماً إلى ضرورة تقديم رسالة راقية من خلال الفن، فكانت من أشهر أقواله عن الفن "تاجر الفن أخطر من تاجر المخدرات.. فتاجر الفن يهدم العقول ويشوه الوجدان.. ويسقط المشاهد في مفاهيم خاطئة.. لنحصد في النهاية أجيالاً تدمر المستقبل" كما كتب مواد تعبر عن ضرورة مقاطعة الفن الهابط "سأظل أطالب بمقاطعة الفن الهابط الذي يهدم العقول ويشوه الوجدان.. لا تجعلوا جيوب المنتجين تمتلئ بالملايين فيقدموا المزيد!".

وقد سعت الباحثة إلى تحليل المواد المنشورة حسب القضايا التي تناولتها، وقد اتضح أن أغلب الموضوعات تم مناقشتها من خلال الأعمال الفنية التي قام به الفنان، ويرجع ذلك إلى طبيعة الفن الراقي والهادف الذي سعى الفنان إلى تقديمه من خلال أعماله على مدى سنوات.

بينما افتقدت صفحة الفنان أحمد حلمي لعنصر التحديث، فظهر بها ندرة في المواد المنشورة عليها، وذلك بعدد 65 بوسناً خلال مدة التحليل، وهي نسبة قليلة جداً إذا ما تم مقارنتها بالبوستات الموجودة على صفحة الفنان محمد صبحي، وقد يرجع ذلك إلى الخلفية الأيديولوجية للفنان محمد صبحي فهو من فئة المثقفين، وقد تم تعيينه ضمن أعضاء هيئة التدريس بأكاديمية الفنون إلا أنه ترك مهنة التدريس واتجه للفن، ورغم ذلك ظل الطابع الثقافي طاغياً على شخصية الفنان في كل أعماله، فاتسمت أعماله بالطابع الهادف، وسعى الفنان إلى تأدية رسالته عبر صفحته على الفيس بوك كما قدمها في الأعمال التلفزيونية والمسرحية.

بينما لم يقم الفنان أحمد حلمي بمشاركة أعماله بصورة دائمة عبر صفحته رغم أن الصفحة حققت نسبة متابعة تعدت 12 مليون متابع، لكنه اعتمد على تقديم بعضها في سياق كوميدي يمثل طبيعة الفنان الذي يقدم المضامين في قالب فكاهي، وسوف يتم تناول الموضوعات التي نشرت على كلا الصفحتين لتوضيح أهم الموضوعات التي تم التركيز عليها، وهذا ما يتضح من نتائج الجدول التالي:

جدول (1)

الموضوعات المنشورة بصفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي

أحمد حلمي		محمد صبحي		الشخصية الموضوعات
%	العدد	%	العدد	
20	13	76,7	702	فنية
27	18	2.1	19	شخصية
38	24	7,3	67	اجتماعية
1,5	1	2,4	22	أخلاقية
3	2	9,9	91	ثقافية
3	2	.43	4	سياسية
1,5	1	.54	5	دينية
6	4	.43	4	ترويجية
100	65	100	915	المجموع

كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن حرص الفنان محمد صبحي على تناول العديد من القضايا، وإن كان أغلبها جاء في إطار الفن وذلك لطبيعة مجال الصفحة، وقد ساعد في ذلك حرص الفنان في أعماله على

تناول الموضوعات المختلفة، ومعالجة القضايا المتنوعة، ففي حين جاء الفن في المرتبة الأولى من الموضوعات المنشورة على الصفحة بنسبة (76,7%) إلا أنه تم معالجة العديد من القضايا المجتمعية في هذه الفئة، فتتوعد الموضوعات الفنية ما بين تقديم لعدد من مسلسلاته، مثل: مسلسل "أنا وهؤلاء"، إضافة إلى مسلسل "رجل غني فقير جداً"، وكان ذلك بنسبة (21,2%) من المضامين الفنية المقدمة خلال مدة التحليل، فعلى الرغم من وجود مواقع، مثل: "اليوتيوب" يستطيع المشاهد من خلاله متابعة أية حلقة من المسلسلات، إلا أن المتابعين كانوا يتفاعلون مع الحلقات، ويطلبون مسلسلات بعينها للعرض على الصفحة. كما تم عرض عدد من كواليس المسلسلات، وبعض المشاهد الضاحكة، مثل: عم أيوب في مسرحية "الجوكر"، ومشهده مع الفنان هاني رمزي في مسرحية "تخاريف"، إضافة إلى مشاهد مع ابنته هدى في مسلسل "عائلة ونيس"، وذلك لإمتاع المتابعين وإسعادهم. وكان لأراء الفنان محمد صبحي نصيب من الإبراز بنسبة (42,4%) من المواد الفنية. في حين اهتم الفنان بعرض صور شخصية له وصور مع زملائه ممن شاركوا معه في الأعمال الفنية، وذلك بنسبة (21,4%)، وأيضاً لم يغفل الأعمال التي قام بها في أثناء مدة التحليل والمشاركات التلفزيونية له، وذلك بنسبة (10%).

وكان للموضوعات الثقافية نصيب من الرصد، وذلك بنسبة (9,9%) من عينة الدراسة التحليلية، ويرجع ذلك لانتماء الفنان إلى فئة المثقفين نتيجة لعمله ضمن هيئة التدريس بأكاديمية الفنون لمدة زمنية، وأيضاً لأعماله التي تقدم محتوى تعليمياً ثقافياً يؤثر في التنمية الثقافية من خلال نقده لانتشار القيم الاستهلاكية، وحب المنتجات المستوردة، كما في مسلسل "سنبل بعد المليون"، ونشره لمضامين ذات بعد ثقافي على صفحته.

وأيضاً كان للموضوعات الاجتماعية نصيب من الاهتمام حيث جاءت بنسبة (7,3%) على صفحة الفنان محمد صبحي؛ وذلك من خلال رصد المشكلات الاجتماعية التي تناولتها الأعمال التي قام بأدائها وإخراج بعضها، فقد رصدت أعماله عدداً من المشكلات الاجتماعية، مثل: الصراع بين الخير والشر، كما في مسلسل "أنا وهؤلاء"، ومسلسل "رجل غني فقير جداً" الذي عالج فيه عدداً من القضايا المهمة، مثل: تعليم الإناث.

كما اهتم الفنان محمد صبحي بالموضوعات السياسية التي أثرت خلال فترة التحليل وخاصة القضية الفلسطينية، وذلك بنشره لأكثر من مقطع فيديو يندد فيه بما حدث في حي الشيخ جراح، ويدعم الشعب الفلسطيني. وأيضاً لم يغفل القضايا الأخلاقية في المادة المنشورة على الصفحة، فعبر عن أهمية الأخلاق، ومنها الشرف مثلما كتب "الشرف أن تكون صادقاً مع نفسك أولاً" وكتب أيضاً "إن لم ترفعك أخلاقك لم يرفعك منصبك".

ومن الملاحظ في الصفحة عدم نشرها لأي إعلانات خارج نطاق أعمال الفنان، وهذا أيضاً ما ذكره الفنان محمد صبحي للباحثة عند إجراء مقابلة عن طريق الهاتف، وذلك يوم 8 يوليو 2021 الساعة الثانية ظهراً، حيث تحدث فيه الفنان عن حرصه على تقديم محتوى هادف للجمهور في المجالات كافة، وعدم قبوله لأي إعلانات تعرض عن طريق الصفحة، والإعلانات الموجودة كانت لمواعيد إذاعة مسلسلات الفنان على التلفزيون، وذلك مثل إعلان موعد مسلسل "فارس بلا جواد".

كما اهتمت الصفحة ببعض الموضوعات الدينية، وأيضًا عرضت لبعض الصور الشخصية الخاصة بالفنان التي أغلبها جاء في إطار عرضه لقضايا مختلفة.

أما صفحة الفنان أحمد حلمي فركزت بصورة كبيرة على القضايا الاجتماعية، وذلك بنسبة (38%) من المواد المنشورة على الصفحة التي جاء أغلبها في إطار قالب فكاهي لما يعرف عن الفنان بأنه يتميز بروح الدعابة وانتماء فنه إلى الفني الكوميدي، فاهتم بمشاركة الجمهور في المناسبات الاجتماعية المختلفة، مثل: شهر رمضان "رمضان بكر/ عارضًا في ذلك لمقطع فيديو من فيلمه الشهير "إكس لارج". إضافة إلى تهنئته بعيد الفطر المبارك، وتهنئة الأخوة الأقباط بعيد القيامة المجيد، واعتمد الفنان في ذلك على: استخدام نص مكتوب، أو نص ومعه صورة أو فيديو من أحد أعماله الفنية التي تدل على المناسبة "كل عام وكل اخواتنا الأقباط بخير وسلام"، في حين لم يغفل الأحداث المجتمعية، مثل: نشر فيديو في عيد الأم يدعم فيه المرأة المصرية، ونشر بوست بتقديم العزاء في ضحايا القطارين كاتبًا "ألف رحمة على اهالينا اللي ماتوا في حادث القطارين الاليم المفجع"، وأيضًا تعزية في وفاة زميله الفنان سمير غانم "اللي كان بيفرحنا في زعلنا مشي وسابنا لزعلنا عليه" إلى جانب تقديم العزاء في وفاة الكاتب وحيد حامد والأستاذة تمارة عز الدين هلال.

أما المواد ذات الطابع الفني فجاءت في المرتبة الثانية من المواد المنشورة على الصفحة التي تمثلت في بعض الفيديوهات من أعمال الفنان، والتي أغلبها نشر بهدف الترفيه، وأيضًا بنشر بعض الصور الخاصة بمسلسل الاختيار الذي عرض في شهر رمضان، والذي تناول قضايا اجتماعية مهمة ولاقى إعجاب المتابعين، في حين لم يغفل الفنان القضايا السياسية، وخاصة قضية فلسطين وتطور الأحداث على الساحة، فنشر صورة للمسجد الأقصى كتب أعلاها "اللهم امكنهم على عدوهم وسلطهم عليه فيسوموه سوء العذاب"، كما نشر صورة له يرتدي فيها رداء فلسطينيًا مميزًا وكتب "فلسطين أرض الجود وشعب الخلود وصمود بلا حدود"، كما أعرب الفنان عن إشادته بحدث نقل المومياوات، وهو الحدث الأكبر الذي لاقى إعجاب العالم أجمع في هذه الفترة. ونشر الفنان على صفحته فيديو لنقل المومياوات كاتبًا أعلاه مقولة الكاتب الراحل نجيب محفوظ "مصر ليست دولة تاريخية...مصر جاءت أولًا ثم جاء التاريخ".

كما عرضت الصفحة لعدد من صور الفنان بلغت 18 صورة بنسبة (27%) من المواد الموجودة على الصفحة، منها صور من أعماله الفنية وأخرى صور له في إطار حياته اليومية.

ب- الهدف من المادة المنشورة على صفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي:

كشفت الدراسة التحليلية عن تنوع الهدف من المادة المنشورة لكن قامت الباحثة بإدراجها في ثلاث فئات فقط، وذلك لتحقيق الهدف المرجو للدراسة وهو تناول الصفحة لمضامين تدعم النسق القيمي لدى الجمهور، وهو ما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول (2)

الهدف من المادة المنشورة على صفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي

احمد حلمي		محمد صبحي		الشخصية الهدف
%	العدد	%	العدد	
27,6	18	63,4	581	دعم القيم
26.2	17	23,4	214	التوعية
46,2	30	13.2	120	التسلية والترفيه
100	65	100	915	المجموع

أوضحت النتائج التحليلية حرص صفحة الفنان محمد صبحي على دعم القيم لدى الجمهور المتابع له، وذلك عن طريق نشر المواد المتضمنة للقيم المختلفة، بنسبة (63,4%) من المواد المنشورة، فتتوزع بين طريقة كتابة مقولات له، أو مقولات تحت مسمى "مقولة أعجبتني"، أو عن طريق نشره لأجزاء من أعماله تدعم النسق القيمي، أو عرضه لمسلسلات قام بها وكلها تسعى لدعم القيم، وهذا ما كتبه في بوست على صفحته جاء فيه: "من حق جمهوري أن أعمل من أجله حتى آخر يوم في حياتي.. ومن حقه ايضاً أن أقدم أعمالاً تحترم عقله وتساهم في بناء القيم وليس هدمها"، وأكد على ذلك الفنان في حديثه مع الباحثة في أثناء إجراء المقابلة التلفزيونية قائلاً: "أنا بحاول اقدم محتوى يحترم عقلية المتابع ويأثر في بناء قيم ايجابية عنده"، موضحاً حرصه على تقديم محتوى ذا تأثير قيمي ورسالة هادفة؛ لأن ذلك يساعد في بناء الأجيال أخلاقياً. بينما ظهرت أهداف أخرى متمثلة في التوعية والتسلية والترفيه.

في حين جاءت المواد التي تهدف إلى دعم القيم على صفحة الفنان أحمد حلمي بنسبة (27,6%)، وجاء أغلب القيم المتضمنة في إطار ضمني يعبر عنها من خلال فيديوهات أو صور لها إحياءات معينة أو كتابة مقولات تحمل معنى قيمياً، بينما تمثلت الأهداف الأخرى على الصفحة ممثلة في التسلية والترفيه، مثل: "لما اروح مصيف بعد طول غياب"، وإرفاق مقطع فيديو مضحك تحت النص المدون وأيضاً "لما اللبس لبس الصيف"، وأدرج صورة له من أحد الأفلام التي تدل على زيادة وزنه، في حين أنه لم يغفل أهداف التوعية من خلال المضامين المقدمة على الصفحة.

ج- الجمهور المستهدف على صفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي:

كشفت نتائج الدراسة التحليلية: أن جُل الموضوعات المنشورة على صفحة الفنان محمد صبحي و صفحة الفنان أحمد حلمي استهدفت جمهوراً عاماً بنسبة (100%) من عينة الدراسة التحليلية.

د- مجال اهتمام المادة المنشورة على صفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي:

كشفت نتائج الدراسة التحليلية: أن مجال اهتمام المواد المنشورة على كلا الصفحتين تنوعت بين الشخصي والعام بنسبة (100%) من عينة الدراسة التحليلية، فالموضوعات التي تناولتها الصفحة تشغل الاهتمام الشخصي لكلا الفنانين؛ لأنها تمثل أعمالهم ونشاطاتهم، والمبادئ والقيم التي تم بثها في أعمالهم الفنية -المسرحية والتلفزيونية والسينمائية-، كما تشغل الاهتمام العام، وبذلك فمجال اهتمام المادة مشترك بين الشخصي والعام.

هـ- القيم الاجتماعية المتضمنة في صفحتي الفنان محمد صبحي والفنان أحمد حلمي:

كشفت الدراسة التحليلية عن سعي كلا الصفحتين لدعم القيم عن طريق نشر البوستات المتضمنة للقيم الاجتماعية سواء عن طريق النص المكتوب، أو عن طريق الصور والفيديوهات التي تحتوي على مضمون يساعد في دعم المنظومة القيمية.

جدول (3)

القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد الموجودة بصفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي

أحمد حلمي		محمد صبحي		الشخصية القيمة
%	العدد	%	العدد	
3.1	2	1.9	18	الرحمة
4.6	3	2.4	22	التعاون
12.3	8	13.9	127	حب الوطن
20	13	16.7	153	المشاركة المجتمعية
10.7	7	13.4	122	حب العمل
12,3	8	5	46	المحبة
10,7	7	23,2	212	الاحترام
7,7	5	10,7	98	الصبر
18,6	12	12,8	117	الأخلاق
100	65	100	915	المجموع

يوضح الجدول رقم (3) تنوع القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد المنشورة على كلا الصفحتين، فجاءت قيمة المشاركة المجتمعية في المرتبة الأولى بنسبة (16.7%) على صفحة الفنان محمد صبحي، وبنسبة (20%) على صفحة الفنان أحمد حلمي. وقد حرصت الصفحتان على دعم القيمة من خلال المضمون المقدم، فجاءت في صفحة الفنان محمد صبحي متنوعة ما بين القيم الصريحة والضمنية، فجاءت صريحة في بعض البوستات، ومنها "أغلى جملة بسمها من جمهوري اننا لا نخجل من مشاهدة أعمالك مع اولادنا انا بحب اشارك في عملي الاطفال والكبار وكل الاعمار ويشجع العمل الفني اللي بيهتم بالمشاركة"، كما ظهرت هذه القيمة ضمنية في العديد من الأعمال التي قدمها خصوصاً في المسلسل الشهير "عائلة ونيس"، وذلك بنشر بعض المشاهد التي بها مشاركة مجتمعية منه هو أسرته في المسلسل، إضافة إلى اهتمام الفنان بالمشاركة في كل الأحداث المجتمعية التي حدثت خلال فترة التحليل، فشارك الفنان أولياء الأمور مدة الامتحانات بتشجيعهم على تعليم أبنائهم، وكان نشره "إذا أردت أن تبني أمة عظيمة عليك أن تبني طفلاً عظيماً بالعلم والأخلاق"، ولم يغفل عن المشاركة في الأحداث التي برزت في فترة الدراسة والتي تمثلت في تطور الأوضاع فيما يخص القضية الفلسطينية، فعمل على نشر فيديو يشارك فيه الشعب الفلسطيني أزمته ويدعمه ويظهر نبذه للتعدي على المسجد الأقصى، إضافة إلى اهتمامه بمشاركة الشعب المصري كل المناسبات من أعياد وحلول شهر رمضان، وأيضاً عيد الأم وعيد الأب، كما أظهرت الصفحة مشاركة الفنان في مشروع تطوير العشوائيات وتطوير البيئة. في حين ظهرت المشاركة المجتمعية على صفحة الفنان أحمد حلمي من خلال دعمه ومشاركته للشعب الفلسطيني في أثناء مدة التحليل بسبب تطور الأوضاع ومهاجمة القوات الإسرائيلية للمسجد الأقصى، فشارك عن طريق نشر منشوران (بوستان) أحدهما بصورة له بالزبي الفلسطيني، والآخر عن طريق نشر فيديو يدعم فيه القضية الفلسطينية. فضلاً عن مشاركته في الأحداث المجتمعية المختلفة، مثل: المشاركة في يوم عيد الأم بنشر فيديو عن المرأة كاتباً أعلاه "انتي الست.. الست المصرية.. ست الكل" ومشاركته للأخوة الأقباط في التهئة بعيد القيامة المجيد، إضافة إلى مشاركته التهئة بحلول شهر رمضان والأعياد.

كما اتفقت الصفحتان في اهتمامهما بدعم قيمة حب الوطن في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (13,9%) من إجمالي المضامين المقدمة على صفحة الفنان محمد صبحي، وبنسبة (12.3%) على صفحة الفنان أحمد حلمي. فظهر على صفحة الفنان محمد صبحي من خلال نشره للعديد من البوستات والفيديوهات من أعماله، تدل على أهمية حب الوطن والولاء له والفخر به، كما اهتم بمشاركة وطنه فرحته بإنجازاته في حدث نقل الموميوات، ودعم الشعب المصري في قضية سد النهضة، في حين ظهرت هذه القيمة على صفحة الفنان أحمد حلمي في عدد من المواد المنشورة على صفحته، منها فيديو بمناسبة الحدث الأكبر خلال مدة التحليل والمتمثل في نقل الموميوات، وكتب أيضاً بوستا عبّر فيه قائلاً: "مصر ليست دولة تاريخية.. مصر جاءت أولاً ثم جاء التاريخ".

وقد كشف التحليل عن تناول الصفحتين لقيمة الرحمة، وذلك بنسبة (1,9%) من المواد المنشورة على صفحة الفنان محمد صبحي فجاءت صريحة في بوست كتب فيه "أهم صفة تميز الإنسان هي الرحمة فالقلب الذي يخلو من الرحمة والتراحم يفسد"، فضلاً عن تناولها ضمنية في العديد من البوستات. كما اهتم الفنان أحمد حلمي بتناولها على صفحته بنسبة (3,1%) وجاءت كلها في إطار ضمني.

وقد ظهرت القيم الاجتماعية الأخرى على كلا الصفحتين، وخصوصاً صفحة الفنان محمد صبحي؛ ومنها قيمة الاحترام التي ظهرت في العديد من المضامين الموجودة على الصفحة، منها الصريح مثل " الاحترام أقوى من الحب فمن الممكن أن تحترم شخص لا تحبه لكن مستحيل أن تحب شخص لا تحترمه"، وأيضاً منها الضمني مثل "للأسف ابتدأت تختفي عند معظمنا تدريجياً من حياتنا كلمات جميلة زي.. اسف.. من فضلك.. حضرتك.. لو سمحت"، كما ظهرت قيمة المحبة في عدد من المواد المنشورة منها " العالم مش محتاج زكاء زيادة العالم محتاج محبة زيادة"، في حين لم يغفل قيمة الأخلاق فذكرها على صفحته في العديد من البوستات منها " إن لم ترفعك أخلاقك فلن يرفعك منصبك"، إضافة إلى اهتمامه بقيمة المسؤولية فذكرها صريحة في مضامين منها " المسؤولية مشتركة .. الراجل مش فلوس وبس والست مش دادة وبس انتم الاتنين كيان واحد مش اتنين صحاب" فضلاً عن اهتمامه بدعم قيمة الأخلاق، وذلك حيث نشر "يقاس مدى تحضرك.. بأخلاقك وسلوكك وانت في أسوأ حالاتك"، وكتب أيضاً "شيطان يحددان من انت صبرك عندما لا تملك شيئاً.. وأخلاقك عندما تمتلك كل شيء"، كما اهتم بقيمة التواصل التي عبر عنها بعد تكريمه فنشر صورة له محني الظهر أمام الجماهير كاتباً أعلاها "تكريمي الحقيقي ليس جائزة أو منصب بل نظرة الحب والاحترام في عيون الناس".

ولم يغفل الفنان أحمد حلمي القيم الاجتماعية المتنوعة الأخرى، التي ظهرت كلها في إطار ضمني، ومنها قيم الاحترام والحب والأخلاق والصبر.

2- تحليل صفحات قادة الرأي في المجال الفني من حيث فئات الشكل.

أ- شكل المادة المنشورة بصفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي:

كشفت نتائج الدراسة التحليلية: عن تنوع أشكال المواد المنشورة على الصفحتين، إلا أن أغلب المواد المنشورة على الصفحتين؛ تمثلت في "نص مصاحب لصورة"، وذلك بنسبة (53,4%) على صفحة الفنان محمد صبحي، وبنسبة (44,6%) على صفحة الفنان أحمد حلمي؛ حيث لا يكتفي القائم على الصفحة بتوجيه رسائل نصية للمتابعين، ولكنه يرفق معها صوراً؛ قد تكون صوراً لمشاهد من الأعمال الفنية لهما، مصاحبة للنص الذي دار في المشهد، أو صورة لمشهد من أحد المسلسلات مكتوب عليه النص، يليه في المرتبة الثانية "نص مصاحب لمقطع فيديو" بنسبة (42,4%) من عينة الدراسة التحليلية على صفحة الفنان محمد صبحي، وتجلت في حلقات مسلسل "أنا وهؤلاء"، ومسلسل "رجل غني فقير جداً"، وبنسبة (44,6%) على صفحة الفنان أحمد حلمي التي تمثلت في فيديوهات من فيلم "إكس لارج"، وفيلم "زكي شان"، وأيضاً لأجزاء من مسلسل "الاختيار"، وهذا ما يتضح من الجدول التالي:

جدول (4)

شكل المادة المنشورة بصفتي محمد صبحي وأحمد حلمي

أحمد حلمي		محمد صبحي		الشخصية شكل المادة
%	العدد	%	العدد	
3,07	2	,32	3	نص فقط
3,07	2	1,4	13	صورة فقط
1,5	1	2,4	22	فيديو فقط
47,6	31	53,4	489	نص مصاحب لصورة
44,6	29	42,4	388	نص مصاحب لفيديو
100	65	100	915	المجموع

في حين جاء الاعتماد على الصور أو الفيديوهات أو النصوص فقط في عدد قليل من المواد المنشورة، ربما لأن الفنانين يريدون التأثير في الجمهور وجذب انتباههم للمادة المقدمة بصورة مفيدة، كما أوضح ذلك الفنان محمد صبحي في المقابلة التلفزيونية حيث أوضح أنه يسعى لتوصيل رسالته بأكثر من طريقة حتى تصل إلى الجمهور بصورة بسيطة، كما أنه يفضل متابعتها.

ب_ لغة المادة المنشورة على صفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي:

يتضح من نتائج الدراسة التحليلية: أن أغلب المواد المنشورة على صفحة الفنان محمد صبحي بالفيس بوك كانت باللغة العامية، وذلك بنسبة (78,2%) من عينة الدراسة التحليلية، وجاءت أيضاً في المرتبة الأولى بصفحة الفنان أحمد حلمي بنسبة (90,8%) كما يتضح من الجدول التالي:

جدول (5)

لغة المادة المنشورة بصفتي محمد صبحي وأحمد حلمي

أحمد حلمي		محمد صبحي		الشخصية لغة المادة
%	العدد	%	العدد	
6,2	4	20,3	186	لغة فصحي
90,8	59	78,2	716	لغة عامية
3	2	1,5	13	لا توجد لغة
100	65	100	915	المجموع

اتفقت الصفحتان في اعتمادهما بصورة كبيرة على اللغة العامية، التي جاءت في المرتبة الأولى بكلا الصفحتين، حيث تتسم اللغة العامية ببساطتها وقربها من المتلقي، وهي المستخدمة من قبل كتاب الأعمال الدرامية، فضلاً عن استخدامها من قبل الفنانين، بعدها جاءت اللغة الفصحى، في حين تمثلت لا توجد لغة في المواد المنشورة في شكل صورة فقط دون وجود نص أو مقطع فيديو.

ج- كثافة التفاعل مع المادة المنشورة بصفحتي محمد صبحي وأحمد حلمي:

أوضحت نتائج الدراسة التحليلية: أن كل المواد المنشورة على صفحة الفيس بوك الخاصة بكلا الفنانين كان يتفاعل معها المتابعون على الصفحة، سواءً تم هذا التفاعل بـ "الإعجاب، أو المشاركة، أو التعليق" وذلك بنسبة (100%) على كل المواد المنشورة بكلا الصفحتين، وكان أغلب التفاعل بالتعليق الإيجابي الداعم لكلا الشخصيتين، ولا سيما الفنان محمد صبحي الذي لاقت منشوراته على نسب تعليقات كبيرة، تنوعت ما بين تعليقات تعبر عن حبهم للفنان، مثل "أكثر فنان محترم أنا وولادي دايمًا بنتابعك"، وما بين تعليقات تأييد للمحتوى الذي يقدمه ولأعماله بصفة عامة "حضرتك بتقدم أعمال نربي عليها ولادنا أنا بخلي اطفالي يتفرجوا على ونيس عشان يتعلموا الاخلاق والنوق في التعامل"، وأيضاً لاقت المنشورات على صفحة الفنان أحمد حلمي العديد من التعليقات التي تدل على حب الطابع الكوميدي للفنان، مثل "حضرتك عمرك ما فشلت في انك تضحكنا .. بتخلينا ننسى همونا ونضحك".

3- نتائج تحليل صفحات قادة الرأي في المجال الرياضي من حيث المضمون.

أ- طبيعة الموضوعات المنشورة بصفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة:

تنوعت الموضوعات المنشورة على صفحات كلا اللاعبين بين موضوعات شخصية، وموضوعات اجتماعية، وموضوعات رياضية، وأخرى دينية فضلاً عن الموضوعات السياسية.

واتضح من خلال الدراسة التحليلية تنوع الموضوعات الموجودة على صفحة اللاعب محمد صلاح، حيث اهتم بعرض الصور الشخصية بنسبة تصل إلى 17 صورة بنسبة (47,2%) من المواد المنشورة على الصفحة، تلتها الموضوعات الرياضية، ثم الاجتماعية؛ بينما اهتم اللاعب محمد أبو تريكة بتناول الموضوعات الدينية في المرتبة الأولى، وقد ظهرت على صفحته بعدد 18 بوستاً بلغوا نسبة (66,7%) من الموضوعات المنشورة تلتها الموضوعات الاجتماعية والسياسية والرياضية، وسوف يتم عرض الموضوعات التي تم نشرها على الصفحة في الجدول التالي:

جدول (6)

طبيعة الموضوعات المنشورة بصفتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة

محمد أبو تريكة		محمد صلاح		الشخصية الموضوعات
%	العدد	%	العدد	
66,7	18	2,8	1	دينية
3,7	1	47,2	17	شخصية
11,11	3	13,9	5	اجتماعية
11,11	3	36,11	13	رياضية
7,4	2	-	-	سياسية
100	27	100	36	المجموع

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية لطبيعة الموضوعات المنشورة على صفحة اللاعب محمد صلاح اهتمامه بنشر الصور الشخصية التي تعبر عن تحقيق إنجازات، أو ممارسة أنشطة رياضية، أو تحقيق بطولات معينة، وجاء ذلك في المرتبة الأولى بنسبة (47,2%)، فتنوعت الصور الشخصية ما بين صور في أثناء التدريبات الرياضية وممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة مثل السباحة، وما بين صور له مع فريقه أو مع المنتخب القومي، إضافة إلى صور مع ابنته ومع زملائه اللاعبين سواء في منتخب مصر أو في فريقه الإنجليزي، ويلي الموضوعات الشخصية في المرتبة الثانية الموضوعات الرياضية بنسبة (36,11%) وتمثلت في اهتمامه بدعمه أصدقائه في النادي وتشجيعهم على حصد البطولات، وكان مما يدل على ذلك تدوينه لعبارة "لقد كانت فترة صعبة لأسباب عديدة، نحن أبطال وسنقاتل مثل الأبطال حتى النهاية"، كما ظهر اهتمام اللاعب بتناول القضايا المجتمعية، وذلك بتقديمه التهنئة في الأعياد وفي شهر رمضان، كما كتب بوست دعم لمنتخب مصر لكرة اليد يعبر من خلاله عن فخره بتنظيم مصر للبطولة، وتمنيه التوفيق للمنتخب الوطني " فخور ببداي حصولها على شرف تنظيم كأس العالم لكرة اليد.. أثق في تنظيم مشرف كعادتنا وأتمنى كل التوفيق لمنتخبنا الوطني"، إضافة إلى دعمه للمرأة في يوم المرأة العالمي بنشر فيديو كتب أعلاه "يوم نسائي عالمي سعيد".

وعلى جانب آخر اهتم اللاعب محمد أبو تريكة بتناول الموضوعات الدينية بصورة كبيرة وملحوظة، فحظيت الموضوعات الدينية على صفحته خلال فترة الدراسة بالمرتبة الأولى بنسبة (66,6%) من إجمالي الموضوعات المنشورة، فتنوعت الموضوعات الدينية ما بين الأذكار والدعاء

والصلاة على النبي محمد ﷺ، فازت بوستات الصلاة على النبي المرتبة الأولى بعدد 10 بوستات بنسبة (55,5%) حيث لاحظت الباحثة أنه طوال شهر فبراير كان يحرص على نشر بوست يوم الجمعة مضمونه الصلاة على النبي، ويعتمد في كل بوست على استخدام صيغة مختلفة، مثل (اللهم صل على سيدنا محمد النبي الأمي الحبيب العالي القدر العظيم الجاه)، وأيضاً (اللهم صل وسلم على سيدنا محمد صلاة تهب لنا بها أكمل المراد وفق المراد) وغيرها من الصيغ المتعددة، بينما جاء استخدام اللاعب للأدعية على الصفحة بنسبة (22,2%) وكان منها (اللهم إنا نسألك سعادة المؤمنين ودعاء الصالحين وأجر الصابرين وأن تغفر لنا ولوالدينا اجمعين)، و (اللهم بلغنا رمضان ونحن والمسلمين بأحسن حال)، كما اهتم اللاعب بكتابة الأحاديث النبوية وذلك بنسبة (16,6%)، إضافة إلى تناوله لأقوال الصحابة، مثل: مقولة الصحابي علي بن أبي طالب، وذلك حيث كتب اللاعب أحد مقولاته " يقول الإمام علي بن أبي طالب " يأتي عليك زمان لا تجد فيه سرور نفسك إلا في اعتزال الناس " إضافة إلى اعتماده على استخدام آية قرآنية وكتابة نص تحتها وذلك بنسبة (5,7%) وجاء ذلك مثلما نشر في بوست " يحبهم ويحبونه : من لوازم محبة الله معرفته والإكثار من ذكره".

وعلى جانب آخر تساوت الموضوعات الاجتماعية والرياضية المنشورة على الصفحة، فجاءت الموضوعات الاجتماعية متمثلة في تقديم الرثاء للشهداء من جماهير النادي الأهلي فكتب " المجد لمن عشقوا الاهلي من أجل الاهلي لمن يستحقون الذكرى مدى الحياة... رحم الله شهداء الأهلي وأسكنهم فسيح جناته"، كما اهتم بالجانب الرياضي في بوست تشجيع للاعب النادي الأهلي لحصولهم على الميدالية البرونزية، فكتب " احنا بنحب الأهلي.. ولما بيخسر وده قليل الحمد لله بنحبه أكثر وأكثر .. على الحلوة والمره معاه... في انتظار الميدالية يا أبطال"، واهتم بتقديم التهنية للنادي الأهلي بعد حصوله على الميدالية البرونزية، فكتب بوست للتهنية: " الأهلي المونديالي عملها من تاني... مبروك الميدالية البرونزية لجيل ذهبي كتب إنجاز جديد في تاريخ نادينا الحبيب".

وكما عرف عن محمد أبو تريكة اهتمامه بالقضية الفلسطينية منذ أن كتب على قميصه "تعاطفًا مع غزة" في بطولة الأمم الأفريقية (2008)، واستمر دعم اللاعب للشعب الفلسطيني من خلال صفحته على الفيس بوك؛ فبعد أحداث حي الشيخ جراح كتب على صفحته " لله دركم يا أهل فلسطين السماء تشع نورا ونارا فاللهم سدد رميهم وارحم شهيدهم وزلزل الأرض من تحت أقدام عدوهم".

وتطرق اللاعب إلى الموضوعات الشخصية، فكتب بوستًا عن وفاة والده قال فيه: " توفي أبي فانتزع مني شيء عظيم وظل الفقد يوجعني، وظلت الذكر تؤلمني ولا أملك له غير الدعاء بالرحمة".

ويتضح من خلال العرض السابق لطبيعة الموضوعات المنشورة على صفحات كلا اللاعبين، تنوع المواد المنشورة إلا أن اللاعب محمد أبو تريكة ركز على الموضوعات الدينية أكثر من اهتمامه بباقي المجالات، وربما يرجع ذلك للمرجعية الدينية الخاصة التي قد يرجعها بعض الباحثين لانتمائه لفكر ديني معين، في حين كان اهتمام اللاعب محمد صلاح بنشر صورته الشخصية أكثر من اهتمامه بباقي الموضوعات، وربما يرجع ذلك إلى محاولته التركيز في مجال عمله، وتشجيع الشباب على التركيز وممارسة الرياضة بشكل مستمر، وقد ظهر ذلك في تنوع الصور الموجودة على الصفحة ما بين صور

في أثناء التدريبات أو في أثناء ممارسته لرياضة أخرى مثل السباحة أو غيرها، كما اهتم بعرض صور له في أثناء تدريبه مع المنتخب المصري، وركز في الصورة على عرض وظهور اسم مصر ليوضح من خلالها انتماءه وحبه لبلده.

ب- الهدف من المادة المنشورة على صفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة:

كشفت الدراسة التحليلية عن تنوع الهدف من المادة المنشورة، فأغلبها سعى إلى دعم القيم الاجتماعية الأصيلة التي جاء أغلبها بصورة ضمنية إما من خلال كتابة البوست، أو إرفاق صورة أو فيديو. لذا؛ اهتمت الباحثة بالتركيز على القيم كهدف واضح لكلا اللاعبين من خلال نشر المواد على صفحاتهم كالتالي:

جدول (7)

الهدف من المادة المنشورة على صفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة

محمد أبو تريكة		محمد صلاح		الشخصية الهدف
%	العدد	%	العدد	
74.1	20	66,7	24	دعم القيم الاجتماعية
7,4	2	5,5	2	التوعية
18,5	5	27,8	10	التشويق
100	27	100	36	المجموع

اتضح من خلال المواد المنشورة على صفحة كلا اللاعبين سعيهما نحو دعم القيم المصرية الأصيلة لدى المتابعين، فظهر ذلك على صفحة اللاعب محمد صلاح الذي اهتم بقيمة العمل وحب الوطن، وأيضاً قيم المشاركة المجتمعية، والترابط الأسري، وأيضاً تقدير قيمة الصداقة، وظهر ذلك بنسبة (66,7%) من المواد الموجودة على صفحته خلال مدة التحليل، فاعتمد على تقديم فيديو في يوم المرأة العالمي، فضلاً على إضافة فيديو يتحدث فيه عن حبه للطقوس الرمضانية داخل وطنه ومشاعر الحب التي تتكون نتيجة التجمع العائلي وغيرها من الطقوس التي يرى أنها تميز بلده من غيرها؛ بينما جاءت (27,8%) من البوستات لهدف التشويق.

واتفق اللاعب محمد أبو تريكة مع صلاح في سعيه نحو دعم منظومة القيم في المرتبة الأولى وجاء ذلك بنسبة (74,1%) من نسبة البوستات الموجودة على الصفحة، وتمثل ذلك في دعم القيم الدينية والاجتماعية والرياضية، فسعى اللاعب إلى دعم القيم المصرية الأصيلة من خلال تدوين بوستات تحت على التحلي بالصبر على البلاء مثلما كتب " إن طال عليك البلاء مع استمرارك في الدعاء فاعلم أن الله لن يريده إجابة دعواتك فقط، بل يريد أن يعطيك فوقها عطايا لم تطلبها أنت ". ومن خلال نتائج الجدول السابق يتضح مدى حرص كلا اللاعبين على دعم القيم لدى المتابعين لهم عبر موقع الفيس بوك بوصفهم قادة رأي مؤثرين على فئة كبيرة من الجمهور.

ج- الجمهور المستهدف:

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن أغلب البوستات المنشورة على صفحات اللاعبين كانت موجهة للجمهور العام، وذلك بنسبة (94,4%) من المواد المنشورة على صفحة اللاعب محمد صلاح، مقابل (92,5%) على صفحة اللاعب محمد أبو تريكة.

د- القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد المنشورة بصفتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة:

تنوعت القيم المنشورة على صفحات اللاعبين ما بين قيم دينية ورياضية، وقيم اجتماعية؛ وإن كانت جميعها يمكن إدراجها تحت نمط القيم الاجتماعية لما يتمتع به مفهوم القيم الاجتماعية من معنى شامل يوجد تحته العديد من الأنماط الفرعية للقيم، وسوف يعرض الجدول التالي النتائج التحليلية لأنماط القيم المنشورة على الصفحة:

جدول (8)

القيم الاجتماعية المتضمنة في المواد المنشورة بصفتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة

محمد أبو تريكة		محمد صلاح		الشخصية القيمة
%	العدد	%	العدد	
7,4	2	16,6	6	حب الوطن
29,6	8	22,2	8	المشاركة المجتمعية
3,7	1	5,5	2	الترايط الأسري
3,7	1	5,5	2	تقدير قيمة الصداقة
7,4	2	41,6	15	النجاح
48,1	13	8,3	3	التدين
100	27	100	36	المجموع

تؤثر طبيعة الشخصية وميولها في المواد التي تنشرها على صفحة الفيس بوك الخاصة بها، ويظهر ذلك من خلال تدوين النصوص وإرفاق الصور والفيديوهات التي توضح القيم التي تسعى الصفحة إلى تدعيمها لدى الجمهور، وهذا ما ظهر من خلال تحليل المضمون لصفحات كلٍّ من اللاعب محمد صلاح واللاعب محمد أبو تريكة، حيث اتضح تركيز اللاعب محمد صلاح على قيمة النجاح وذلك بنسبة (41,6%) من المواد المنشورة، وظهر ذلك من خلال استخدام صور دالة على نجاحه وتتويجه مع ناديه بالبطولات، ويرجع ذلك إلى مشاركة صلاح في العالم الاحترافي وتشربه للقيم الاحترافية، التي تسعى لتحقيق النجاح والعمل على تنمية المهارات. كما استخدم عبارات تدل على السعي لتحقيق النجاح مثلما كتب " نحو النجاح والاصلاح".

وجاءت المشاركات المجتمعية في المرتبة الثانية من القيم الموجودة على الصفحة وذلك بنسبة (22,2%) وقد اتضحت من خلال مشاركة اللاعب في الأحداث المجتمعية وما يدور في بلده سواء في الظروف الصعبة مثلما كتب "خالص العزاء لأسر ضحايا قطار طوخ وأتمنى الشفاء العاجل لجميع المصابين"، كما شارك بلده لحظات الفرح والإنجاز فكتب "فخور ببلدي حصولها على شرف تنظيم كأس العالم لكرة اليد"، وكما قال اللاعب في العديد من المداخلات التلفزيونية بأنه شديد الحب والتعلق بوطنه وببلده، فقد ظهر ذلك في تناوله لقيمة حب الوطن على صفحته، حيث ظهر ذلك في استخدامه لصور وهو يرتدي قميص المنتخب الوطني، وأيضاً في نشره لصوره في أثناء عودته إلى مصر مستخدماً أعلاها إشارة العلم المصري، وظهرت المواد المنشورة على الصفحة التي تشير إلى قيمة حب الوطن بنسبة (16,6%) من إجمالي المنشورات، ثم توالت القيم مثل قيمة التدين التي ظهرت في تعظيمه للشعائر الدينية، مثل: شهر رمضان، والحديث في فيديو على الصفحة عن الطقوس الرمضانية الموجودة بمصر، وافتقاده لها في أثناء سفره، وبعدها تتالت القيم، مثل: تقدير قيمة الصداقة والترابط الأسري واللتين ظهرتنا أيضاً من خلال استخدامه للصور الدالة على ذلك.

بينما اهتم اللاعب محمد أبو تريكة بنشر القيم ذات المضامين الدينية وذلك بنسبة (48,1%) من المواد الموجودة بالصفحة، وظهر ذلك من خلال تدوينه ونشره لعدد من الأحاديث النبوية الشريفة مثلما كتب "قال رسول الله ﷺ إن من أفضل أيامكم يوم الجمعة" ونشر اللاعب على صفحته عدداً من الأحاديث إلى جانب نشره للآيات القرآنية وأقوال الصحابة وبعض العلماء، فمن الآيات القرآنية كتب "يحبهم ويحبونه" وكتب تحتها من لوازم محبة الله معرفته والإكثار من ذكره، ومما كتبه عن الصحابة ما قاله الإمام علي بن أبي طالب "يأتي عليك زمان لا تجد فيه سرور نفسك إلا في اعتزال الناس"، كما دون مقولات للعلماء والأئمة مثل قول الإمام ابن القيم رحمه الله: "إن طال عليك البلاء مع استمرار الدعاء فاعلم أن الله لا يريد إجابة دعوتك فقط، بل يريد أن يعطيك فوقها عطايا لم تطلبها أنت"، واهتم اللاعب بتعظيم الشعائر الدينية فالتزم بتدوين بوست للصلاة على النبي كل يوم جمعة، وذلك لمدة شهر ونصف الشهر من مدة الدراسة التحليلية، كما قام اللاعب بكتابة العديد من الأدعية الدينية المختلفة مثلما دون داعياً "اللهم يا كافل العباد وواهب الأرزاق وموزع العطايا ارزقنا نوراً في القلب وضياء في الوجه وعافية في البدن وسعة في المال والعلم والعمل"، وذلك إلى جانب حرصه على التشجيع على التقرب من الله ومعرفته والتوكل عليه والرضا بما قدره حيث نشر كاتباً "من عرف الله صفا له العيش وأورثته معرفة الله المحبة والتوكل والرضا به والتسليم لأمره"

ولم يغفل اللاعب القيم الأخرى، مثل: المشاركة المجتمعية التي جاءت في المرتبة الثانية من القيم المدونة على صفحته بنسبة (29,6%) والتي ظهرت في مساندته للشعب الفلسطيني في محنته، فكتب بوستاً يقول فيه "الله دركم يأهل فلسطين"، وأكمل البوست بالدعاء للشعب الفلسطيني، ليس هذا فحسب بل إنه شارك في المناسبات المختلفة، ففي أول رمضان كتب يهنئ بقدوم الشهر وبعد انتهائه كتب يحمد الله ويهنئ الجمهور بقدوم عيد الفطر فكتب "جعل الله هذا العيد عيد نصر وتمكين وعزة للإسلام المسلمين. عيد فطر مبارك على الجميع".

وظهرت مشاركة الأحداث المجتمعية بصفحة اللاعب أيضاً عندما كتب بوست تدعيم للنادي الأهلي للفوز بالميدالية البرونزية وبعدها كتب بوستا للتهنئة بالحصول على الميدالية "... مبروك الميدالية البرونزية لجيل ذهبي كتب إنجاز جديد في تاريخ نادينا الحبيب"، فظهر اهتمام اللاعب في مشاركة الأحداث المجتمعية سواء على مستوى كرة القدم أو على مستوى القضايا المجتمعية بصفة عامة.

4- تحليل صفحات قادة الرأي في المجال الرياضي من حيث فئات الشكل.

أ- شكل المادة المنشورة على صفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة:

تنوعت الأشكال الخاصة بالمواد المنشورة على صفحات كلا اللاعبين، فظهر أن الطابع النصي هو الأكثر استخداماً على صفحة اللاعب محمد أبو تريكة، بينما تميزت صفحة اللاعب محمد صلاح بالاعتماد بصورة كبيرة على استخدام الصور، والجدول التالي يوضح شكل المادة المنشورة على كلا الصفحتين:

جدول (9)

شكل المادة المنشورة على صفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة

محمد أبو تريكة		محمد صلاح		الشخصية شكل المادة
%	العدد	%	العدد	
88,8	24	8,3	3	نص فقط
7,4	2	47,2	17	صورة فقط
-	-	2,7	1	فيديو فقط
3,7	1	25	9	نص مصاحب لصورة
-	-	2,7	1	نص مصاحب لفيديو
-	-	5,5	2	هاشتاج مصاحب فيديو
-	-	2,7	1	هاشتاج مصاحب نص وصورة
-	-	5,5	2	هاشتاج مصاحب نص وفيديو
100	27	100	36	المجموع

كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن تنوع المحتوى المنشور على صفحة اللاعب محمد صلاح ما بين اعتماده على صور ونصوص وفيديوهات، فكان للصور النصيب الأكبر إذا ما قورنت بإحدى الفئات الأخرى، حيث سجلت نسبة (47,2%) من المواد المنشورة على الصفحة خلال مدة التحليل، يليها النص صاحب للصورة بنسبة (25%) من المحتوى الموجود، ثم تساوى الهاشتاج صاحب للفيديو والهاشتاج صاحب للفيديو والنص بنسبة (5,5%) لكل منهما، وذلك باستخدام اللاعب لهاشتاج #addids مرة صاحب فيديو فقط ومرة صاحب لفيديو ونص، وفيه إشارة للترويج لمنتجات شركة Adidas واعتماد الشركة على صفحة اللاعب لكثرة المتابعات واستخدامها للدعاية لمنتجاتها، كما تم تقديم فيديو إعلاني لبنك الإسكندرية.

وكما تنوعت المواد المنشورة على صفحة اللاعب محمد صلاح كذلك تنوعت المواد المنشورة على صفحة اللاعب محمد أبو تريكة، وإن كان أغلبها ظهر في تدوين نصوص فقط، وكان ذلك بعدد (24) بوسناً بنسبة (88,8%) من المواد المنشورة، ثم جاءت الصور بدون إضافة نص أو هاشتاج بعدد (2) من الصور صورة للاعب بمفرده وصورة للاعب مع لاعب آخر إفريقي، في حين جاء النص صاحب للصورة في منشور واحد يعلن فيه عن مشاركته في فاعليات كأس العالم في قطر، حيث كتب "قريباً" وأضاف صورة له تدل على مشاركته في فاعليات البطولة.

ب- لغة المادة المنشورة على صفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة:

تنوعت اللغة المستخدمة في تدوين البوستات على صفحة الفيس بوك الخاصة بكلا اللاعبين ما بين اللغة الفصحى والعامية، وما بين استخدام لغة عربية ولغة إنجليزية كما ظهر بصفحة اللاعب محمد صلاح، وإما بالاعتماد على الصور أو الفيديوهات فقط دون وجود نص مكتوب، وهو ما يتضح من خلال نتائج الجدول التالي:

جدول (10)

لغة المادة المنشورة على صفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة

محمد أبو تريكة		محمد صلاح		الشخصية لغة المادة
%	العدد	%	العدد	
74,1	20	5,5	2	لغة فصحى
14,8	4	25	9	لغة عامية
3,7	1	22,2	8	تجمع بين أكثر من لغة
7,4	2	47,3	17	لا توجد لغة
100	27	100	36	المجموع

أظهرت الدراسة التحليلية أن اللاعب محمد صلاح اعتمد على نشر الصور والفيديوهات دون الاعتماد على كتابة النصوص بأي لغة، وهو ما يشير إلى عدم وجود لغة مكتوبة، وكان ذلك بنسبة (63,8%) من المواد المنشورة على الصفحة، بينما اعتمد على كتابة النص باللغة الإنجليزية، ثم إدراج ترجمته بالعربية، وذلك بنسبة (22,2%) من المواد الموجودة خلال فترة التحليل، في حين كتب باللغة العامية عدد 3 بوستات بنسبة (8,3%)، وكتب أيضًا منشورين (بوستين) باللغة الفصحى بنسبة (5,5%).

أما اللاعب محمد أبو تريكة فاعتمد على اللغة الفصحى في المقام الأول بنسبة (74,1%) وولعل مرد ذلك اعتماده في تدوين الأحاديث النبوية وكتابة الآيات القرآنية والأدعية التي كتبت بلغة فصحى، بينما اعتمد على اللغة العامية في كتابة 4 بوستات بنسبة (14,8%) وتمثلت في تهنئة النادي الأهلي بالميدالية البرونزية في أكثر من بوست، والشكر في كيان النادي، وقد نشر صورتين دون وجود نص معهما، وهو ما أدرج في عدم وجود لغة وذلك بنسبة (7,4%)، وجاء بوست كتب فيه العامية مع الفصحى وهو الذي تحدث فيه عن وفاة والده، وقد أخذ نسبة (3,7%).

ج- كثافة التفاعل مع المادة المنشورة على صفحتي محمد صلاح ومحمد أبو تريكة:

أوضحت نتائج الدراسة التحليلية: أن كل المواد المنشورة على صفحة الفيس بوك الخاصة بكل اللاعبين كان يتفاعل معها المتابعون على الصفحة، سواءً تم هذا التفاعل بـ "الإعجاب، أو المشاركة، أو التعليق" وظهر ذلك بنسبة 100%، وتعددت تعليقات المتابعين لكلا الصفحتين، وإن كان أغلبها أخذ الاتجاه الإيجابي تجاه المواد المنشورة، ففي صفحة اللاعب محمد صلاح كانت أغلب التعليقات تتجه نحو دعم اللاعب خاصة عند نشر صور شخصية له، وقد ظهر ذلك في عدد من التعليقات منها: "الأفضل في تاريخ المستديرة"، "فخر العرب"، "وليس من قبل الجمهور المتابع فقط، وإنما من جانب المتخصصين في المجال الرياضي، حيث كتب الكابتن حسن المستكاوي تعليقًا قائلاً: "بطلنا العالمي اللي حضرت حفل تكريمه بمناسبة البداية في بازل فحقق ما لم يحققه لاعب آخر وكنت فرحان بتجربته وبارادته"، وغيرها الكثير من التعليقات الداعمة للاعب التي تدل على حب الجمهور له بوصفه شخصية استطاعت أن تجذب القلوب بأخلاقها، والأنظار بأعمالها وإنجازاتها.

على جانب آخر حصلت كل المواد المنشورة على صفحة اللاعب محمد أبو تريكة على عدد كبير من الإعجابات والتعليقات والمشاركات، وتعددت التعليقات على الصفحة ما بين التأمين على الأدعية المنشورة والصلاة على النبي، وما بين تأييد اللاعب في دعمه للقضية الفلسطينية حيث كتب بعض المتابعين "رسالة واضحة وصريحة من شخص يتكلم بعقلية المسلم الصريح الذي لا ينافق ولا يهادن من أجل مصلحة دنيوية... حبيبنا يا تريكة"، وكان هذا البوست هو الأكثر تفاعلاً من حيث التعليقات من الجمهور المتابع، حيث وصل إلى 35,136 تعليقاً وشاركه عدد كبير من المتابعين، وصلوا إلى 34,163 مشاركاً للبوست.

سابعًا: النتائج العامة للبحث:

1- من حيث الموضوعات: تنوعت الموضوعات المنشورة بصفحات التحليل كل على حسب الاهتمام وتخصص الصفحة؛ فأغلب الموضوعات المنشورة في المجال الفني كانت في إطار الفن وطرح الأعمال الفنية، كما اهتمت بمعالجة العديد من القضايا الاجتماعية والأخلاقية في إطار فني، في حين جاءت الموضوعات في المجال الرياضي أغلبها في إطار التخصص فيما يخص اللاعب محمد صلاح؛ بينما في صفحة اللاعب محمد أبو تريكة كانت في إطار ديني؛ وقد لاحظت الباحثة اغفال قادة الرأي حالات الدراسة لتناول قضايا الوعي الصحي في ظل الموجة الثانية لفيروس كورونا؛ فلم يتم تناول الموضوع بشكل أو بآخر على الصفحات خلال فترة التحليل.

2- أما من حيث الجمهور المستهدف: تنوعت أهداف صفحات التحليل ما بين مستهدفة جمهورًا متخصصًا مثل صفحات المجال الرياضي، أما المواد المنشورة بصفحة الفنان محمد صبحي والفنان أحمد حلمي فأغلبها استهدفت جمهورًا عامًا، وفيما يخص الهدف من المادة المنشورة: فقد جاء دعم القيم في المرتبة الأولى في كل صفحات التحليل ما عدا صفحة الفنان أحمد حلمي.

3- وفيما يخص أنماط القيم الاجتماعية: فكشفت الدراسة عن تعدد وتنوع القيم التي تضمنتها المواد المطروحة على صفحات قادة الرأي (حالات الدراسة) وفقًا لتنوع الخلفية الأيديولوجية لكل شخصية، ووفقًا لآراء قائد الرأي واتجاهاته وانتماءاته، وجاءت هذه القيم كالتالي:

- أ- التعاون.
- ب- النجاح والتميز.
- ت- الترابط الأسري.
- ث- تقدير قيمة الوقت.
- ج- تقدير قيمة الصداقة.
- ح- احترام العمل.
- خ- احترام القيم والعادات داخل المجتمع.
- د- الانتماء للوطن.
- ذ- احترام الآخرين.
- ر- الحرية في التعبير عن الرأي.
- ز- المشاركة المجتمعية.

ففي صفحة الفنان محمد صبحي كان الاهتمام في المرتبة الأولى بدعم القيم الاجتماعية، وذلك بأنماطها المختلفة، ومن أهم القيم التي صرح بها قيم: الرحمة، والأمانة، والمشاركة المجتمعية، وحب الوطن، والترابط الأسري، إضافة إلى القيم الأخلاقية والتربوية، وجاء العديد من القيم الأخرى في إطار ضمني، في حين اهتم الفنان أحمد حلمي بقيم: حب الوطن، والمشاركة المجتمعية، وظهروا بصورة صريحة فضلًا عن العديد من القيم الضمنية التي ظهرت في إطار دلالات الصور.

وعلى جانب آخر اهتم اللاعب محمد صلاح بالقيم الاجتماعية الاحترافية المتمثلة في النجاح والإنجاز في العمل، إضافة إلى قيم اجتماعية عامة متمثلة في الترابط الأسري، وحب الوطن، والمشاركة المجتمعية، وظهرت كلها بصورة ضمنية من خلال دلالات الصور والفيديوهات؛ بينما اهتم اللاعب محمد أبو تريكة بالقيم الاجتماعية المغلفة بإطار ديني، لكنه لم يغفل القيم الاجتماعية الأخرى، مثل: المشاركة المجتمعية، وحب الوطن، والولاء للنادي الذي لعب فيه.

4- كما اتضح من خلال التحليل تشابه بعض أنماط القيم المتضمنة على الصفحات مع أنماط القيم الاجتماعية الأصيلة في المجتمع المصري، التي ذكرها العديد من الدراسات العلمية، مثل: دراسة فاطمة القليني (2007). كما ظهر اختلاف القيم طبقاً لطبيعة المرحلة التاريخية التي حدث بها تطور كبير داخل المجتمع، ودخول التكنولوجيا الحديثة، وانتشار الشبكات الاجتماعية الأمر الذي تناول القيم الأصيلة وفق أنماط متعددة. فمع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي بدأ يحدث خلل في المنظومة القيمية بسبب الانفتاح اللامشروط على الثقافات الأخرى، فبدأ بعض القيم الأصيلة يحدث بها خلل، وهو ما جعل قادة الرأي يسعون إلى معالجة هذا الخلل بدعم القيم من خلال المضامين المنشورة على صفحاتهم.

5- و ظهر التنوع في تناول أنماط القيم وفق الخلفية الأيديولوجية والمهنية لقادة الرأي (عينة الدراسة)، وقد ظهر هذا بصورة واضحة على صفحة الفنان محمد صبحي، فخلفيته الثقافية ميزت صفحته بالثراء القيمي المتنوع المختلف نسبياً عن أحمد حلمي في مجاله نفسه، وظهر أيضاً عند القادة في المجال الرياضي فتميزت صفحة اللاعب محمد أبو تريكة بتناولها للقيم الأصيلة ذات الطابع الديني، ويرجع ذلك إلى انتمائه إلى توجه ديني معين مختلفاً عن محمد صلاح والذي تميزت صفحته بالقيم ذات الطابع الاحترافي المتمثلة في النجاح والتميز، ويرجع ذلك لطبيعة المجتمع الذي يعمل به اللاعب.

6- كما تعددت الأشكال المنشورة على صفحات التحليل ما بين النص فقط، والنص المصاحب لصورة، والنصوص المصاحبة لها، إضافة إلى الفيديو، وأيضاً النصوص المصاحبة لفيديو وهو ما يوضح توظيف قادة الرأي (حالات الدراسة) لإمكانات الإعلام الجديد، واستخدام موقع الفيس بوك كوسيلة ثرية في نقل القيم، وهو ما يتفق مع القضايا المشتقة من نظرية ثراء الوسيلة. وقد أوضحت نتائج التحليل نجاح قادة الرأي (حالات الدراسة) في توظيف بعض معايير الثراء لموقع الفيس بوك كوسيلة يتم الاعتماد عليها في نشر القيم، ومن المعايير التي تحققت في بعض الصفحات محل الدراسة ما يلي:

- معيار الفورية.
- معيار التسجيل الخارجي.
- معيار اللغة المستخدمة.
- معيار تعدد الرموز.

7- وكشفت نتائج التحليل عن تنوع أشكال التفاعل مع المواد المنشورة على صفحات التحليل، وقد كان التفاعل يتم من قبل المعجبين بالصفحات، فجميع المواد التي تم تحليلها حازت على نسب إعجاب وتعليقات إضافة إلى المشاركات، وهو ما يظهر نجاح الفيس بوك كفضاء إلكتروني يساعد في التفاعل بين القائم بالاتصال وهو قائد الرأي والجمهور المتابع، وهو ما يتيح مجالاً عاماً يسمح للجميع بالنقاش، وهو ما جاءت به فرضيات نظرية المجال العام.

المراجع

أولاً- المراجع العربية:

- 1- أحمد زكي بدوي (1977)، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان.
- 2- إسعاف حمد (2014)، المتقف العربي: إشكالية الدور الفاعل، مجلة جامعة دمشق، المجلد 30، العدد 4-3.
- 3- إعتقاد محمد علام (2007)، التعريف بمشكلة البحث وإطاره المنهجي، في: إعتقاد علام وآخرون، قيم العمل الجديدة في المجتمع المصري، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- 4- إعتقاد محمد علام (2019)، الإحصاء في البحوث الاجتماعية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- 5- ميلز، تشارلز رايت (1983)، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة: محمد فتحي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- 6- مارشال، جوردن (2001)، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة: محمد الجوهري، الطبعة الأولى.
- 7- حسن الساعاتي وسامية الساعاتي (2014)، تصميم البحوث الاجتماعية ومناهجها وطرق كتابتها، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 8- حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد (2007)، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح: القاهرة.
- 9- حسن عماد مكاوي وليلى عبدالمجيد (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 10- حنان السعيد وعائشة ضيف (2015)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي: موقع فيس بوك نموذجًا، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة: الجزائر.
- 11- رزق سعد عبدالمعطي (1993)، دور قادة الرأي الدينيين في معالجة القضايا القومية المعاصرة بمصر "دراسة ميدانية على المجتمعات الريفية والحضرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر- كلية اللغة العربية.
- 12- سامي طابع (2001)، بحوث الإعلام (الطبعة الأولى)، القاهرة: دار النهضة.

- 13- شيماء ذو الفقار (2009)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار اللبنانية للنشر.
- 14- عبد الرازق محمد الدليمي (2016)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر.
- 15- عزت حجازي (2007)، الشباب العربي ومشكلاته (العدد 6)، سلسلة عالم المعرفة.
- 16- علي خليل شقرة (2014)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (الطبعة الأولى)، القاهرة: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 17- علي عبدالرازق جلي (1996)، المجتمع والثقافة والشخصية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 18- فرج الكامل (2013)، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجرائها وتحليلها (الطبعة الثانية)، دار النشر للجامعات.
- 19- فهد بن علي الطيار (2014)، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة: التويتتر نموذجًا، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب.
- 20- فوزية دياب (1966)، القيم والعادات الاجتماعية، القاهرة: دار الكتاب العربي.
- 21- كرم شلبي (1989)، معجم المصطلحات الإعلامية (الطبعة الأولى)، دار الشروق.
- 22- محمد الجوهري وآخرون (2016)، الدليل العملي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية (الطبعة الأولى).
- 23- محمد عاطف غيث (2000)، قاموس علم الاجتماع، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- 24- محمد عبد الحميد (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الطبعة الثانية)، القاهرة: عالم الكتب.
- 25- محمد عرفة (1992)، الاتصال الشخصي وقيادة الرأي في مجال تنظيم الأسرة "دراسة نظرية تطبيقية"، مجلة بحوث الاتصال- العدد الثامن.
- 26- محمود منور بشتاوي (2016)، بناء المواقف والاتجاهات الفكرية (الطبعة الأولى)، دار الكتاب الثقافي للنشر.

- 27- محمود يوسف (1987)، دور قادة الرأي الدينيين في معالجة قضايا الشباب "دراسة ميدانية في الريف المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة – كلية الإعلام.
- 28- محمود يوسف (1993)، دور قادة الرأي في تكوين الصورة الذهنية لجهاز الشرطة "دراسة تطبيقية على جهاز الشرطة المصري"، بحوث الاتصال، العدد التاسع عشر، جامعة القاهرة- كلية الإعلام.
- 29- محمود يوسف (2008)، محاضرات في الاتصال المباشر، القاهرة: دار الإيمان للطباعة.
- 30- نجيب إسكندر وآخرون (1962)، قيمنا الاجتماعية وأثرها في تكوين الشخصية، مكتبة النهضة العربية.
- 31- نرمن زكريا خضر (2009)، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي موقع Facebook، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول حول "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 15-17/ 2، 935-1035.
- 32- نزيهة عثمانة (2017)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة المسيلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بو ضياف بالمسيلة: الجزائر.
- 33- نيفين أحمد غباشي (1996)، دور قادة الرأي في حملات التسويق الاجتماعي الموجهة للمرأة الريفية مع التطبيق في مجال تنظيم الأسرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة- كلية الإعلام.
- 34- هشام عطية عبد المقصود (2013)، المرأة والرجل في صحافة الجريمة، الدار العربية للنشر والتوزيع.
- 35- هناء السيد (2005)، الفضائيات وقادة الرأي: دراسة أثرها على السلوك الاتصالي، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.

ثانياً- المراجع الأجنبية:

- 1- Dahlberg, Lincoln (2001) 'The Internet and Democratic Discourse: Exploring the Prospects of Online Deliberative Forums for Extending the Public Sphere', Information, Communication and Society, vol.14,issue,p .263.

2-Gershon Feder & Sara Savatano, (2006) The Role Of Opinion Leaders In The Diffusion Of New Knowledge: The Case Of Integrated Pest Management. World Bank policy Research Working paper 3916, May 2006 .

3-Jack Hirshleifer, (1978), The Private and social value of information and the reward to inventive activity, uncertainty in Economics,

4-Kellner, Douglas and Lewis, Tyson, (2013), Liberal Humanism and the European critical Tradition. USA: Retlage publication.

5-Matthew C Nisbet, (2009) , A two-step flow of influence? opinion-leader campaigns on climate change, science communication 30(3), 328-354.

6-Noelle- Newman, Elisabeth, (2002), "one more Discover a goat opinion leader Druzboslovne, Raz prave, vol.18, No.91, p.111-130 .

7-Parkins, John Forest, (2002), Management and Advisory Groups in Alberta: An Empirical Critique of Emergent Public Sphere, Canadian Journal of sociology.

8-Rossler P-Scharfenberg N , (2004) , "opinion leaders and communication networks of adolescents communicating about contemporary music" A pilot study Kolner Zeitschrift for soziologie and sozialpsychologie, vol. 56(3), p.490-519.

9-Stawomir Czarniewski, (2014), social networks as a source of new value, international journal of academic research in accounting, finance and management sciences, vol.4, No.4, October 2014, pp.9-15.

10-Stephanie A-Westmer, (1998), Rachell Dicioccio and Rebecca B. Rubin, 1998 "Appropriateness and Effectiveness of communication channels competent Interpersonal communication" Journal of communication, vol.48, No.3, p.27-47.

ثالثاً- المواقع الإلكترونية:

1-[Http://scholar.google.com.eg](http://scholar.google.com.eg)

2-www.socialbakers.com

“Social Values As Reflected in the Pages of Opinion-Leaders in the Fields of Art and Sports on Facebook” (An Analytical Study)

Sara Abd Elsatar Karmid Hemida

Faculty of Women for Arts, Science & Education

Dr. Etimad Mohamed Allam

Prof. of sociology

Women College, Ain Shams University

drallam960@yahoo.com

Prof. Wail Ismail Barry

Prof. of Mass communication

Women College, Ain Shams University

wailbarry@gmail.com

ABSTRACT

This research paper drives at identifying the most important social values contained in the materials published on the pages of Egyptian opinion-leaders in art and sports fields on Facebook. The paper relies on the content analysis tool to analyze the materials published on the pages of opinion-leaders in both fields, and their number has reached four pages for each field. The artistic field is represented in the pages of both the artist Mohamed Sobhi and the artist Ahmed Helmy; while the sports field is represented in the pages of the player Mohamed Salah and the player Mohamed Abou-Treka, during the time period from January 2021 to June 2021. The researcher has chosen these pages based on a survey she has conducted using the website (www.socialbakers.com), in addition to asking a group of individuals who are followers of Facebook, in order to determine the most followed people on Facebook in the two mentioned areas. **The paper reveals a number of results, including:**

1. In the artistic field, the artist Mohamed Sobhi was interested in supporting values in general through the method of publishing materials containing a number of different values, and the most important of them was the value of mercy, community participation, family bonding and others. Regarding the artist Ahmed Helmy. The values varied between the values of societal participation, patriotism, and others, and they all appeared implicit through the submitted text or photos and videos.
2. In the sports field, the player Mohamed Abou-Trika's page was distinguished by its endeavor to support the authentic values more than of the player Mohamed Salah's page, as those authentic values came on the first page by 74.1%, while on Mohamed Salah's page by 66.7%, all of them came implicit on both pages..

Keywords: Social values , opinion leaders , Facebook